

2023

# 音频直播总结

Audio Live Summary

讲解人

艾芝



# 目录 Contents

01

音频直播

Audio live streaming

02

发展趋势

Development trend

03

用户及群体

Users and groups

04

盈利模式

Profit Model





# PART 01

## 音频直播

简单的说就是靠声音赚取收益的一种途径一种职业，但是这份工作的门槛低，上限高，自由度高，人人都可以做，并且人人都有机会赚取不菲的收益。不用露脸，靠声音来跟听众互动，分享大家的生活，这就是音频直播。



# /// 什么是音频直播

## 什么是音频直播

音频直播就是不露脸直播，可以只靠声音来直播的行业，而且不像视频直播，需要化妆打扮，而且还要一直在一个地方固定不能离开身，而音频不需要这些，更加自由化，不需要化妆打扮，不用顾及自己的形象，平时在沙发上，躺在床上都能直播，而且时间也是自由的，自己安排时间去开播。



### 声音直播

音频主播是致力于声音直播，但并不是单一只展示声线，而是摒除了视频主播只看脸的传统眼光，通过关掉摄像头，通过用声音，语言，或者歌声来进行声音方面交流的直播，而这样直播的发起人，就是音频主播。



### 提高流量

音频主播是靠声音吸引观众，提高观看量以增加粉丝数。音频主播需要了解较为热门的网络段子、歌曲、影视等，通过在直播间与观众进行讨论来提高流量。

## 常见的音频直播软件

### 克拉克拉

克拉克拉App是一个集音乐、声优、游戏、动漫、IP等潮流文化为一体的，受年轻人喜爱的声优直播社交平台。产品以语音直播、虚拟直播、群组交友为功能特色，主打治愈系声音，以泛二次元内容为主，面向年轻用户，覆盖声优唱见、游戏、动漫等多类爱好者细分群体。

### 荔枝

荔枝打造了综合性的全球化音频生态系统，荔枝致力于通过多样化产品组合满足用户对于音频娱乐以及在线社交的需求，使每个人都能在全球化的音频生态系统中通过声音连接与互动，旗下产品包括：荔枝播客、荔枝APP、TIYA。



### 喜马拉雅

喜马拉雅是中国领先的音频分享平台。用声音分享人类智慧，用声音服务美好生活，做一家人一辈子的精神食粮，是平台的使命和初心。

### 猫耳FM

猫耳FM是一款手机应用软件，由北京喵斯拉网络科技有限公司开发，为B站旗下软件。一般被称作“M站”，平台内容以女性向为主，覆盖了有声漫、广播剧、翻唱、电台等二次元及泛二次元的声音内容，是一个专注于ACG相关内容的二次元音频社区。



# 常见的音频直播软件主播端页面



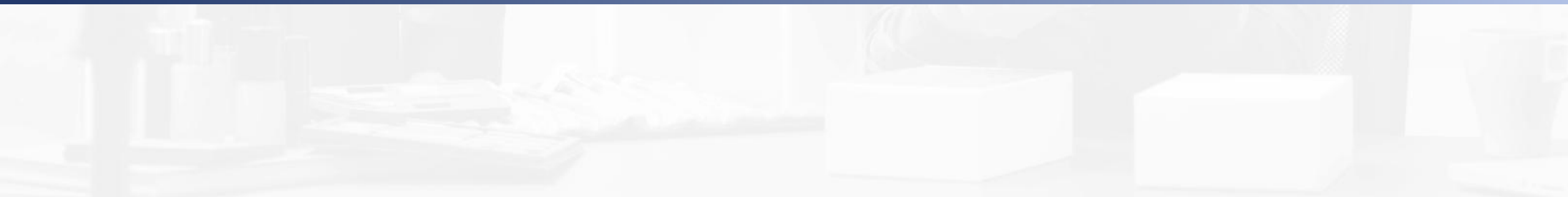
从左到右依次为克拉克拉、猫耳FM、喜马拉雅、荔枝的主播端页面



# PART 02

## 发展趋势

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示,预计到2022年,在线音频用户规模将达到6.9亿人,2022年中国在线音频市场将达312亿元,同比增长41.8%。



## 音频市场稳步发展

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示,预计到2022年,在线音频用户规模将达到6.9亿人,2022年中国在线音频市场将达312亿元,同比增长41.8%。

中国在线音频行业发展驱动力: 在线音频收听需求增加



2017-2022年中国在线音频用户规模及预测  
China's online audio user scale and forecast from 2017 to 2022



数据来源: 艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)



## 音频用户收听偏好

在线音频所具有的收听灵活性、内容趣味性，能在不同时间段满足用户的消遣娱乐需求。

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，2021年在线音频用户日均收听时长在线音频2-5个小时的用户比例为49.9%;有超四成的用户在18-21点的时间段使用在线音频。

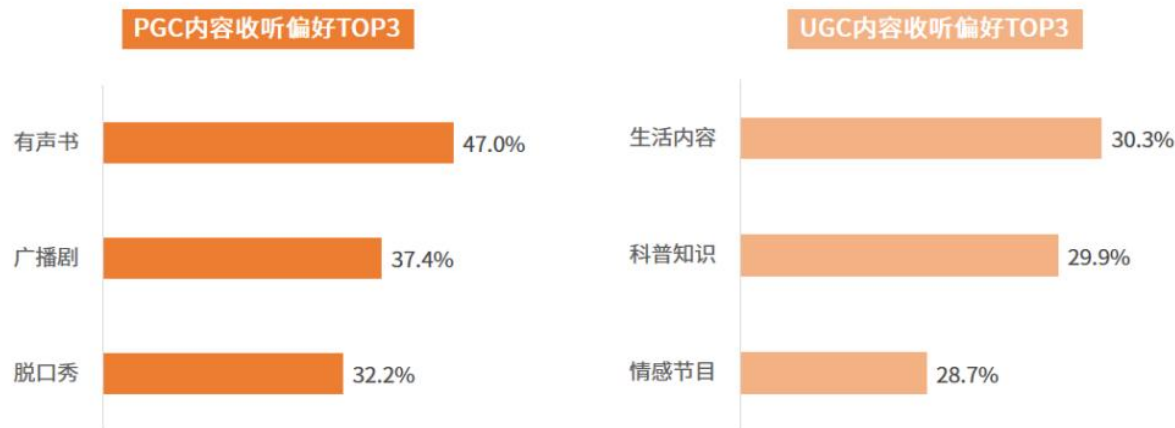
社交属性强的在线音频社区将成为“在线音频+同好社交”的重要发展平台。据iiMedia Research(艾媒咨询)的用户调研显示，

### 中国在线音频用户收听内容偏好



2021年中国在线音频用户收听音频内容品类

Category of audio content listened to by online audio users in 2021



数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

样本来源：草莓派数据调查与计算系统

样本量：N=2724；调研时间：2021年10月

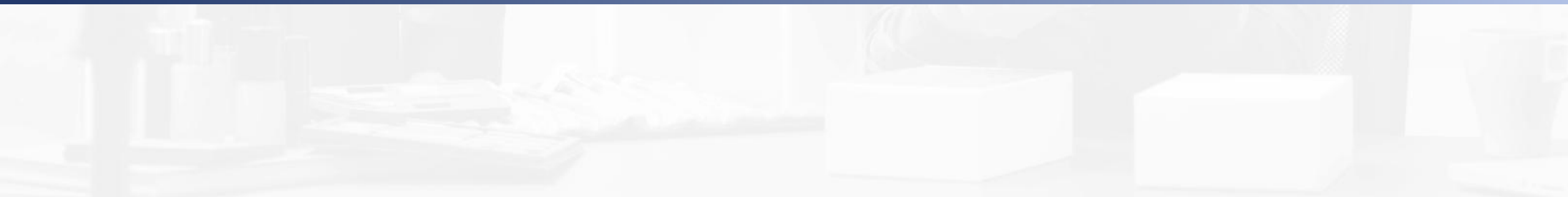
<http://www.iimedia.cn> ©2021 iiMedia Research Inc



# PART 03

## 用户以及群体

克拉克拉主打二次元内容，同时CV多通过纯爱广播剧出名，也可以推测出其目标用户定位在95后女性，结合长音频伴随性、放松性的特点，吸引了许多工作紧张的中高收入年轻人。艾媒咨询的报告也显示，在线音频30岁以下用户占比66.7%，月收入万元以上的用户达27.5%。



## 用户以及群体

### 用户分析

克拉克拉主打二次元内容，同时CV多通过纯爱广播剧出名，也可以推测出其目标用户定位在95后女性，结合长音频伴随性、放松性的特点，吸引了许多工作紧张的中高收入年轻人。艾媒咨询的报告也显示，在线音频30岁以下用户占比66.7%，月收入万元以上的用户达27.5%。

**这部分群体的特点是喜欢二次元、有较强的社交意愿、存在非常强的好奇心和分享欲，追求认同感。那么，具体的用户画像可分为三类，以第一类为主：**

#### CV为主

二次元/泛文化爱好者，定期会参加CV等线下活动，有固定喜欢且一直追求的CV，听这些CV的声音或者唱歌会获得满足感和被陪伴的感觉，希望能经常能听到这些声音并与CV建立起更紧密的互动关系。

#### 人设为主

热衷于互联网，声控，长期混迹于各大知名社区，爱好线上社交，经常玩虚拟男友游戏，在空闲时候（如下班后、周末）会窝在家里搜罗喜欢的男友音，陷入仿佛正在谈恋爱的少女心。

#### 内容为主

网络小说爱好者，长年驻扎在平台的小说圈子，对各大CV了如指掌，追更、追衍生作品、二次创作、磕cp、与作者互动都少不了她，在摸鱼、下班、晚上空闲时间、乘车时会听一些角色音和衍生音乐来延续小说中的世界，看完广播剧会回来继续循环配套的曲子。

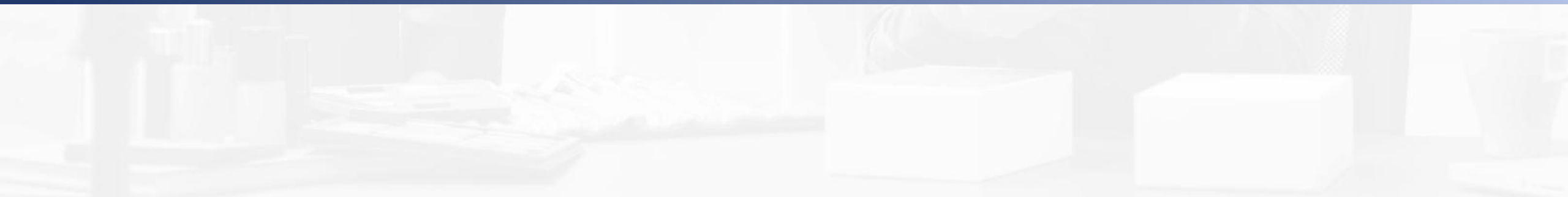




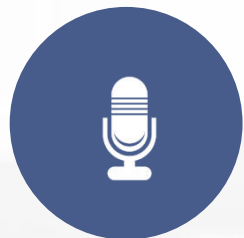
# PART 04

## 盈利模式

克拉克拉主打二次元内容，同时CV多通过纯爱广播剧出名，也可以推测出其目标用户定位在95后女性，结合长音频伴随性、放松性的特点，吸引了许多工作紧张的中高收入年轻人。艾媒咨询的报告也显示，在线音频30岁以下用户占比66.7%，月收入万元以上的用户达27.5%。



# 盈利模式



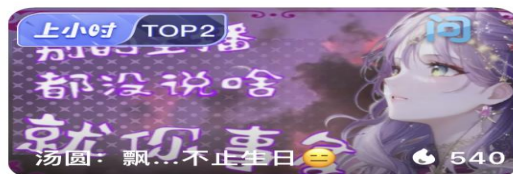
## 音频直播

不需要可视化，随时随地都能听，开车或者通勤的路上甚至早上洗漱的时间，所以受众也更加广泛，音频主播正是通过声音以陪伴的方式成为粉丝的情感依赖，目前人气比较高的主播类型大致是：1.音乐类，以唱歌，乐器，说唱为主，2.情感类，情感连线，情感解忧，3.娱乐类，脱口秀，戏精段子手，话题吃瓜，幽默唠嗑，4.配音Cv(pia戏)，5.哄睡类，asmr，读文，深夜电台，讲故事等等。



## 付费直播

可以有2种模式，一种是主播开通直播需要付费，由直播平台提供更高級的直播服务;另一种是观众看直播需要付费，由主播设置入场费用，平台和主播分成。另外，付费模式还可分为按场次收费、按分钟计费，方便主播选择适合自己的直播方式，合理增加自己的直播营收。





# 盈利模式



## 付费问答

语音直播产品的模式之一，回答者开通直播，回答问题，提问者观看直播，或查看答案需要付费，由平台和回答者分成。



## 广告模式(常见模式)

直播平台负责在App中(包括banner、直播广告图等)、直播室中或直播礼物中植入广告主广告，按展示/点击或购买情况与广告主结算费用。



## 语音歌厅

在这个模式下，会有4个座位。一个主持，多个主播位，主持就是控场和管理主播的，主播就是负责演唱玩家点的歌曲，通过音乐让玩家刷礼物产生收益。



2023

感谢观看！

Thank you for watching

讲解人

艾芝

