

随着人们对声音内容的付费习惯逐渐形成，耳朵经济已形成一个规模可观的赛道，创造了大量的就业机会。数据显示，2024年中国声音经济产业市场规模达5688.2亿元，在线音频用户规模7.47亿人。而从事声音经济的人才缺口多达2000万+。

声音产业，指的是围绕声音进行信息消费引发的经济现象及行为



萌芽期（2004年-2011年）：上网设备价格平民化，网络接入环境改善，有不同编码格式的数字音乐文件通过“在线下载，离线收听”的方式传播。

成长期（2012年-2016年）：伴随着移动互联网的普及，相继涌现出以蜻蜓FM、懒人听书、喜马拉雅为代表在线音频平台，分化出PGC和UGC两种内容生产模式。大型商业平台的出现也标志着“声音经济”在当代的诞生。

成熟期（2017年-2020年）：在线音频的用户数量迎来了爆发增长，知识付费模式正逐渐兴起。而伴随着物联网的增长，在线音频也开始进入了全场景发展期。

上游

内容提供方：唱片公司 出版机构 独立音乐人
小说作者 视频编剧
服务提供方：职业培训机构 技术支持 设备支持
版权管理：国家版权局 中国版权保护中心 中国版权协会

中游

传统渠道：音频广播 电视台
线上：在线音乐 在线音频 在线K歌 短视频
线下：演唱会 音乐节 电竞解说 脱口秀 相声 传统戏剧
卡拉OK 剧场演出 话剧歌剧

下游

消费者
应用场景：智能家居 车载端 智能音箱 智能穿戴

声音经济市场规模超5000亿 声音人才缺口2000万+

01 C端知识付费和B端广告收入为主要盈利模式 线下也进行数字化转型

声音经济，是指围绕声音进行信息消费而引发的一系列经济现象及行为，简而言之就是“让声音创造价值，将声音变现”。诸如录制有声读物、短视频动画配音，乃至塑造个人音频知识产权等，都属这一领域。

美国广告业务机构IAB的报告显示，2021年美国每月播客听众规模达1.81亿人，用户渗透率约达78%，月均听众人数同比增长10.1%。日本的声音经济主要由录音制品、网络音乐、演唱会构成，2021年达5903亿日元，人均消费金额是中国的4倍。

随着5G技术及数字多媒体技术的不断发展，短视频的崛起、音频类产品的持续升级优化，为声音经济提供了强有力的技术支撑。消费者对于声音内容的需求不断增长，无论是在通勤路上、休闲时刻还是睡前时光，声音都成为了陪伴的重要元素。

声音经济对线下实体有一定影响。线下产业为迎合当今用户对于线上声音娱乐项目的喜好，对线下业务进行数字化转型，提高用户参与度。声音经济应用场景不断拓宽，以及线下业务的转型实现产业价值的提升，为产业中游企业提供更多的变现模式，为产业上游反馈市场需求变化以及做出产业调整。

“元宇宙”概念越发火热，以虚拟现实与增强现实为代表的融合技术为声音经济带来新的发展机遇。TTS

等技术创新了声音经济的内容生产模式，在原有的UGC、PGC及PUGC的内容生产模式基础上新增了AIGC模式；虚拟技术为声音产业开拓了新业务即虚拟化，通过AI合成音频、3D投影形象等方式，开展虚拟演唱会等声音娱乐项目。

声音经济目前的盈利模式，是以C端知识付费和B端广告收入为主。由于消费观念的转变，追求精神层面的满足、社会竞争压力导致的认知焦虑增强以及版权意识的提升，人们的知识付费意愿近年来显著增强。

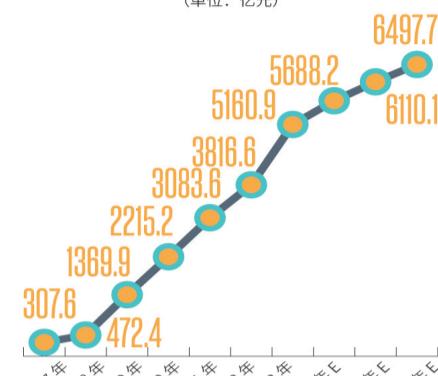
针对C端消费者，主要变现方式以会员订阅和付费点播为主。近年来衍生出的在线音频直播等创新型业态，主要变现方式为销售一些被用于表达对主播支持的消耗性虚拟礼品。针对B端用户，变现方式主要为广告收入，包括展示广告、音频广告以及品牌推广活动。

目前，音频内容的数量、更新频率、质量与创新程度仍然是在线平台之间竞争的关键所在。

艾媒咨询首席分析师张毅指出，相比较为成熟的短视频、长视频等行业，播客的商业模式、变现能力还不完全成熟。未来，内容的专业化、知识化、个性化以及差异化将是播客平台获取更广泛用户的前提。提高制作效率、多元化收入模式、创新内容生产等，仍是当前行业发展过程中需要关注和解决的关键点。

2024年中国声音经济产业规模达5688.2亿元

(单位：亿元)



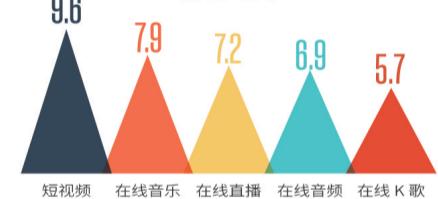
2024年中国在线音频用户达7.47亿人

(单位：亿人)



声音经济细分领域月活跃情况

(单位：亿人)



艾媒咨询《2022年中国声音经济数字化应用发展趋势报告》、《2021年中国耳朵经济发展专题研究报告》、共研产业研究院《2024-2030年中国声音经济市场调查与投资战略报告》、互联网数据中心《中国智能家居设备市场季度跟踪报告》、华经产业研究院《2022年中国声音经济行业的发展现状及趋势分析》、《2023-2028年中国声音经济行业市场深度研究及投资战略规划报告》、36氪研究院《2023年中国在线音频行业洞察报告》、智研瞻产业研究院《中国声音经济行业市场深度研究及投资战略规划报告》、Mob研究院《2022年声音经济洞察报告》、灼识咨询



(请点击“数据”频道)

■策划:罗韵
■采写:罗韵
■制图:廖木兴

