

# 2013Q3中国无线音乐市场季度监测报告

China Wireless Music Market Quarterly Research Report  
(内部版)

---



# 报告目录

## 研究方法

## 概念定义

## 分析评论

## 报告正文

1. 2013Q3中国无线音乐市场规模
2. 2013Q3中国无线音乐用户规模
3. 2013Q3中国无线音乐客户端用户规模
4. 2013Q3中国无线音乐客户端用户关注度调查
5. 2013Q3中国无线音乐客户端用户满意度调查
6. 2013Q3中国无线音乐用户最关注的音乐客户端特性
7. 2013Q3中国无线音乐客户端用户使用频率和时间长度
8. 2013Q3中国无线音乐客户端用户使用场所调查
9. 2013Q3中国无线音乐用户搜索音乐类型分布
10. 2013Q3中国无线音乐客户端用户付费意愿

## 法律声明

## 关于艾媒

# 研究方法

**本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自由的用户数据监测系统。**

- 通过对行业专家、运营商、无线音乐服务商、渠道等进行深度访谈，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数据库和草莓派调研社区 ( <http://survey.iimedia.cn> ) 的相关数据分析。

# 概念定义

- **无线音乐**

指用户利用手机等通信终端，以SMS、MMS、WAP、IVR、WWW等接入方式获取以音乐为主题内容的相关业务的总称，具体包括现有的彩铃、振铃、无线音乐俱乐部、无线首发、无线音乐搜索以及手机客户端软件等业务。本报告所研究内容只包含以手机终端为载体的无线音乐服务。

- **无线音乐市场规模**

无线音乐市场规模包括电信运营商（OP）的音乐短信业务和非短信业务以及无线音乐CP（内容提供商）和SP（服务提供商）的营收规模。

- **电信运营商（OP）**

是指移动网络的运营商，主要为中国移动、中国电信、中国联通。

- **内容提供商（CP）**

指为无线音乐用户提供音乐内容的唱片公司、音乐人等，如华纳、环球等。

- **服务提供商（SP）**

指为无线音乐用户提供音乐服务的公司，如百度、腾讯、多米、酷狗等。

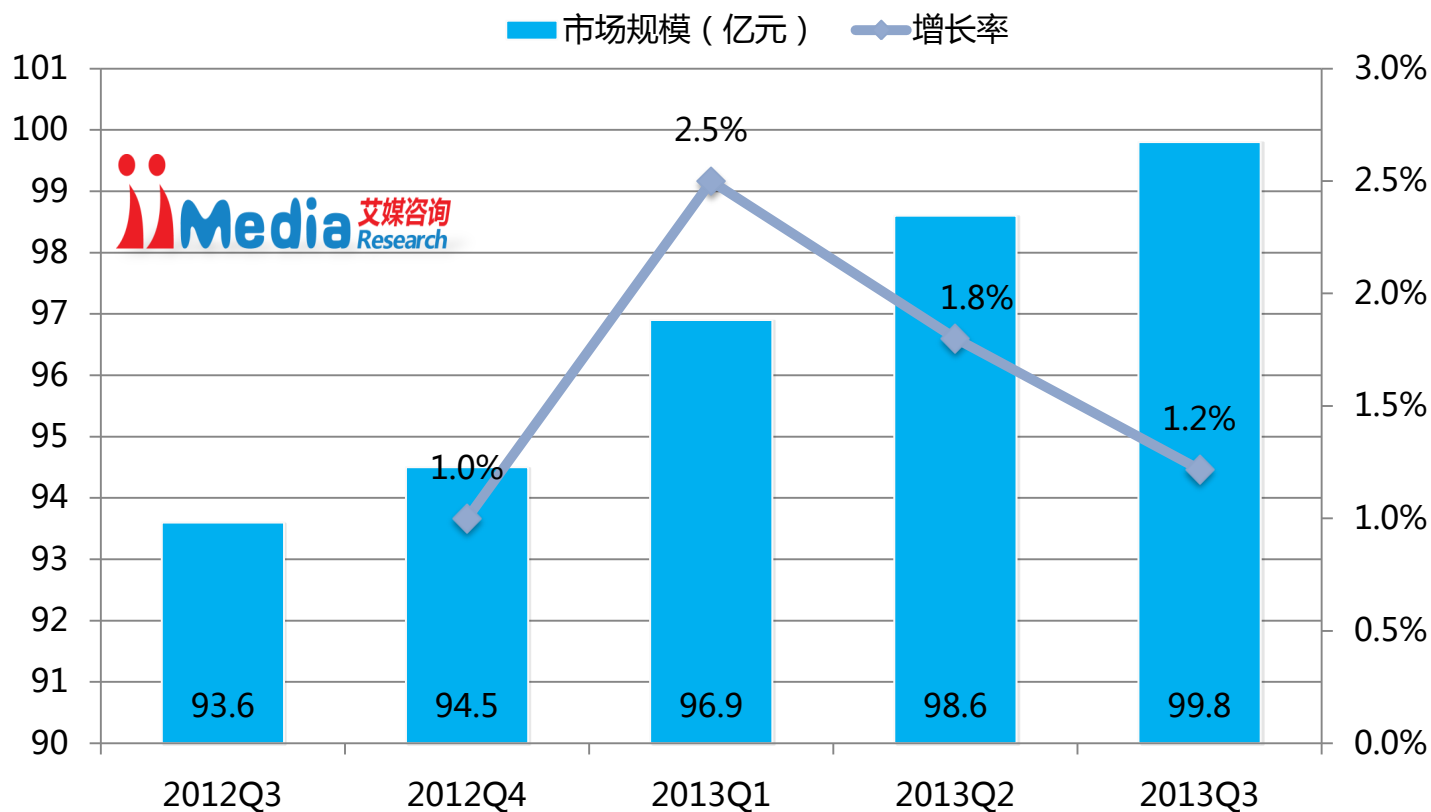
# 核心观点

- 艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013Q3 中国无线音乐市场规模达99.8亿元, 环比增长1.2%, 用户规模达9.27亿, 环比增长3.3%, 市场规模和用户规模持续增长。
- 艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 在2013Q3里多米音乐客户端获得最高的用户关注度, 达到89.3%。同时获得较高关注度的无线音乐客户端的还有QQ音乐、酷狗音乐和酷我音乐等。
- 艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013Q3中国无线音乐第三方客户端用户满意度方面, 酷狗音乐、多米音乐和网易云音乐音乐分居前三位, 满意度分别为8.7、8.5和8.4。
- 艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 中国无线音乐用户最关注的音乐客户端特性是资源丰富、能搜到满意的歌曲和歌词, 占比65.8%, 紧接着是播放器的流畅度、音效等和播放器的界面好, 能自定义皮肤, 分别占比56.6%和48.7%。
- 艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013Q3中国无线音乐客户端用户付费意愿方面, 41.9%的用户倾向于按下载数目付费, 包月收费和会员收费则分别占比23.3%和20.9%。

# 分析点评

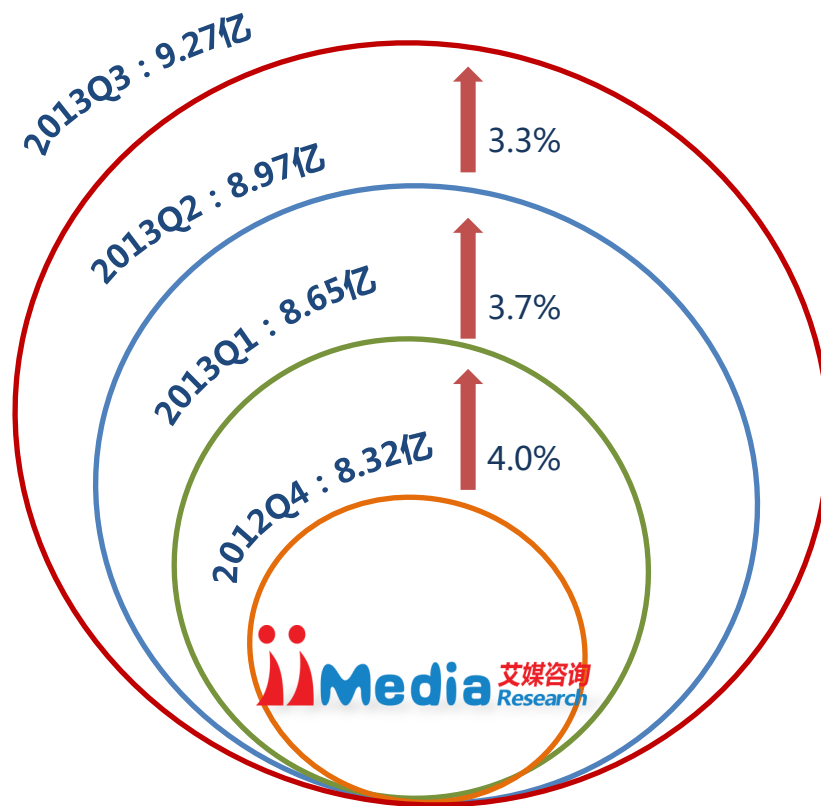
- 随着移动互联网的强势发展，无线音乐迎来了发展机会。在2013年第三季度，无线音乐市场规模接近100亿元，无线音乐市场规模和用户规模持续增长，市场发展形势良好。
- 移动互联网时代，用户对音乐的需求呈现更加的多样化，音乐将不再只是单纯的声音，还将成为人们传递感情和展现个性的社交元素。无线音乐客户端将逐步向场景化、情感化、社交化、娱乐化的方向发展，打造独有的特色内容，以此增加用户粘性。
- 目前国内无线音乐的付费环境尚不成熟，各家音乐服务提供商在探索无线音乐有效的盈利模式和加速商业化的步伐的同时，仍需继续努力培育和提升用户的付费习惯及意愿。
- 移动终端技术的发展，促使各具特色的无线音乐手机客户端不断崛起，随着国内无线音乐市场竞争格局的形成，众多无线音乐客户端将开始进入并购洗牌期，市场将面临进一步地整合。

# 2013Q3中国无线音乐市场规模



艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013Q3中国无线音乐市场规模达99.8亿元, 环比增长1.2%。目前, 中国无线音乐市场规模中运营商无线音乐相关收入依然占相当大比重, 随着移动互联网的发展, 虽然无线音乐在形态及盈利模式上可能会出现新的尝试, 但在无线音乐市场规模方面运营商独大的局面还将持续相当长的时间。

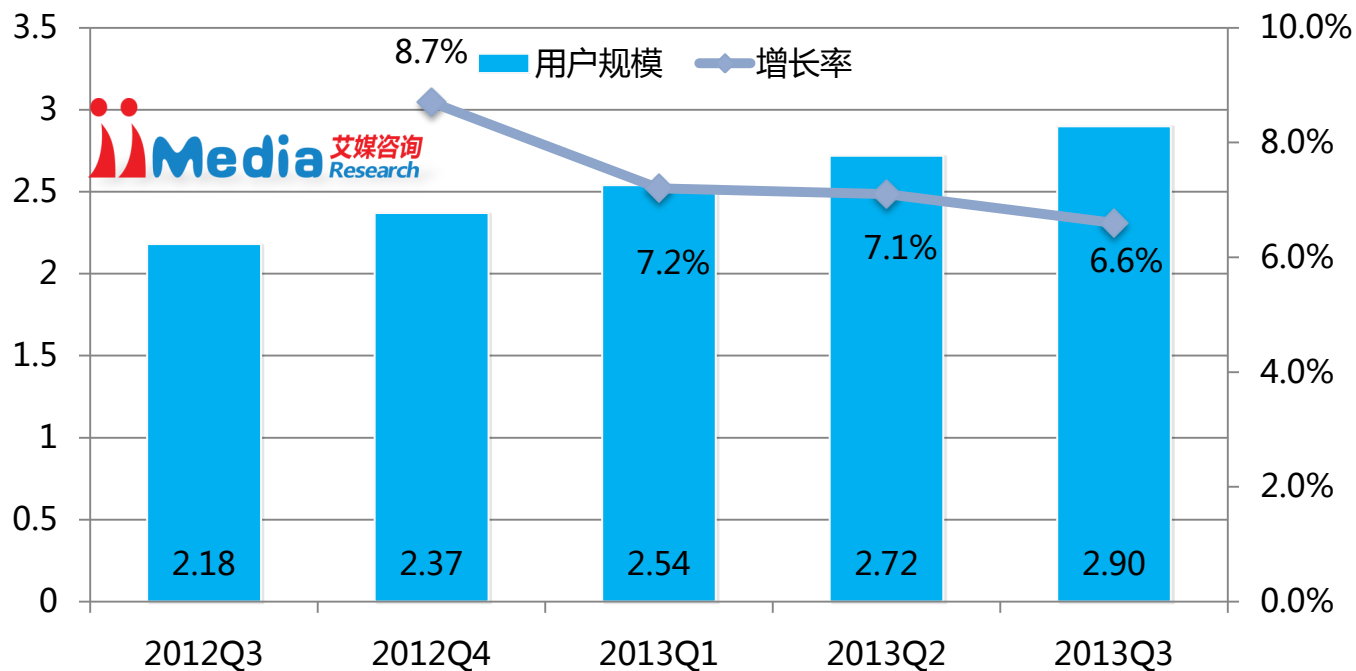
# 2013Q3中国无线音乐用户规模



艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013Q3中国无线音乐用户规模已达9.27亿, 环比增长3.3%。移动终端的日益普及推动了无线音乐用户规模的持续增长, 中国无线音乐用户规模已经达到较高水平。



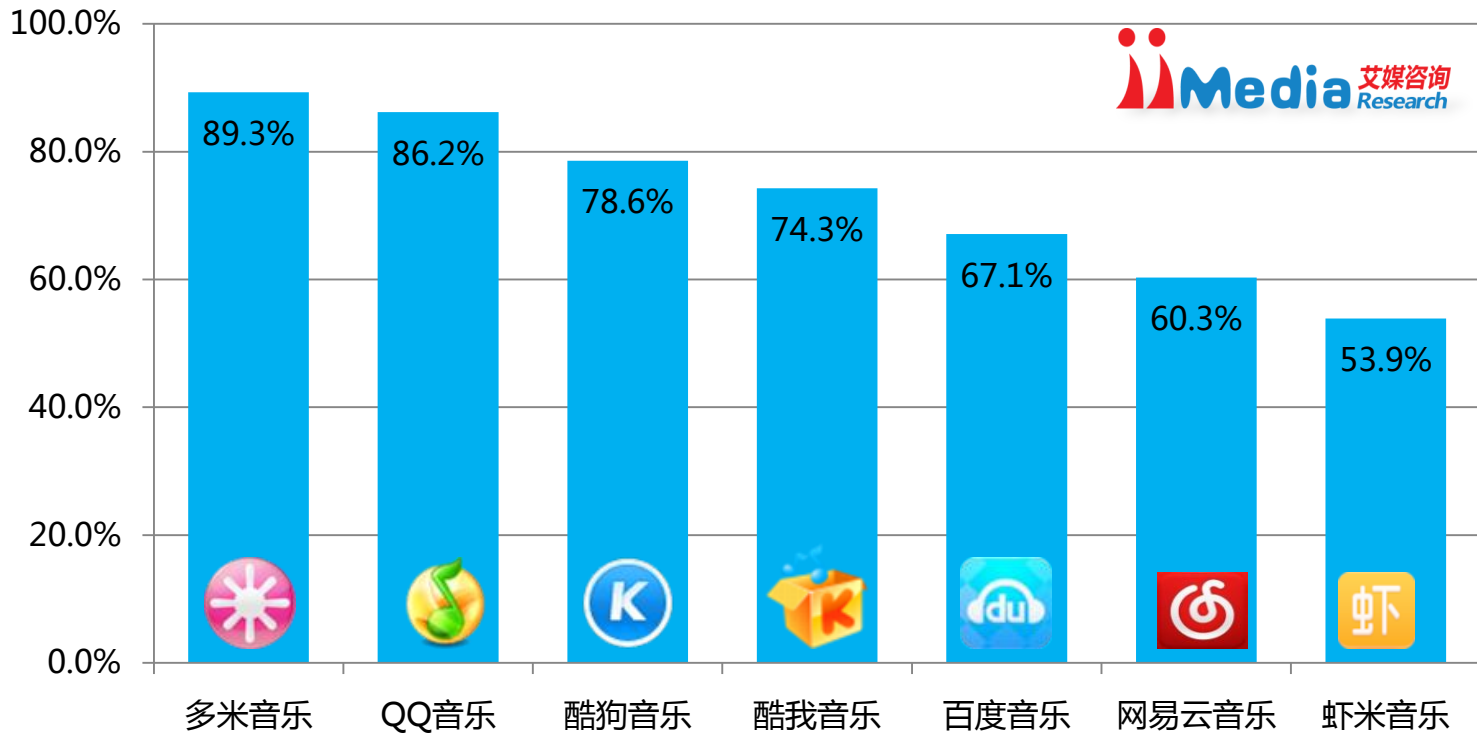
# 2013Q3中国无线音乐客户端用户规模



艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013Q3中国无线音乐第三方客户端用户规模已达2.90亿, 环比增长6.6%, 用户规模增长渐趋平稳。

艾媒咨询 (iiMedia Research) 分析认为, 随着智能手机的普及及手机音乐客户端性能的提高, 将会有越来越多的手机用户使用无线音乐第三方客户端, 无线音乐客户端在无线音乐用户中的比重将不断增大。

# 2013Q3中国无线音乐客户端用户关注度调查



艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 在2013Q3里多米音乐客户端获得最高的用户关注度, 达到89.3%。同时获得较高关注度的无线音乐客户端的还有QQ音乐、酷狗音乐和酷我音乐等。

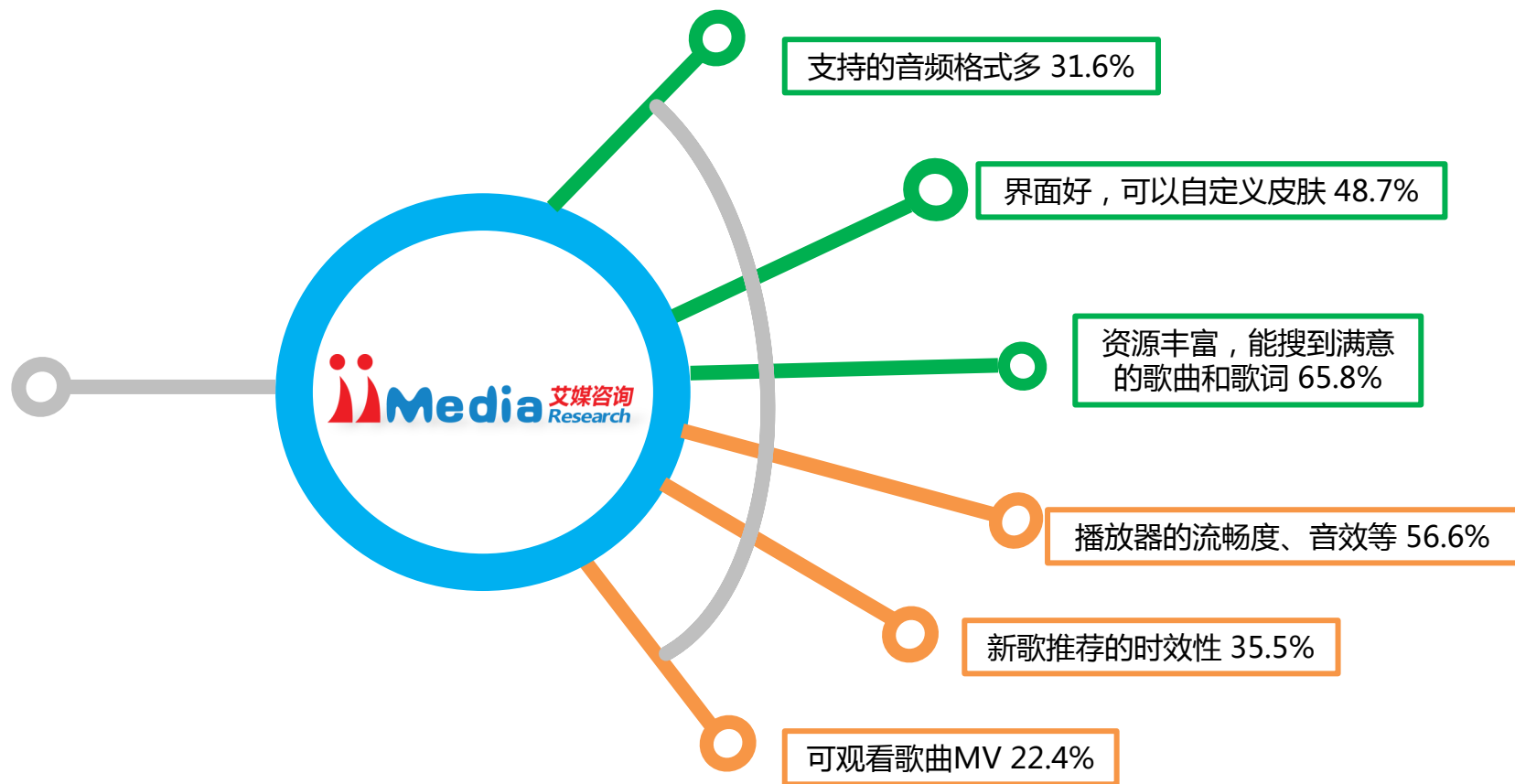
艾媒咨询 (iiMedia Research) 分析认为, 在无线音乐客户端中的新功能特性往往成为有效吸引用户关注的重要因素。多米音乐客户端凭借音乐社交、推荐、歌单等特色功能在2013年第三季度成功吸引最多用户眼球。

# 2013Q3中国无线音乐客户端用户满意度调查



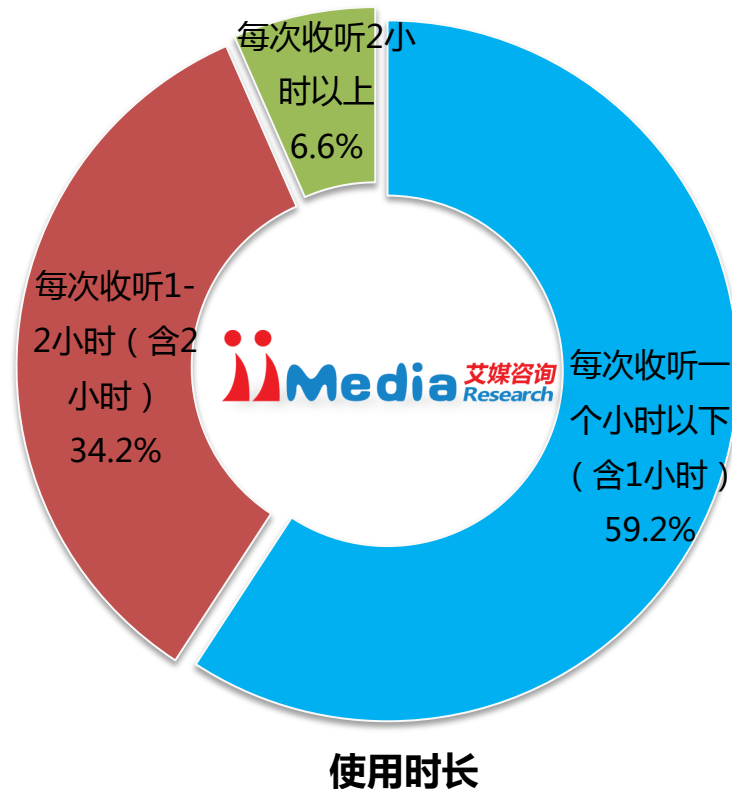
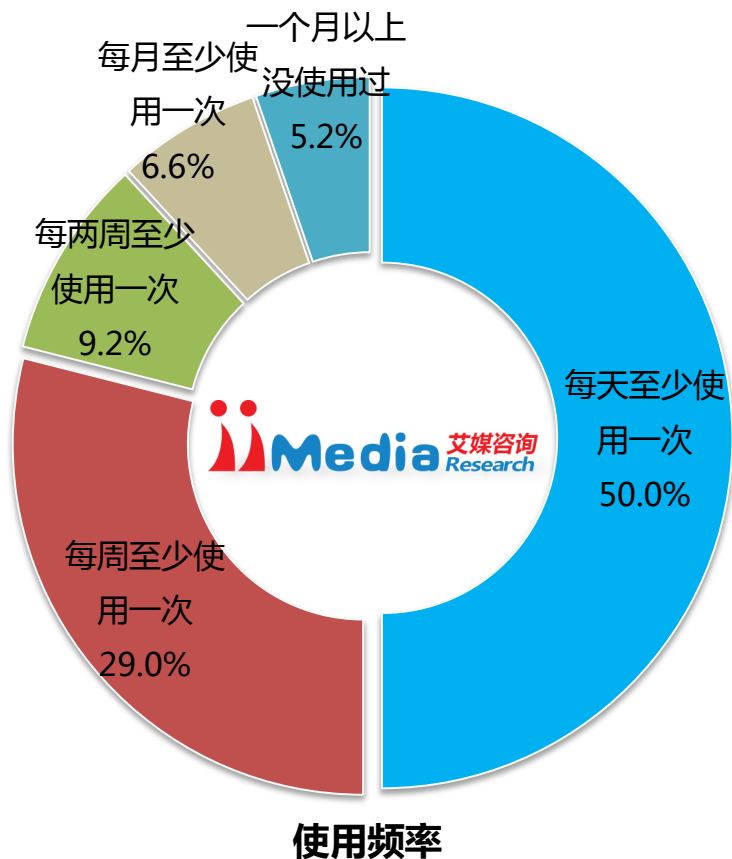
艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013Q3中国无线音乐第三方客户端用户满意度方面, 酷狗音乐、多米音乐和网易云音乐音乐分居前三位, 满意度分别为8.7、8.5和8.4。

# 2013Q3中国无线音乐用户最关注的音乐客户端特性



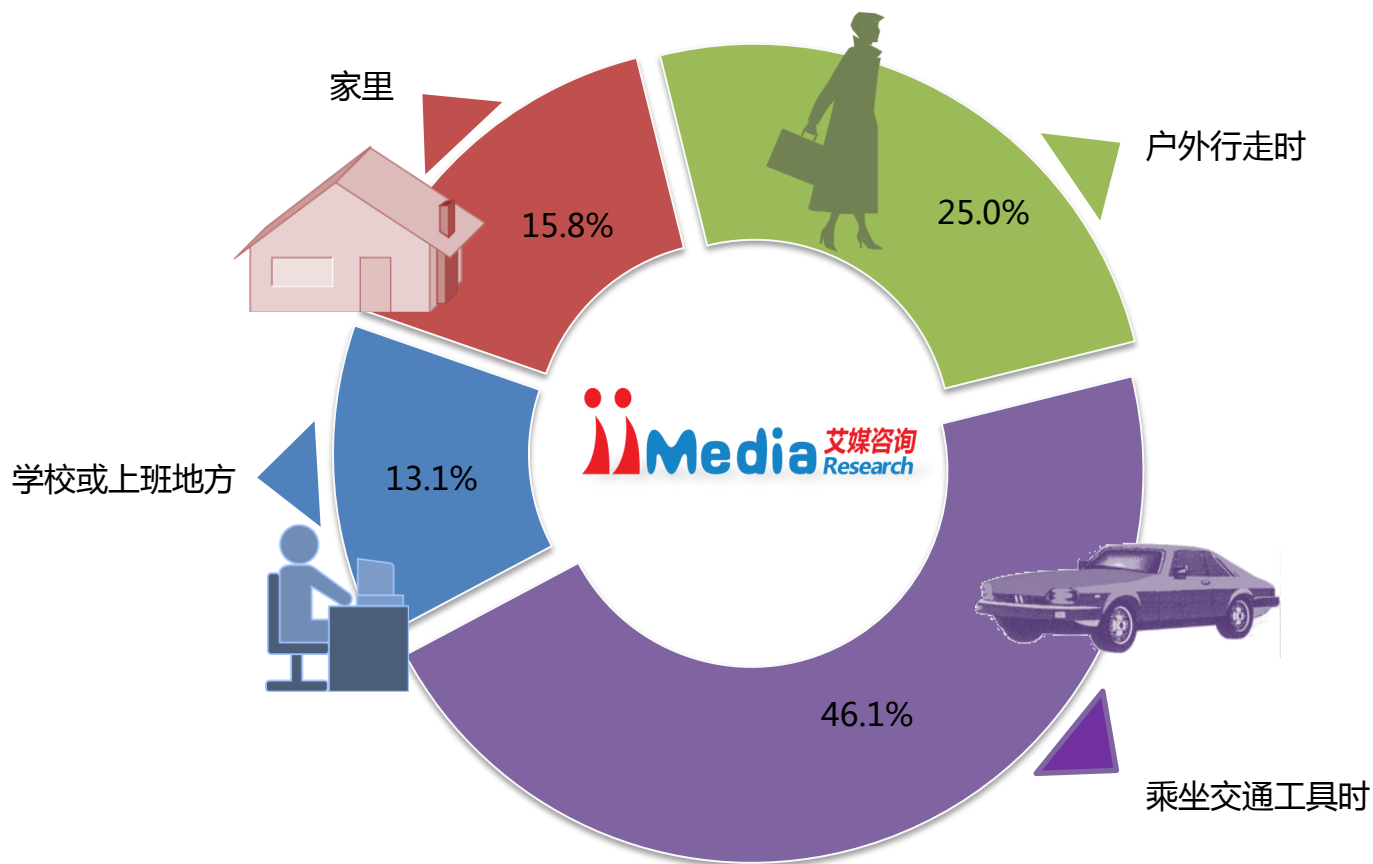
艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013Q3中国无线音乐用户最关注的音乐客户端特性方面, 资源丰富, 能搜到满意度歌曲和歌词占比最多, 达到65.8%; 其次是播放器的流畅度、音效等和界面好、可以自定义皮肤, 分别占比56.6%和48.7%; 而观看歌曲MV的关注度相对较低, 只有22.4%。分析认为当前中国移动网络速度和流量收费是限制用户在手机上观看MV的主要原因。

# 2013Q3中国无线音乐客户端用户使用频率和时间长度



艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013Q3中国音乐客户端用户使用频率方面, 有50.0%的用户每天至少使用一次音乐客户端。在收听时长方面, 59.2%用户每次收听时间在1个小时(含1小时)以下, 额定人数只有6.6%的用户每次收听超过两个小时。艾媒咨询分析认为无线音乐客户端用户呈现出高度碎片化以及移动化的特点, 其程度与用户使用频率成正比。

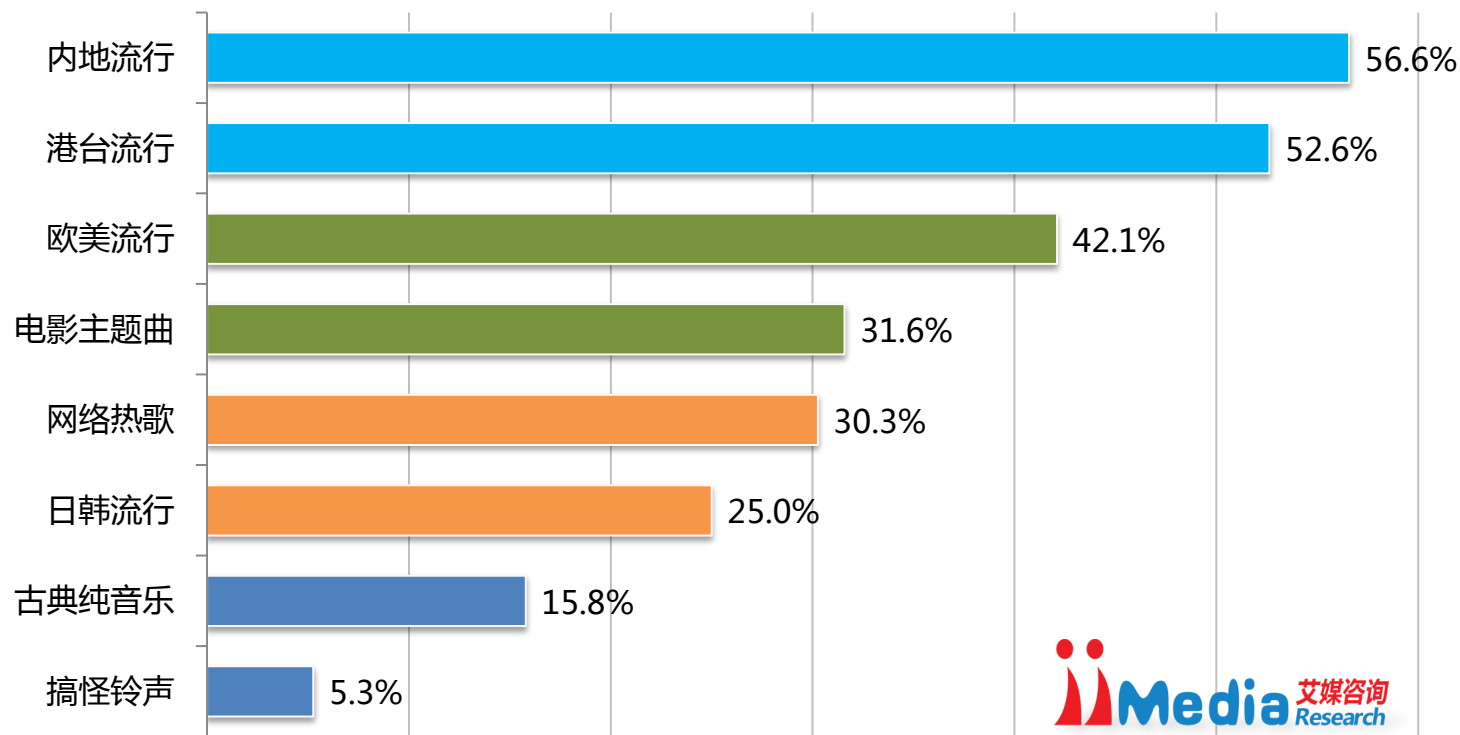
# 2013Q3中国无线音乐客户端用户使用场所调查



艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013Q3中国无线音乐客户端用户使用场所方面, 46.1%的用户在乘坐交通工具时使用, 25.0%的用户在户外行走时使用。

艾媒咨询 (iiMedia Research) 分析认为, 不到三成的用户在固定场所中使用音乐客户端, 突显了无线音乐客户端的移动化特点, 更加受到出行在外的用户的青睐。

# 2013Q3中国无线音乐用户搜索音乐类型分布



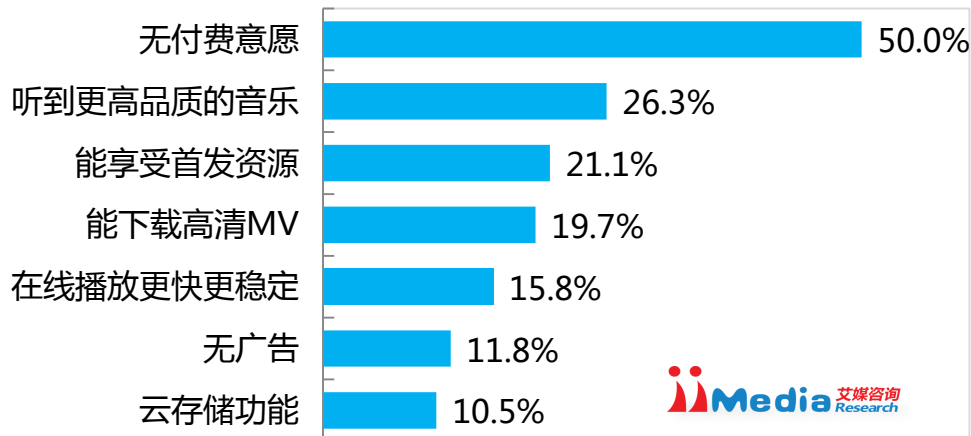
注：用户有可能对多种音乐类型进行搜索

艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示，2013Q3中国无线音乐用户最常搜索的音乐类型分布方面，内地流行音乐和港台流行音乐最受用户欢迎，分别占比56.6%和52.6%；欧美流行音乐排名第三，占比42.1%；此外，电影主题曲、网络热歌的搜索热度也超过了30%，而搞怪铃声仅占比5.3%。



# 2013Q3中国无线音乐客户端用户付费意愿

## 付费增值业务

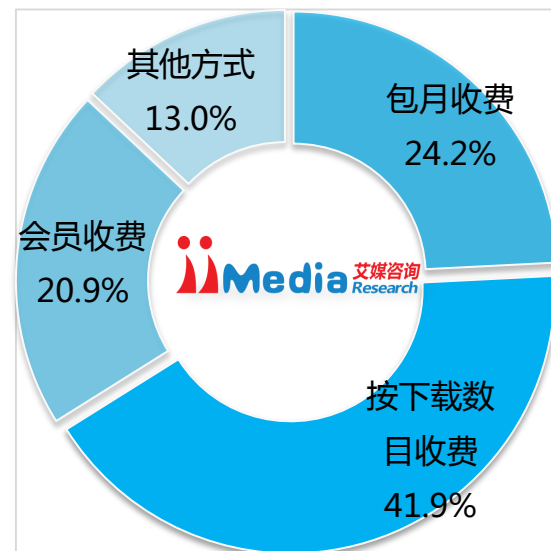


艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013Q3中国无线音乐客户端用户付费意愿方面, 50.0%用户对客户端的增值业务无付费意愿。

艾媒咨询分析认为, 目前多数中国无线音乐用户付费的意识和习惯尚处于培育阶段, 对无线音乐服务商的付费模式发展来说仍是一种挑战。

艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013Q3中国无线音乐客户端用户付费形式方面, 41.9%的用户倾向于按下载数目付费, 能接受包月收费和会员收费的用户则分别占比24.2%和20.9%。

## 付费形式





# 法律声明

本报告由艾媒咨询调查和制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国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；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。

# 关于艾媒

艾媒咨询 ( iiMedia Research ) 是全球移动互联网领域著名的研究机构，也是中国首家专注于智能手机和移动互联网产业研究的权威机构。2007年艾媒品牌正式启用，2012年艾媒咨询正式成为CAMIR唯一专注于移动互联网行业市场信息调研的成员单位。

艾媒咨询为包括国家工业和信息化部、广东省人民政府等各级政府部门，各电信运营商和设备提供商提供数据研究和决策参考服务。

艾媒旗下艾媒网 ( www.iimedia.cn ) 是中国最早的移动互联网领域行业数据发布平台，致力于传播无线互联网行业的服务理念，为行业横向交流打造坚实平台。

2010年，艾媒与日本日经BP社、CBI Group开展战略合作，双方相互在日本和中国的市场营销及市场研究领域互为合作伙伴。

艾媒每年刊发的研究报告以及分析成果数百份，在业界具有很好的影响力，一直被全球各大主流平面和网络媒体追捧和引用；每年举办多场全国或国际的高层次移动互联网高峰论坛得到行业和媒体、政府的认可和支持。

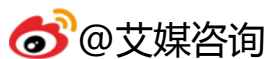
iiMedia Research研究报告指定发布平台：魔部网 ( [www.moobuu.com](http://www.moobuu.com) )、艾媒网 ( [www.iimedia.cn](http://www.iimedia.cn) )

iiMedia Research官网：<http://www.iimedia.com.cn>

艾媒无线广告监测系统：<http://www.adiimedia.com>

官方邮箱：[research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)

VIP服务热线：400 702 6383



艾媒网

本报告由艾媒咨询集团控股有限公司 ( 中国香港 ) 出品

因为专注，所以专业！

Since 2007 ,

We focus on mobile Internet!

