



艾媒咨询集团  
iiMedia Research Group

# 2015Q3中国手机音乐客户端季度监测报告

2015Q3 China Mobile Music APP Quarterly Research Report

(内部精简版)

---

# 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。**

- 通过对行业专家、移动音乐客户端服务提供商与移动音乐用户等进行深度访谈，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和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 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alex@iimedia.cn](mailto:alex@iimedia.cn)。

# 2015Q3中国手机音乐客户端市场动态

## ➤ 阿里音乐集团成立，高晓松出任董事长，宋柯出任 CEO

2015年3月，阿里数娱宣布，将收购的两款数字音乐平台，技术主打的音乐播放平台天天动听，以及收录大量独立音乐人的虾米音乐进行整合，正式改组成为“阿里音乐”。7月，阿里巴巴集团宣布，成立阿里音乐集团，高晓松出任董事长，宋柯出任CEO。阿里音乐集团将专注音乐领域，全面整合虾米、天天动听等阿里所有音乐业务，为用户提供更好的产品和服务。

## ➤ 《蒙面歌王》与酷我音乐进行合作

7月19日晚，由江苏卫视和上海灿星制作携手打造的大型音乐挑战类真人秀《蒙面歌王》首播完美落幕。大多数观众在看完节目后并不能完全猜出歌手真名或者对自己的猜测仍有怀疑，于是会选择到与《蒙面歌王》达成独家合作协议的酷我音乐反复聆听现场原声来完成或证实自己的猜测。不到一天的时间，在酷我上，节目第一期的歌单得到了用户的高热情收听。

## ➤ 酷狗音乐在线直播谭维维演唱会

9月，在实力唱将谭维维给深圳人带来一场“魔”力四射音乐盛宴的同时，国内数字音乐交互服务商酷狗音乐，也通过先进的在线直播技术，给广大网友带来了一场在线音乐风暴。这是继直播了黄子韬在北京举行的首场个人MINI演唱会之后，酷狗音乐在演唱会直播方面的又一多样化尝试。

# 2015Q3中国手机音乐客户端市场动态

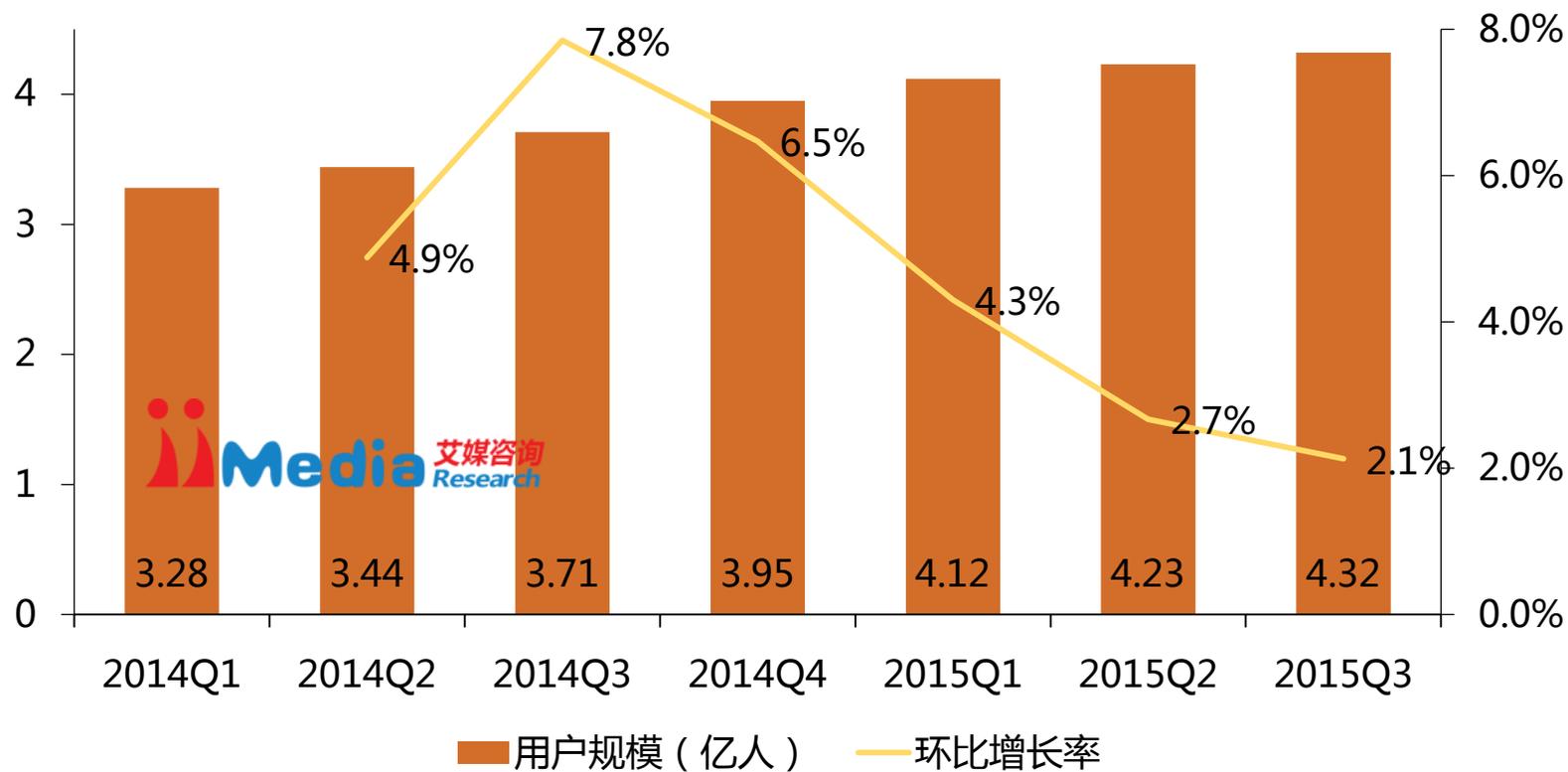
## ➤ 网易云音乐中招 XcodeGhost 病毒

9月18日，网易云音乐在微博发布公告称其iOS应用确实受XcodeGhost病毒“感染”的影响，iPhone端部分应用会上传产品自身的部分基本信息，感染涉及的信息均为产品的系统信息，无法调取和泄露用户的个人信息，由于目前感染源制作者的服务器已经关闭，因此不会再产生任何威胁。

## ➤ 网易云音乐与QQ音乐达成音乐版权转授权合作

10月13日，网易公司旗下网易云音乐与腾讯公司旗下QQ音乐共同宣布达成音乐版权转授权合作，转授版权采用预付+分成的方式，细节由版权方、QQ音乐及网易云音乐共同确定。而一直被微信屏蔽的网易云音乐已经解封，目前可以将网易云音乐的音乐分享到微信。

# 2015Q3中国手机音乐客户端用户规模



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 截止2015Q3, 中国手机音乐客户端用户规模已达4.32亿, 环比增长2.1%。

数据来源: iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

# 2015Q3中国手机音乐客户端特色对比



PC端发迹较早，曲库丰富，支持K歌功能

---



无损音乐需付费收听，凸显与QQ的社交关系

---



注重播放体验，曲库完善，无需登录也能下载高品质音乐

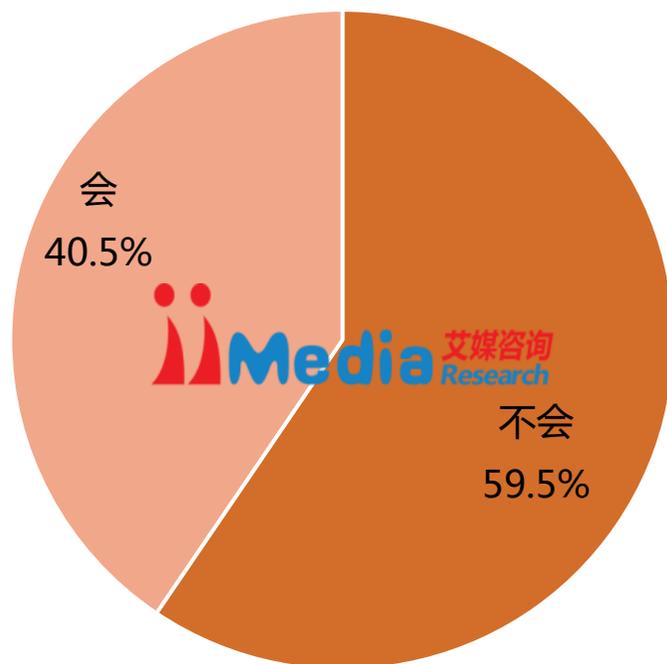
---



后起之秀，个性化推荐算法是其亮点

---

# 2015Q3中国手机音乐客户端与综艺合作认知情况调查



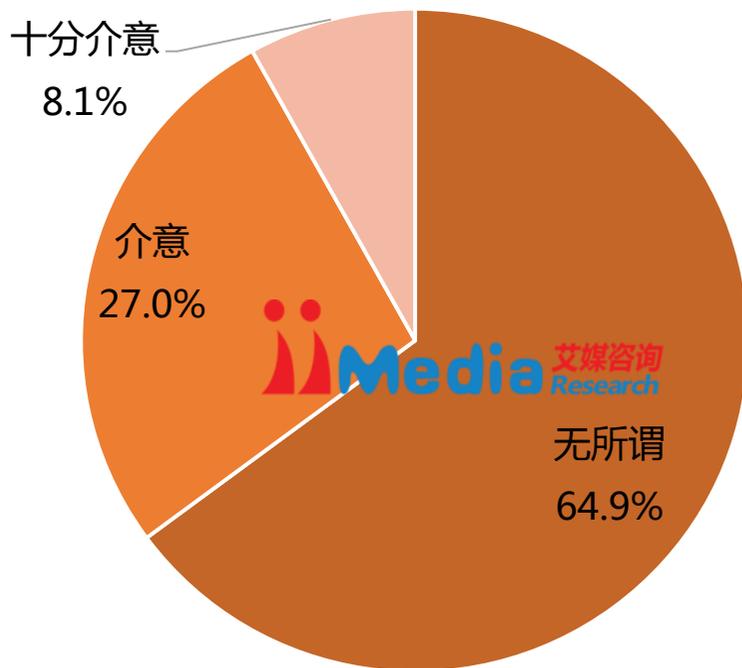
**Q：是否会因为某个综艺节目而去下载与其合作的手机音乐客户端**

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 59.5%的受访手机音乐客户端用户表示不会因为某个综艺节目而去下载与其合作的手机音乐客户端, 有40.5%表示会因为出现在节目中出现而考虑下载使用对应的音乐客户端。

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 ( iiMedia Research ) All Rights Reserved

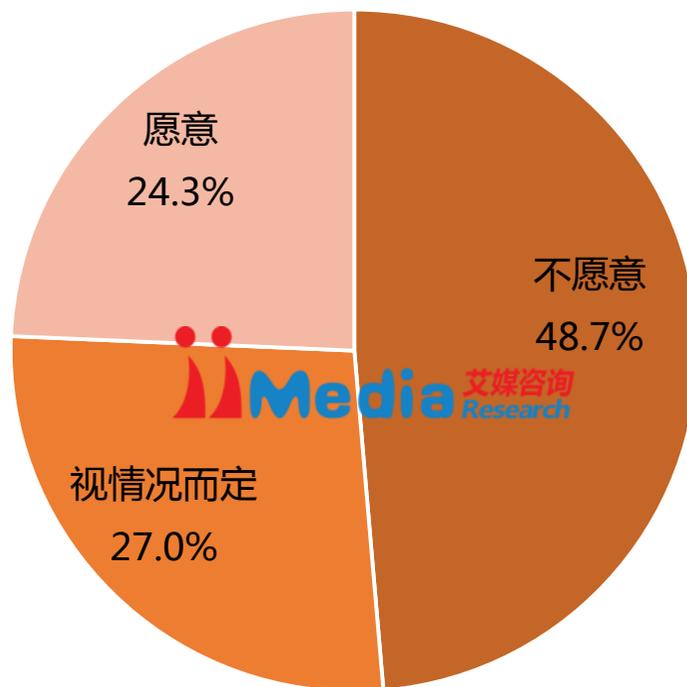
# 2015Q3中国手机音乐客户端用户版权意识情况调查



## Q：是否介意自己正在收听的音乐不是正版

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 在针对手机音乐客户端用户对于版权看法的调查中, 64.9%的被受访者对于自己正在收听的音乐是否正版表示无所谓, 而表示十分介意的仅有8.1%。艾媒咨询分析师认为, 长久以来, 中国手机网民已经习惯了获取各种免费的服务, 版权意识较为薄弱。

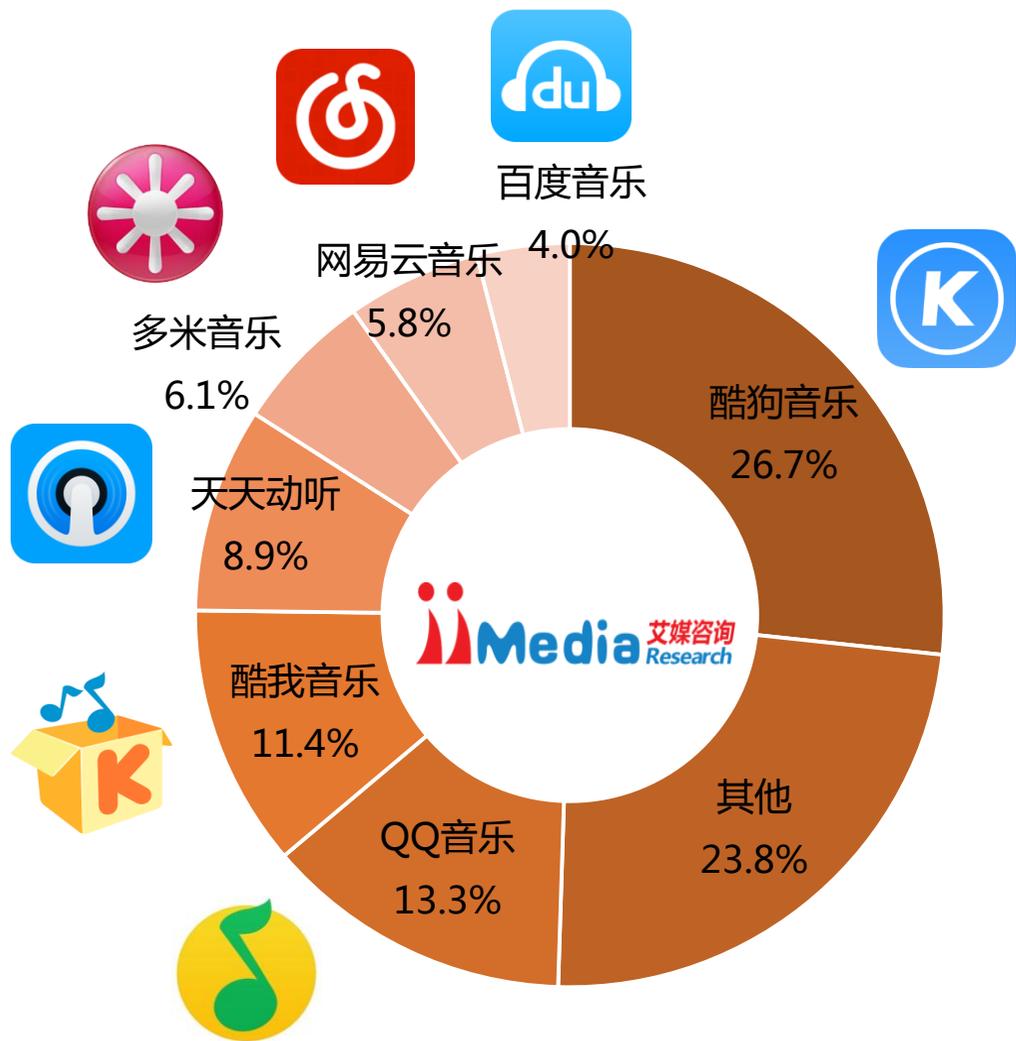
# 2015Q3中国手机音乐客户端用户付费意愿调查



## Q：是否愿意付费下载自己喜欢的音乐

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 48.7%的被调查者不愿意付费下载自己喜欢的音乐, 27.0%表示要视情况而定, 24.3%表示愿意付费下载自己喜欢的音乐。艾媒咨询分析认为, 随着国家以及整个行业在数字音乐版权方面的努力, 中国移动音乐用户在移动音乐的付费意愿方面有了一定比例的提升。

# 2015Q3中国手机音乐客户端累积下载应用排行



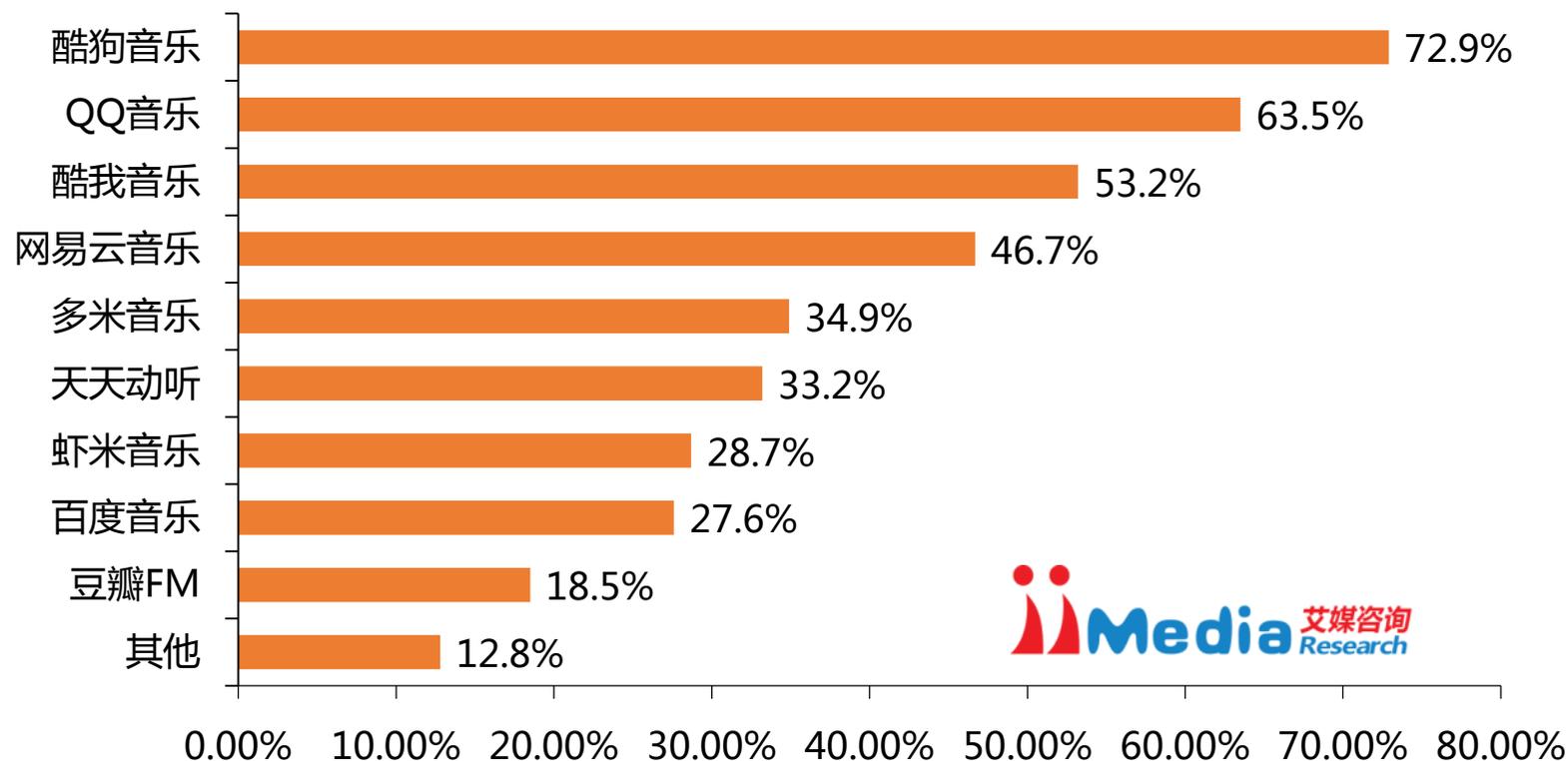
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 在中国手机音乐客户端累计下载量方面, 酷狗音乐领先于其他手机音乐客户端, 累积下载量占比达到26.7%; 而QQ音乐、酷我音乐以及天天动听分别位于二、三、四位, 位居第二阵营, 占比分别为13.3%、11.4%、8.9%; 百度音乐、多米音乐以及网易云音乐则属于第三阵营。

数据来源: iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

# 2015Q3中国手机音乐客户端品牌认知排名

## 2015Q3中国手机音乐客户端品牌认知情况

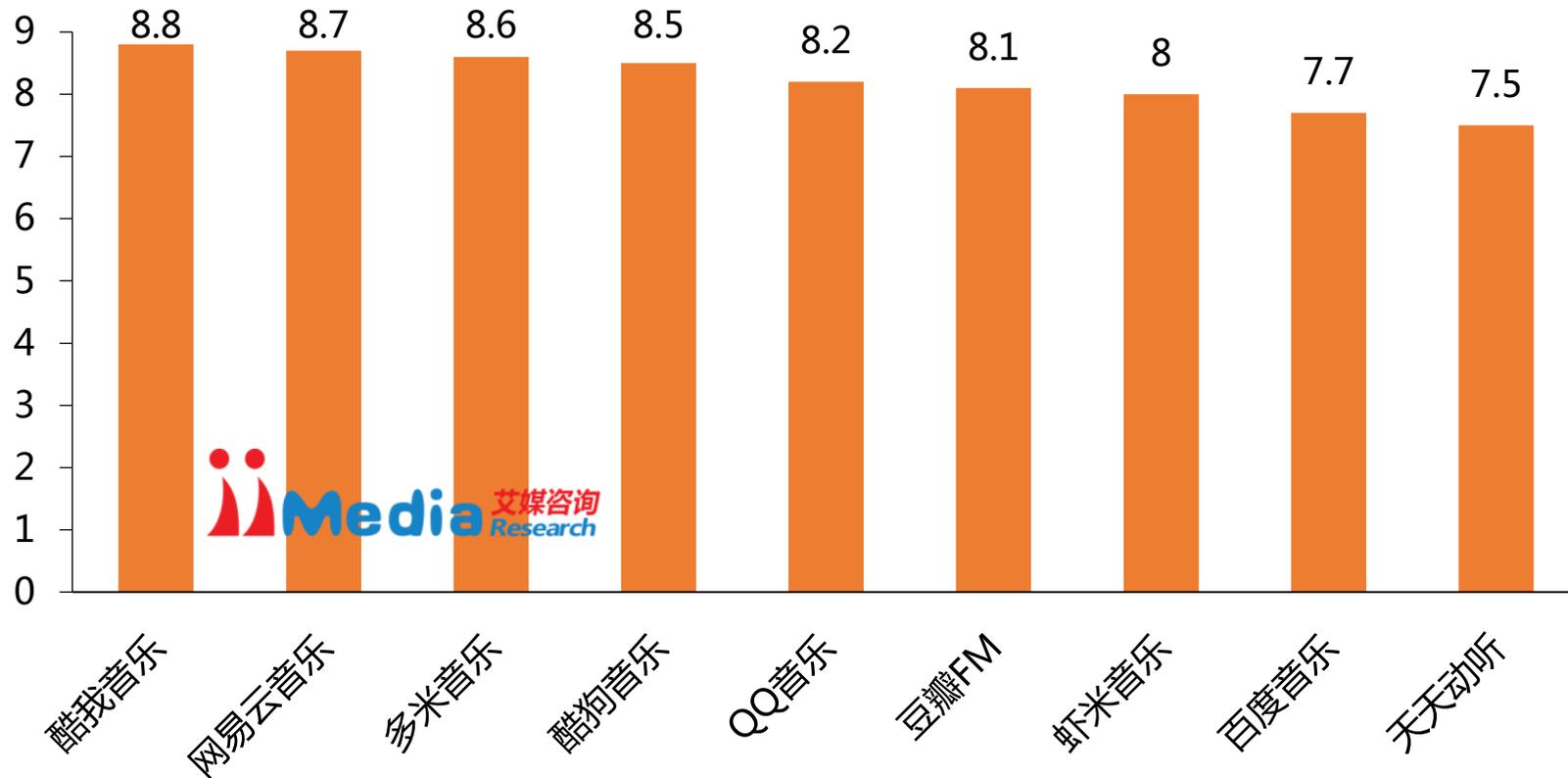


iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2015Q3中国手机音乐客户端品牌认知方面, 最为用户所熟知的手机音乐客户端品牌是酷狗音乐, 其次是QQ音乐与酷我音乐。艾媒咨询分析认为, 受益于与综艺节目的合作, 2015年以来酷我音乐增长较为明显, 品牌认知度有比较高的增长。

数据来源: iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

# 2015Q3中国手机音乐客户端用户满意度



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2015Q3中国手机音乐客户端用户满意度方面, 酷我音乐用户满意度排名第一, 网易云与多米音乐紧随其后, 排名分列二、三位。

数据来源: iiMedia Research

Copyrights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

# 2015Q3中国手机音乐客户端音乐版权现状

## ◆ K系（海洋系）：酷我音乐/酷狗音乐

海洋系很早以来就重视数字音乐的版权问题，凭借长期以来的积累，目前已与百家唱片公司达成近千万级正版曲库的合作，包括索尼、华纳、环球、韩国CJ、海蝶、孔雀廊、丰华、种子音乐、天浩盛世、通力唱片、极韵文化、伯乐爱乐、汪峰工作室等知名音乐公司。同时还获得了杰威尔音乐，福茂唱片，英皇唱片、韩国YG等的音乐转授权。其中，海洋系与环球、海蝶、天浩盛世、种子音乐、孔雀廊等的版权合作为独家合作。

## ◆ A系：阿里音乐

阿里音乐力图通过打造音乐节目、包装音乐人、培养明星等方式来弥补自身版权方面的不足，进而构建差异化与独有的音乐内容。阿里音乐目前与寰亚、滚石、华研、好声音第三季、最美和声第三季以及BM等有版权合作。

## ◆ T系：QQ音乐

与全球200多家唱片公司达成版权合作，积累正版曲库1500万，并与20余家版权方包括华纳、索尼、YG、LOEN、CUBE、JVR、福茂、英皇、华谊、乐华、梦响当然、少城时代、华纳词曲等海内外优秀唱片公司达成版权合作。近年来，QQ音乐发力音乐类综艺节目，拿下部分热门节目独家版权，优势渐现。

# 2015Q3中国手机音乐客户端热点分析

## ► 酷我发布智能硬件 —— K1酷我耳机

2015年09月，“酷我音乐”推出了蓝牙耳机产品——酷我K1。这是一款专注于音乐和运动的耳机。这款耳机发布之后各大评测网站争相对其进行评测，评测的结果无一例外都称赞其性价比极高。



**分析师点评：**从音乐播放器到耳机，从软件市场走向硬件市场，酷我并不是第一个吃螃蟹的人。早在2014年，天天动听和多米音乐都曾先后推出耳机。但酷我这次推出的K1表现优异，耳机三天内销量破万，仅凭“酷我K1”一个单品，在淘宝+天猫全网销售额排名第一。艾媒咨询分析师认为，当前纯粹的移动数字音乐竞争较为激烈，手机音乐服务提供商尝试通过拓展音乐相关硬件产品及周边来创造新的亮点，进而对其商业模式进行衍生。

# 2015Q3中国手机音乐客户端热点分析

## ▶ 案例：手机音乐客户端综艺跨界合作



+



10月7日，中国好声音2015巅峰之夜暨第四季总决赛,在国家体育馆“鸟巢”圆满落幕。直播现场可容纳4万人，而QQ音乐官方公布的当期试听人数为1600万人。相当于复制了400个鸟巢。



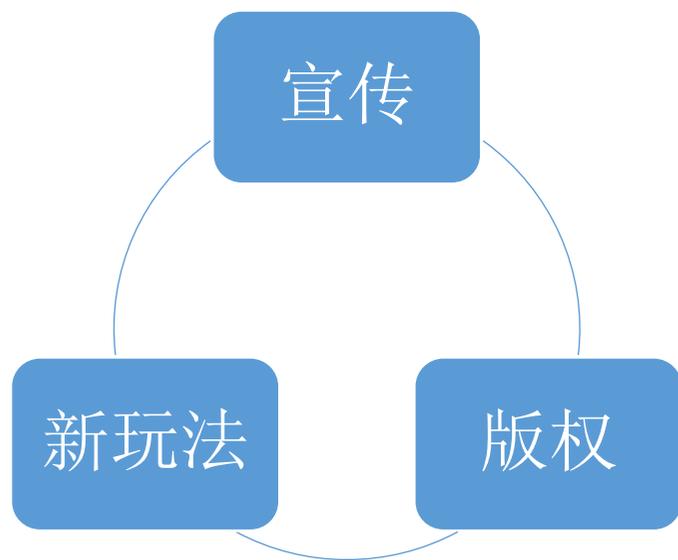
+



酷我音乐通过五大玩法，让乐迷尽情玩转《蒙面歌王》。通过一系列的活动，取得了不错的成就与市场反响。在歌曲收听量方面，“白棱镜”李克勤其中一首歌播放量仅一周就超过5600万次。

# 2015Q3中国手机音乐客户端热点分析

## ► 分析师点评：手机音乐客户端综艺跨界合作



宣传：在综艺节目播出期间打出的广告使与其合作的手机音乐客户端的知名度得到提高。

版权：综艺节目的粉丝会为了收听喜欢的歌手的单曲而去下载与其合作的手机音乐客户端。

新玩法：在手机音乐客户端这个移动平台可以推出一些活动，让综艺节目的观众们可以通过手机与嘉宾们进行互动。

# 中国手机音乐客户端发展趋势解读

## ➤ 手机音乐客户端用户规模增速放缓

自2014Q4起，手机音乐客户端用户规模的同比增长率呈逐季度下降趋势。随着智能手机用户规模红利的逐渐消失，手机音乐客户端用户规模增长速度将继续放缓。

## ➤ 手机音乐竞争激烈，相关厂商开始拓展周边与线下

目前手机音乐客户端的主要收入还是来自于广告商和用户付费。但是音乐客户端自身的性质限制了广告的呈现，用户也尚未形成良好的付费习惯，面对高额的版权机音乐客户端必须在线下寻求发展。包括推出耳机、音响等周边产品，布局线下KTV，尝试演唱会的线上线下互动等。

## ➤ 抢购优质音乐内容独家版权将常态化

随着国家版权局下发《关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐作品的通知》，网络音乐版权时代正式到来，版权将成为手机音乐客户端的核心竞争力。目前抢购的版权主要集中于对著名唱片公司版权的抢购以及对热门音乐节目版权的抢购。

深度调研，披露“互联网+”权威数据与鲜活案例！  
七大行业、精选案例，5000万量级大数据专业剖析！



# 互联网+

颠覆还是被颠覆

主编 张毅



互联网+纸书

支付宝直接购买



微信直接购买

“互联网+” 高端俱乐部创势会CEO会员指定用书！  
100位移动互联网企业总裁、40个资深媒体人  
联合发起！

- 重干货！  
深度调研，披露七大行业“互联网+”变革前沿数据
- 讲实战！  
专业剖析，揭秘传统产业互联网+转型的未来之路

互联网+



中山大学出版社  
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

# 艾媒北极星服务平台



艾媒北极星统计分析平台是中国专业、权威、独立的第三方移动应用统计分析平台，支持Android、iOS、Windows等主流移动平台。

艾媒北极星通过专业的技术手段助力移动应用开发商统计和分析流量来源、用户行为、用户习惯、进行用户画像并与运营商大数据与开放平台数据无缝对接，帮助开发者利用数据进行产品、运营、推广策略的决策，改善产品设计，透视运营指标，提升推广效率。

服务网址：<http://bjx.iimedia.cn/>



艾媒咨询集团 ( iiMedia Research Group ) 旗下的艾媒无线广告监测系统 ( Adiimedia.com ) 是国内领先的第三方移动互联网广告投放监测系统，通过专业的技术手段为广告主提供独立、客观、公正的移动广告监测服务以及最优化最全面的监测解决方案。

Adiimedia可为广告主提供在移动媒体上的广告投放形式、访问量情况、投放费用等统计指标，及时反馈广告效果、优化手机广告投放，为移动广告客户提供专业的监测解决方案，使广告主能全面了解自身及竞争对手媒体投放情况。

## 优秀案例征集计划

艾媒咨询是全球领先移动互联网第三方数据挖掘与整合营销机构，为更深入研究和了解消费者行为、优秀企业商业模式和行业竞争等情况，特针对不同领域开启优秀企业案例征集计划，本计划主要针对移动互联网及相关产业链领域企业，并要求企业在其领域内具有一定市场影响力和一定创新模式。

合作详情可咨询[alex@iimedia.cn](mailto:alex@iimedia.cn)

# 法律声明

---

本报告由iiMedia Research（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。

# 关于艾媒

艾媒咨询 ( iiMedia Research ) 是全球移动互联网领域的著名研究机构，也是中国首家专注于移动互联网、智能终端和可穿戴设备等产业研究的权威机构。艾媒咨询成立于2010年，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。

iiMedia Research为包括国家工业和信息化部、人民日报社、广东省人民政府、河南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。

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。

2015年艾媒咨询集团发起致力于互联网+产业环境下为全球传统产业与互联网建立高层私密交流的高端平台“创势会”，正迅速成长为推动中国经济转型变革的卓越企业家高级俱乐部。

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

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

艾媒无线广告监测系统：<http://www.adiimedia.com>

创势会官网：<http://www.imchance.com/>

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

VIP服务热线：400 702 6383



@艾媒咨询



艾媒咨询

本报告由iiMedia Research集团控股有限公司 ( 中国香港 ) 出品



数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 ( iiMedia Research ) All Rights Reserved

因为专注，所以专业！

***Since 2010 ,  
We focus on mobile Internet !***