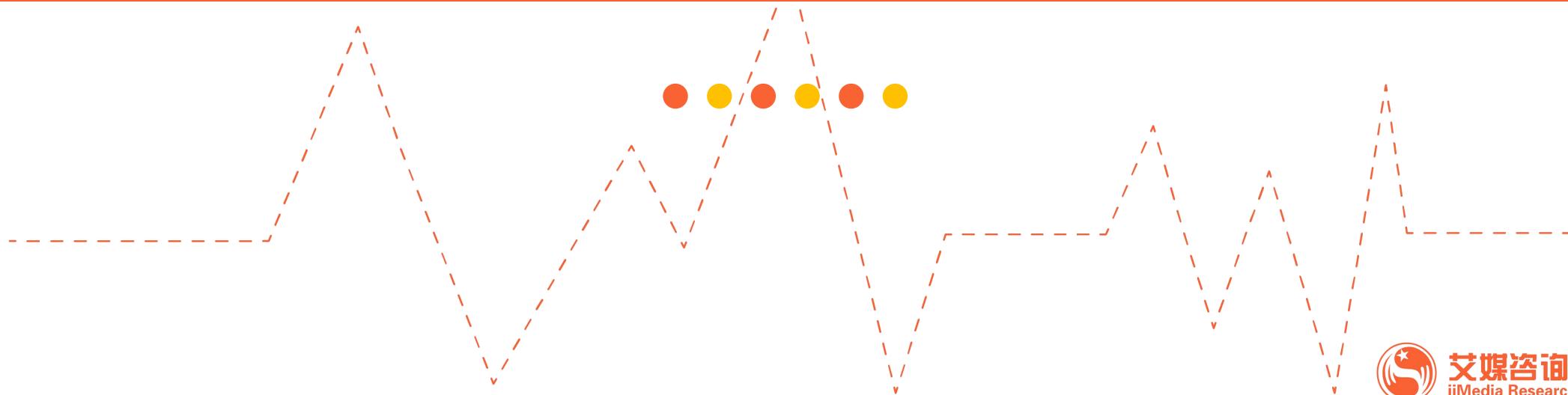


2017上半年 中国手机音乐客户端市场研究报告

2017H1 China Mobile Music Market Research Report





研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

- 通过对行业专家、相关企业与网民进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星统计分析系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截至2017年6月底，北极星采用自主研发技术已经实现对7.65亿独立装机覆盖用户行为监测。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。



目录

1

2017上半年中国手机音乐客户端市场发展动态

2

2017上半年中国手机音乐客户端用户行为分析

3

2017上半年中国手机音乐客户端市场案例分析

4

中国手机音乐客户端发展趋势解读

01

2017上半年中国手机音乐客户端市场发展动态





音乐体验不断升级，功能更新用户感受

1 酷我推出“智能煲机”功能，深耕音乐体验

6月，酷我推出智能煲机功能，旨在通过简易的操作让耳机或音响设备达到最佳状态，从而享受更高品质的听觉体验。这是酷我继HiFi独占模式、一键升音质之后继续深耕极致音乐体验的又一创举。

2 酷狗音乐音效大更新，蟒蛇音效带来听歌新体验

6月，酷狗音乐前后在安卓和iOS系统更新音效功能，蟒蛇音效下设3D丽音、超重低音、纯净人声、3D旋转、HiFi现场等42款音效，极大地丰富用户体验。另外，鹿晗、Taylor Swift、BIGBANG等明星音效的推出为QQ音乐粉丝提供明星福利。

3 酷我首个全景环绕音效上线，征服音乐发烧友

6月，酷我音乐开设“全景环绕音效”功能，是首个开通此功能的音乐播放器。“全景环绕”音效采用5.1声道环绕，共有六个声道在不同方向、共同作用输出声音，使得用户在收听音乐的时候产生被音乐包围的身临其境的真实感。

用户需求释放 音乐硬件市场显现活力

1 Vinci与百度音乐携手打造定制款耳机

5月，百度音乐与Vinci智能头机携手召开“一起听，极致听”发布会，并联合推出定制版智能头机，售价为1299元。Vinci Lite 百度音乐定制款耳机主打语音交互人工智能功能，带给用户智能社交体验。

2 酷我 H1头戴式无线蓝牙音乐耳机上线

6月，酷我推出“酷我H1头戴式无线蓝牙音乐耳机”，售价199元，价格亲民。作为酷我音乐第四款硬件产品，酷我H1同时兼具性价比和音质，覆盖了生活中大部分使用场景。



Vinci Lite 百度音乐定制款



酷我H1

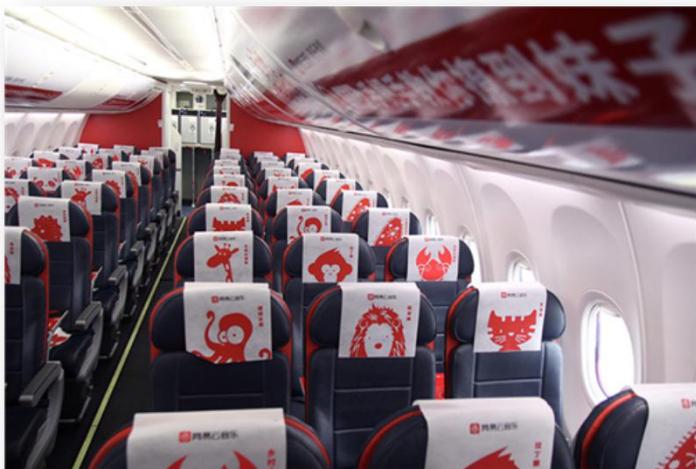
线下推广受重视，“上天下地”宣传营销

1 网易云“音乐专机”起飞，亮相浦东国际机场

6月，由网易云与扬子江航空联合推出的网易云音乐·音乐专机正式起航，航班号为Y87501/Y87502，并将持续运作一个月。网易云再次与传统交通行业结合，联合推出营销活动。

2 QQ音乐12周年庆，打造“巨型录音机”

6月，QQ音乐为庆祝成立12周年，在北京三里屯太古里打造了一家“巨型录音机”外形的音乐快闪店，称之为“音乐能量站”，乐迷可在10天的时间内参观、互动、试听。



网易云“音乐专机”



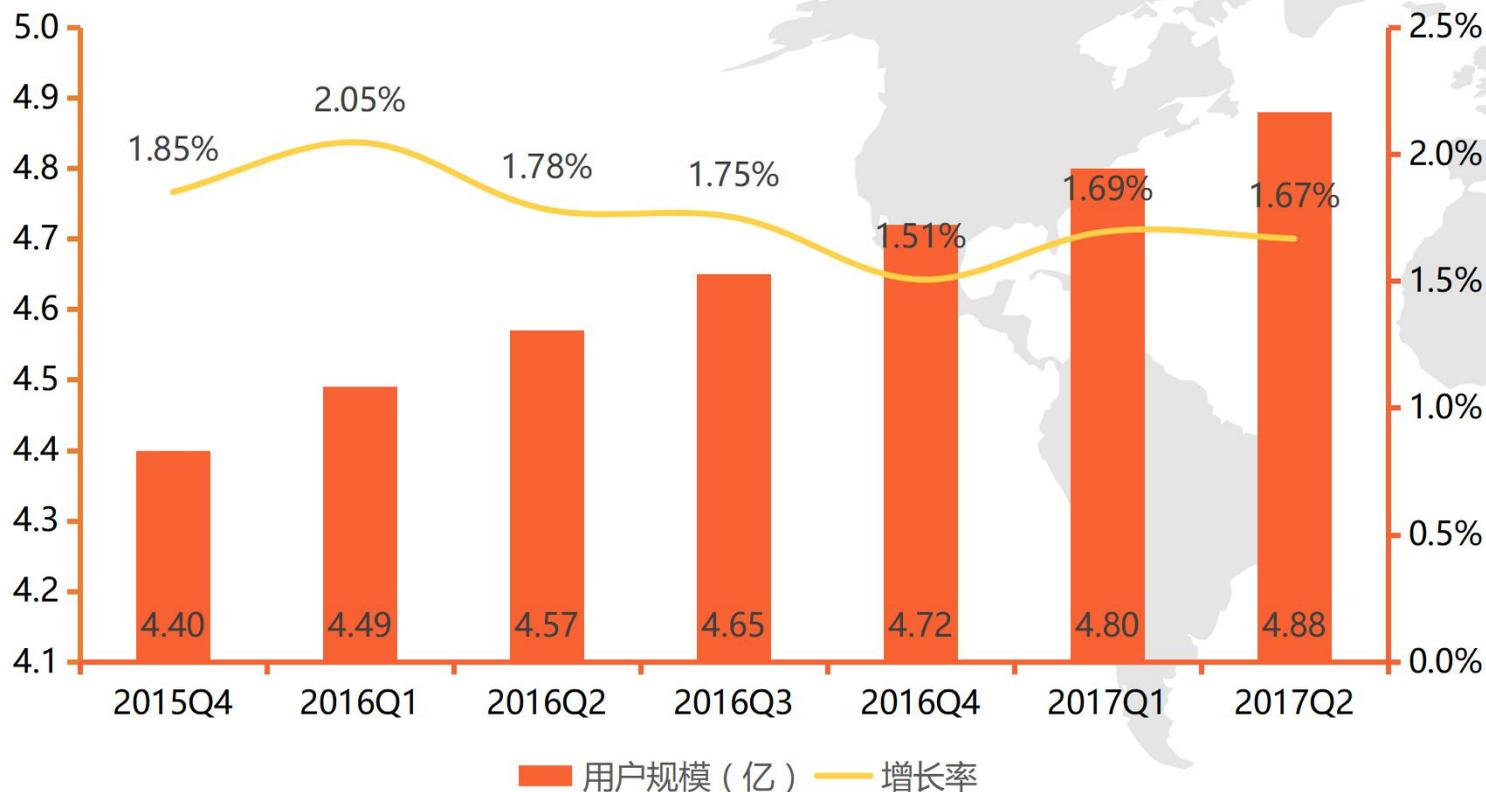
QQ音乐“巨型录音机”



手机音乐客户端用户规模达4.88亿

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2017Q2中国手机音乐客户端用户规模达4.88亿人, 较2017Q1增长1.67%。手机音乐客户端用户规模整体较为饱和, 增长速度平稳。

2015Q4-2017Q2中国手机音乐客户端用户规模



数据来源: 艾媒北极星 (截至2017年6月底, 北极星采用自主研发技术已经实现对7.65亿独立装机覆盖用户行为监测)



TME（酷狗、QQ、酷我音乐）占据下载量半壁江山

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，截至2017年上半年，酷狗音乐、QQ音乐、酷我音乐分别以31.3%、17.8%、15.7%的占比位居累计下载量占比排行榜前三名。艾媒咨询分析师认为，手机音乐客户端市场已进入相对稳定的状态，TME集团占据下载量超六成，为其他音乐客户端留下的空间较少。

2017上半年中国手机音乐客户端累计下载量占比排行

	酷狗音乐	31.3%
	QQ音乐	17.8%
	酷我音乐	15.7%
	网易云音乐	8.7%
	百度音乐	4.5%
	多米音乐	2.8%
	其它	19.2%

注：本页累计下载量截止到2017年第二季度。

数据来源：iiMedia Research

02

2017上半年中国手机音乐客户端用户行为分析

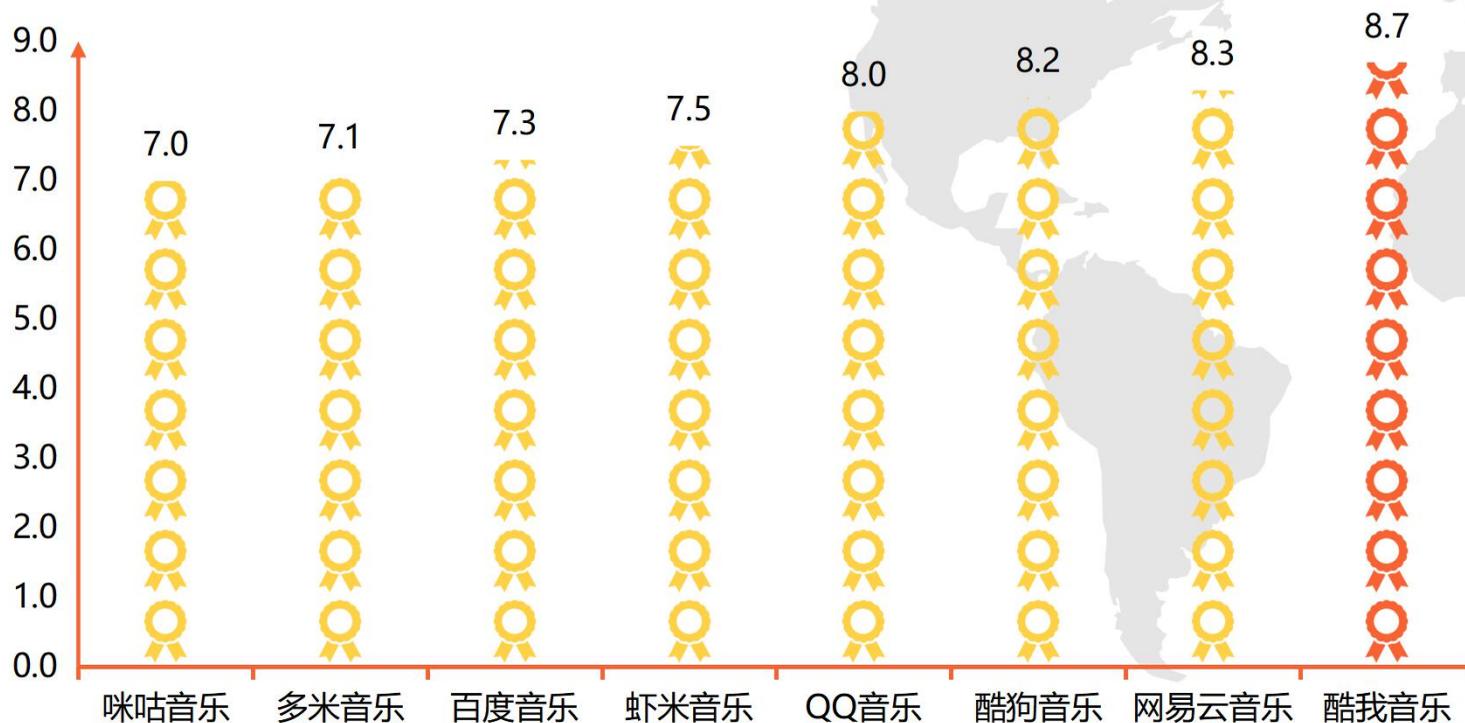




酷我音乐稳居第一，用户满意度最高

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，在2017年上半年中，酷我音乐以8.7用户满意度位居榜首，随后是网易云音乐和酷狗音乐，满意度分别是8.3和8.2。艾媒咨询分析师认为，酷我音乐在发展过程中一直注重为用户提供完美的音乐体验，煲机功能和全景环绕音效的推出不断满足音乐用户的需求，为其提供更好的服务。

2017上半年中国手机音乐客户端用户满意度调查

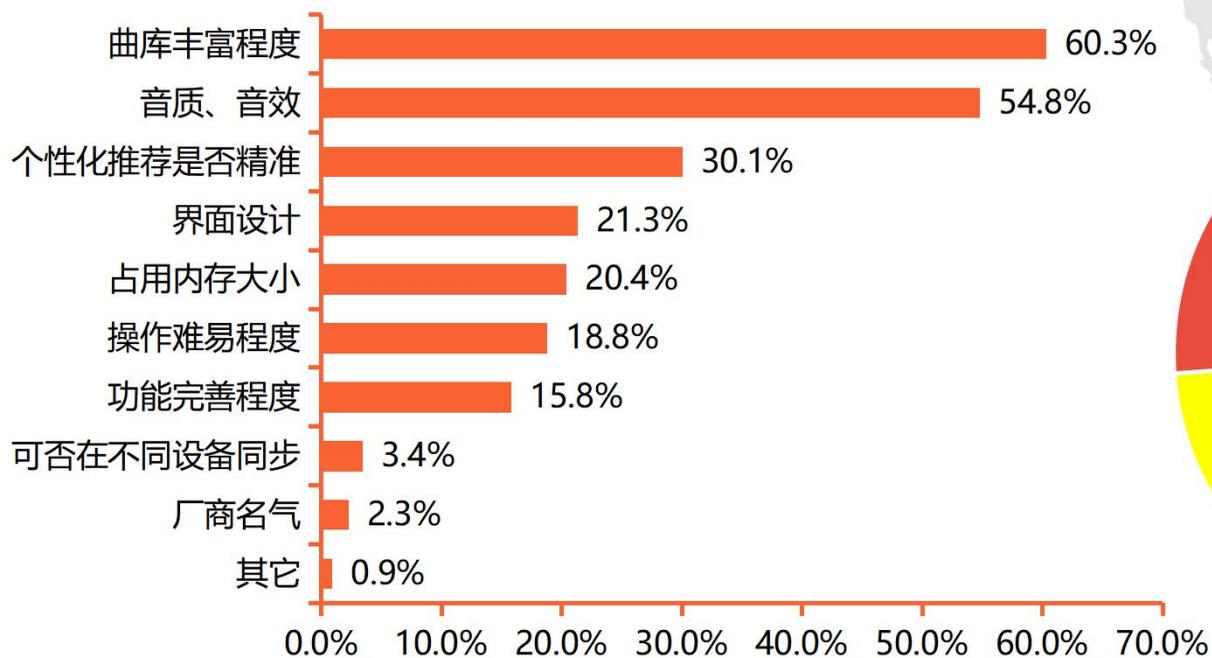




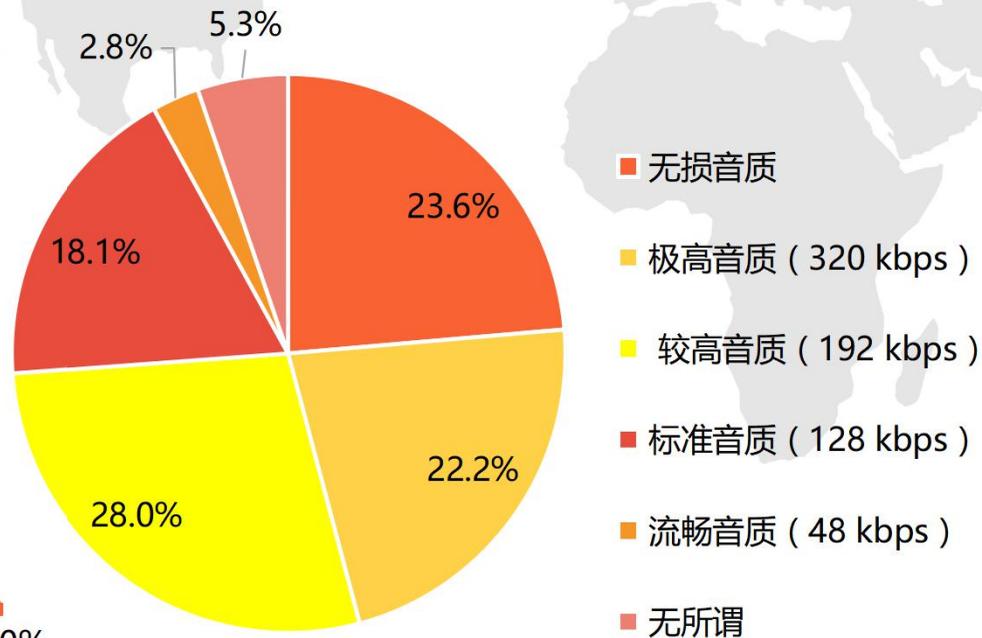
曲库、音质、音效被用户看重，无损音质受欢迎

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 在选择音乐客户端时, 受访用户最看重的是曲库的丰富程度, 占比60.3%, 音质、音效也受到音乐客户端用户的重视, 占比54.8%。至于音质选择上, 手机音乐客户端用户偏好分布较为平均, 较高音质 (192kbps) 占比最高, 为28.0%, 无损音质和极高音质 (320kbps) 以23.6%和22.2%分列二三位。艾媒咨询分析师认为, 在选择手机音乐客户端时, 曲库、音质、音效是用户最看重的因素, 手机音乐客户端厂商可通过版权的丰富和用户体验的提升来获取更高的市场份额。

2017上半年中国手机音乐客户端用户看重因素分布



2017上半年中国手机音乐客户端用户音质偏好



数据来源: iiMedia Research



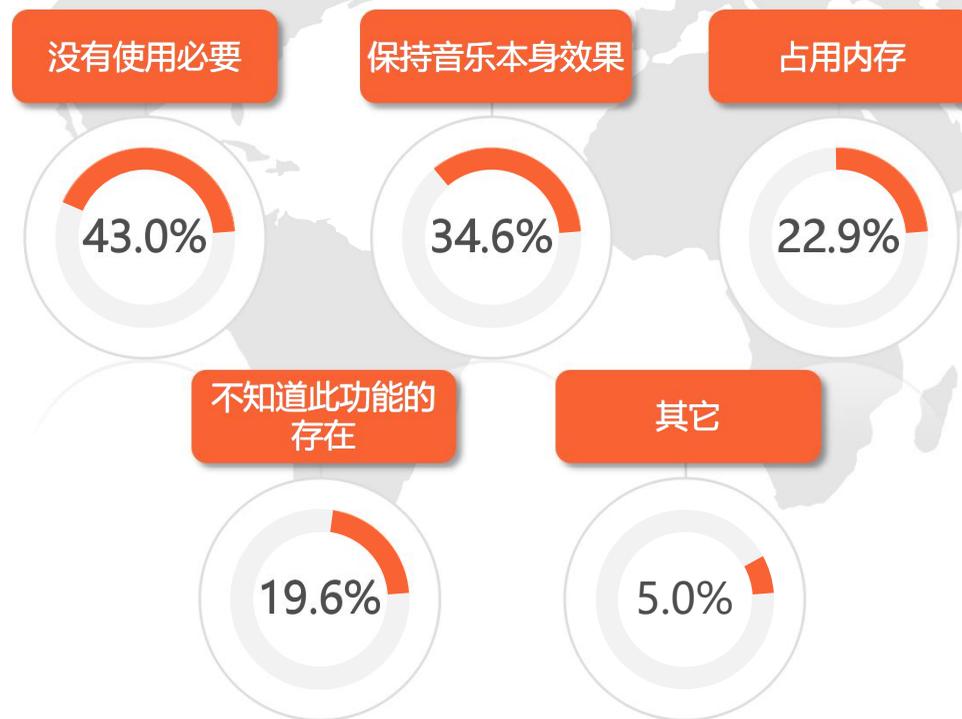
近六成用户使用音乐客户端特殊音效

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 58.9%的受访用户会使用手机音乐客户端中的特殊音效。在不使用特殊音效的用户中, 认为“没有使用必要”的占比43.0%, 其次是“保持音乐本身效果”, 占比34.6%。艾媒咨询分析师认为, 手机音乐客户端的特殊音效功能逐渐被用户认知并且使用, 但对于部分用户而言, 听音乐要保持音乐本身, 没有必要去使用特殊音效, 音乐客户端厂商可突出特殊音效的优势, 加以宣传, 吸引更多人使用。

2017上半年中国手机音乐客户端用户特殊音效使用情况



2017上半年中国手机音乐客户端不使用特殊音效原因分布



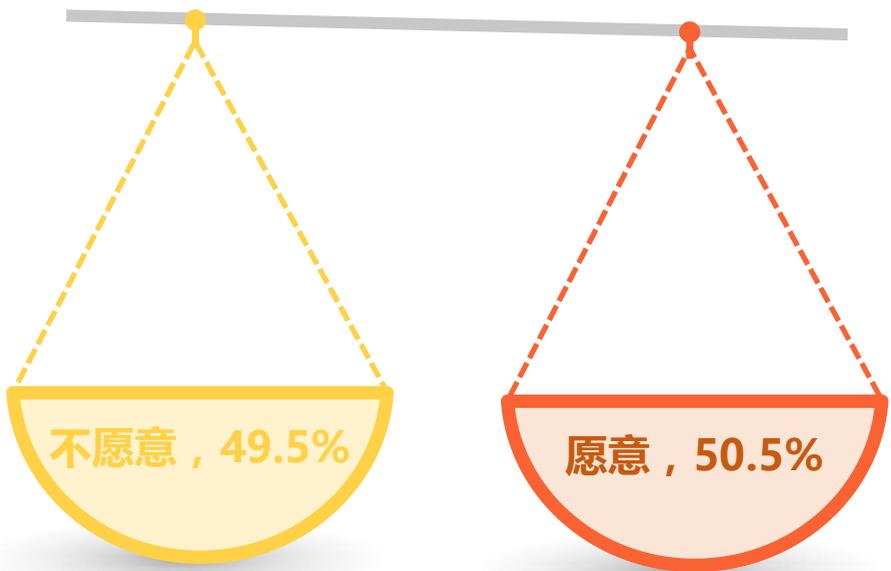
数据来源: iiMedia Research



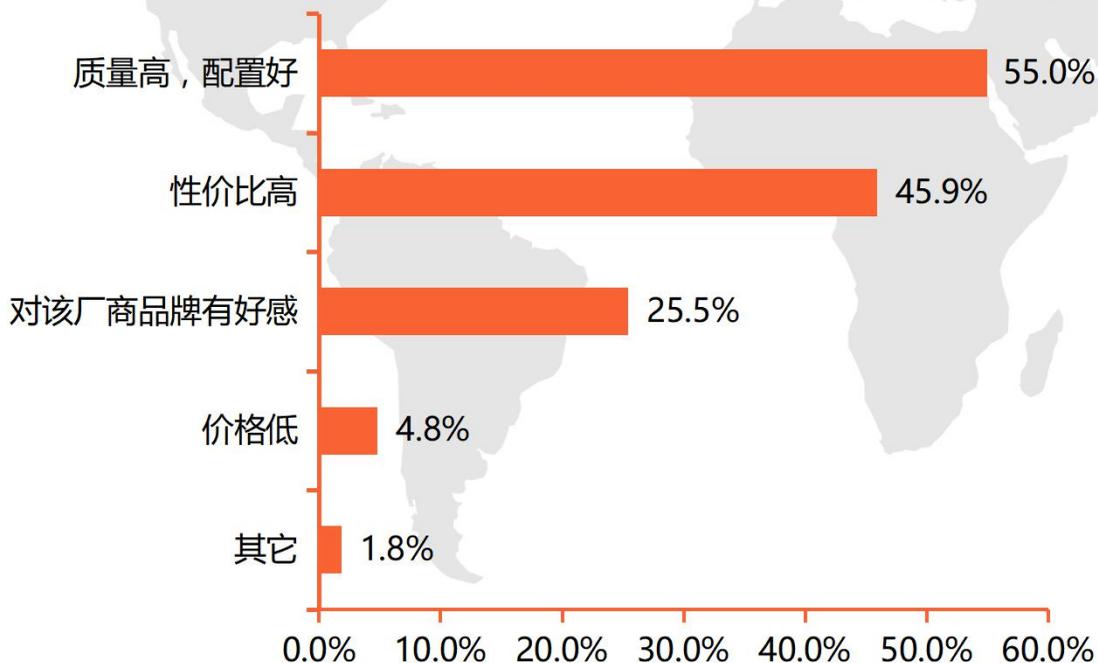
半数用户愿意购买音乐客户端厂商推出的硬件设备

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 50.5%的受访用户表示愿意购买音乐客户端厂商推出的硬件设备。在原因分布上, 55.0%的用户认为音乐客户端厂商推出的硬件设备质量好, 配置好, 45.9%的用户认为其性价比高, 而对厂商品牌的好感度也影响了用户的购买意愿, 占比25.5%。艾媒咨询分析师认为, 音乐客户端推出的硬件设备以质量好、性价比高等特点获得了较好的口碑, 促进了用户的消费意愿, 酷我音乐等音乐客户端厂商在硬件市场的尝试和发展具有一定的前景。

Q : 是否愿意购买音乐客户端厂商推出的硬件设备 ?



Q : 愿意购买的理由是 ?



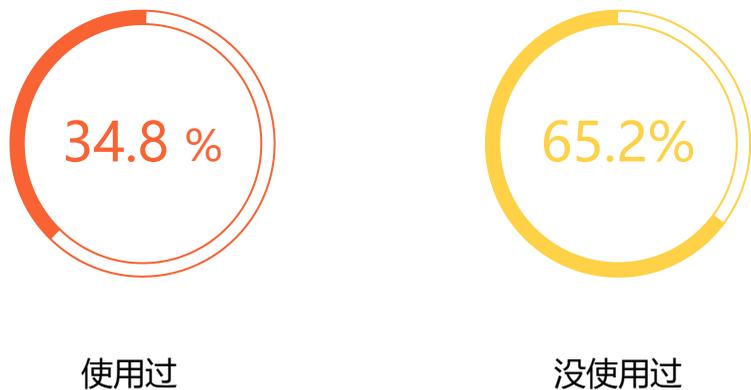
数据来源 : iiMedia Research



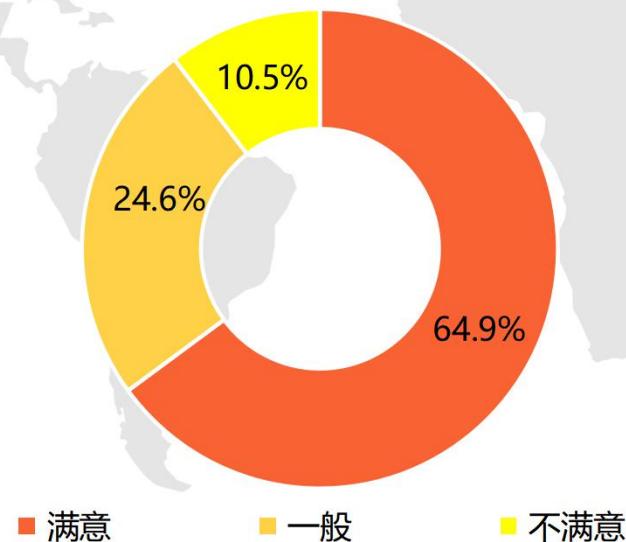
短视频功能融入音乐客户端，三成用户有所体验

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，34.8%的受访用户使用过手机音乐客户端中的短视频功能，并且其中64.9%的用户对短视频功能持满意态度，10.5%对音乐客户端中的短视频功能不满意。艾媒咨询分析师认为，当下短视频发展迅猛，多种类型的手机应用（如微博、今日头条等）内嵌了短视频的功能，手机音乐客户端内嵌入音乐相关短视频，把握市场动态，给用户带来视觉刺激，丰富音乐客户端功能。

2017上半年中国手机音乐客户端短视频功能使用情况分布



2017上半年中国手机音乐客户端用户对短视频功能满意情况分布



数据来源：iiMedia Research



清新、怀旧、放松类音乐获较多用户喜爱

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 在音乐情感标签的分布上, 清新、怀旧、放松的心情类型分别有 39.7%、38.1%和30.7%的受访用户经常收听。励志、浪漫、甜蜜等心情类型也有较多的受访用户收听。艾媒咨询分析师认为, 歌单、推荐设置算法可从用户常收听的音乐心情类型出发, 情感个性化的推荐或能迎合用户偏好。

2017上半年中国手机音乐客户端用户收听音乐情感标签分布

清新	39.7%	怀旧	38.1%	放松	30.7%
励志	28.7%	浪漫	28.2%	甜蜜	20.4%
伤感	19.3%	快乐	17.4%	治愈	15.8%
安静	14.9%	性感	11.7%	感动	9.6%
兴奋	7.3%	思念	5.1%	寂寞	3.2%

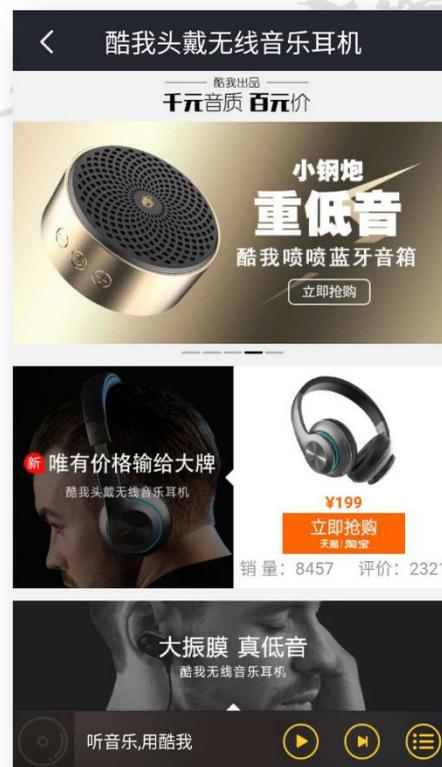
03

2017上半年中国手机音乐客户端市场案例分析



6月，酷我音乐推出“酷我H1头戴式无线蓝牙音乐耳机”，主打超高性价比。“酷我H1头戴式无线蓝牙音乐耳机”是酷我音乐继“酷我K1无线耳机”、“酷我喷喷S7防淋水蓝牙音箱”和“酷我S7Pro真无线立体声蓝牙音箱”后在硬件市场的第四款硬件产品。

分析师点评：酷我音乐从音乐播放器到耳机，从软件市场到硬件市场的道路走出了属于自己的市场。无论是在2015年面世便获得好评不断的K1还是2年后表现优异的H1，酷我稳扎稳打，用质量和口碑深耕硬件市场。



酷狗音乐——特殊音效丰富用户体验



6月，酷狗音乐重点更新音效功能，旨在为用户提供更多音乐体验。其中，蝮蛇音效受到广大用户关注，用户使用过后可以评论每一种音效，分享使用心得。酷狗音乐还为用户提供自制音效的功能，有着较高的用户友好度，极大地丰富了用户的音效体验。

分析师点评：酷狗音乐在音效上的尝试和发展以用户为中心，特殊音效成为自身特色功能之一。主推蝮蛇音效功能为更多用户体验优质音乐效果提供了可能。但在音效的比拼中，酷我音乐也不甘落后，其全景环绕音效等也有着较强的竞争力。

QQ音乐——构建音乐内容生态



QQ音乐在7.5版本中，在“发现”板块新增了音乐号功能，音乐机构、乐评人、音乐自媒体和通过验证的用户可在音乐号中通过文字、音频、视频、直播电台等各种形式分享音乐。用户根据兴趣在音乐号聚集，音乐号形成内容社区。

分析师点评：QQ音乐在播放器中新增音乐号的功能，使得在这一平台上的用户聚合，通过阅读类杂志图文，兴趣相投的用户聚集形成内容社区。内容社区形成后，用户留存时间或将增长，依靠内容增强了用户粘性，QQ音乐得以构建音乐内容生态。



04

中国手机音乐客户端发展趋势解读





中国手机音乐客户端发展趋势解读

A

内容竞争激烈，挖掘扶持音乐人仍是热点

音乐客户端厂商间的竞争是内容的竞争，各大厂商早已将视线放到音乐人上。早在2016年，各大厂商在音乐人扶植上面已各有所行动，各种扶植计划层出不断。艾媒咨询分析师认为，在内容竞争激烈的市场中，通过挖掘并扶持音乐人的行动，或能以相对较低的成本获取优质的音乐资源，这样的扶植计划将不断继续。

B

用户收听体验不断优化，音质音效是重点

音乐的播放和收听中，最重要的是音质和音效，提高用户体验，必须在音质和音效上有所耕耘。无论是酷我音乐的无损音乐曲库，还是酷狗音乐的蟒蛇音效，手机音乐客户端厂商从致力于提供高音质，增加音乐效果来优化用户的收听体验。



中国手机音乐客户端发展趋势解读

C

线下推广未过时，营销活动成为看点

地推作为传统的宣传方式之一，并未过时，与交通工具的结合更新了线下推广的形式。网易云音乐、QQ音乐等厂商在线下推广时采用具有新意的宣传方式，起到了较好的宣传效果。艾媒咨询分析师认为，线下推广作为必要的宣传方式，有效、创新地加以利用，能够起到让人眼前一亮的效果，线上线下相结合，达到最好的宣传效果。

D

硬件市场焕发生机，专业音乐播放设备受欢迎

随着人们生活水平的提高和对品质要求的提升，专业音乐播放设备已不再是音乐发烧友专享的东西。音乐客户端厂商在硬件市场中耕耘，推出适应用户各种需求和多种场景使用的音乐设备，在硬件市场占据重要的位置。艾媒咨询分析师认为，类似于酷我音乐等厂商，结合自身优势和特色推出具备竞争力的音乐设备，在硬件市场中占领一席之地，为用户带来软硬件合一的优质体验。



中国手机音乐客户端发展趋势解读

E

版权变化风驰电掣，共享合作是用户福音

版权作为各大音乐厂商必争之地，一直以来纷争不断。从2016年酷我音乐、酷狗音乐、QQ音乐的版权合作，到近日QQ音乐和虾米音乐的相互授权，版权共享合作或将持续发展。艾媒咨询分析师认为，独家版权的获取成本相对较高，版权合作有利于音乐客户端厂商降低版权花销成本，与此同时有助于音乐客户端用户在一款音乐客户端中获取较全的曲库，节省时间和内存。

F

音乐玩法新意层出，留存用户成关键

在音乐客户端市场成熟的今天，留存用户成为各大在线音乐平台主要的目标之一。QQ音乐在内容生态上布局，通过“音乐号”使用户以阅读的方式认识音乐，酷我音乐、酷狗音乐、网易云音乐融入短视频功能丰富用户音乐感官，各大平台以多种方式更新音乐用户体验，提高用户留存率。



移动应用运营监测 (bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，
透视用户活跃留存流失，
提升推广效率降低成本。

大数据舆情管控系统 (yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘
技术，全面满足客户各类
需求，危机预警追踪。

用户感知与体验监测 (survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，
了解用户主观消费意愿，
获取用户客观服务评价。

微信微博媒体监测 (SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，
评估公众号的传播实力，
识别受众兴趣与偏向。

移动广告效果监测 (www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全
流程用户行为跟踪，投放
策略建议与优化。



—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——



法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告版权归属于艾媒咨询集团控股有限公司（中国香港）；报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。

<http://report.iimedia.cn> 一键定制 

因为专注，所以专业！

Since 2017, we focus on New Economy!



全球领先的新经济行业大数据挖掘与分析机构

