



2024年中国在线广播剧市场发展研究报告

——耳朵里的梦幻剧场，在线广播剧的加速突围与发展

发布时间：2025年1月

【洞见趋势 研判未来】

扫码关注公众号，解锁百篇免费报告



APP (安卓&IOS)



微信公众号



在线广播剧行业洞察

01

在线广播剧市场情况分析

02

在线广播剧消费者洞察

03

重点企业分析——兔U



04

在线广播剧行业未来发展趋势

05

- 在线广播剧是广播剧的一种形式，它通过在线平台进行传播和收听。广播剧是一种以声音为主要表现手段的艺术形式，由配音演员在配音导演的指导下，通过声音演绎剧本内容，再经过后期剪辑、加工和配乐等制作流程合成。它包含配音演员的声音、剧本内容、音效和音乐等多种元素，是一种没有画面的戏剧形式，类似于电视剧或电影的音频版本。
- 相比于有声书，广播剧具有更强的戏剧张力，主要通过人物对话推动剧情发展，辅以少量旁白解说，并通过音乐伴奏和音效来增强氛围感。

在线广播剧 VS 有声书

| |  在线广播剧 |  有声书 |
|------|--|--|
| 内容形式 | <ul style="list-style-type: none"> 是一种戏剧形式，通过声音表演来讲述故事，包括对话、旁白、音效和音乐等元素，更侧重于声音表演的艺术性和剧情的戏剧性。 | <ul style="list-style-type: none"> 是一种朗读形式，通常是将书籍内容转换成音频格式，由朗读者朗读整个文本，更侧重于文字的直接传递，保持原作的文学性和叙述性。 |
| 制作过程 | <ul style="list-style-type: none"> 制作更为复杂，需要导演、编剧、配音演员、音效师和音乐制作等团队合作，更接近于电影或电视剧的音频版本。 | <ul style="list-style-type: none"> 制作相对简单，通常只需要一个或几个朗读者和基本的录音设备，重点在于朗读者的语音表达能力和情感传递。 |
| 受众体验 | <ul style="list-style-type: none"> 享受一个完整的听觉故事，广播剧通过多样的声音来构建场景和人物，给听众提供更丰富的听觉体验。 | <ul style="list-style-type: none"> 享受阅读体验的听觉化。 |
| 互动性 | <ul style="list-style-type: none"> 虽然大多数广播剧是线性叙述，但一些广播剧会尝试加入互动元素，如选择不同的故事线发展。 | <ul style="list-style-type: none"> 无互动性。 |

- 在线广播剧可以根据其与原作内容的关联程度，分为原创、文学改编和影视同期广播剧等类别，其中影视同期广播剧受影视剧带动，热度较高。在结构和更新方式上，通常被分为全一期和连续季两种形式。

在线广播剧主要类型介绍

| 分类维度 | 类型 | 简介 |
|------------|----------|--|
| 与原作内容的关联程度 | 原创广播剧 | <ul style="list-style-type: none"> 完全独立创作，不基于任何现有的文学作品、影视作品或其他形式的原作，拥有自己的原创故事、角色和世界观。 |
| | 文学改编广播剧 | <ul style="list-style-type: none"> 基于文学作品（如小说、剧本、诗歌等）改编而成，保留原作的核心内容和主题，但根据广播剧的特点进行了适当的调整和创新，以声音的形式重新呈现文学作品的魅力。 |
| | 影视同期广播剧 | <ul style="list-style-type: none"> 与影视作品紧密关联，通常在影视剧待映、上映期间或结束后不久推出，利用影视剧的市场预热效应和观众的关注度，可能与影视作品同名或不同名，但内容上与影视作品有高度的契合度，为观众提供一种新的艺术体验和对影视作品的补充。 <p style="text-align: right;">热度较高</p> |
| | 跨媒介衍生广播剧 | <ul style="list-style-type: none"> 基于其他媒介形式的作品（如舞台剧、游戏、动漫等）改编或衍生的，将原作的内容和元素转化为广播剧的形式，为观众提供一种新的欣赏角度和体验方式。 |
| 按照结构和更新方式 | 全一期 | <ul style="list-style-type: none"> 整部广播剧只有一集，通常整个故事在一期中完整呈现。 |
| | 连续季 | <ul style="list-style-type: none"> 广播剧被分为多季，每季包含若干集，故事在多个季中逐步展开。 |

- 在线广播剧行业在技术革新与市场动态的双重驱动下，经历了从传统广播到数字化平台的转型，正迈向一个以用户需求为中心的商业化新纪元。随着媒介的演变和消费模式的升级，行业不断拓展其商业模式，通过整合线上线下资源，实现内容创新与商业价值的双重增长。

1950-1990年

行业开始发展，在线广播剧以广播电台播放为主：

- 《一万块夹板》于1950年2月7日由中央人民广播电台播出，标志着新中国广播剧的诞生，
- 80年代以后，广播剧创作活跃，诞生了《刑警803》、《夜幕下的哈尔滨》等创新作品。

1991-2000年

行业发展遇阻：

- 电视机的普及与电视剧行业的发展抢占了部分在线广播剧收听用户。

2001-2010年

移动时代到来，行业进入“网配”迅速发展阶段：

- 移动互联网和智能手机的普及推动了“网配”广播剧的快速发展，形成了稳定的听众网络社群。
- 在“网配”时代，无论是制作人员还是配音演员，都是业余爱好者，未受专业配音和音频制作训练，且无经济收益，全凭热情参与。

2011-2020年

在线音频平台的发展，进一步推动在线广播剧的发展，“商配”时代到来：

- 随着“耳朵经济”时代的到来，广播剧行业获得了新的发展动力。众多付费在线音频平台，依托资本的支持纷纷涌现。
- 知识付费平台的相继出现，也推动了知识付费用户迅速增长。
- 随着IP资本涌入网络小说版权市场，许多先前“网配”作品的授权被回收。2017年，《杀破狼》作为首部商业广播剧，开启了广播剧商业化的新篇章。

2021年-至今

行业探索更多商业化可能：

- 行业正积极拓展商业化渠道，除了在线付费收听外，也在持续尝试开发多元化的盈利模式。
- 如周边产品、漫展、线上直播、线下签售会等

1 产业链概览：从创作到衍生的全流程、多元化生态

- 在线广播剧产业链从创作、制作、版权管理到分发，涉及剧本编写、配音、音频后期处理等，最终通过在线平台等渠道到达听众。



- 国家政策为声音经济的发展提供了明确的指导和支持。近年来，国家广电总局、国务院等机构出台了一系列政策法规，旨在加强数字版权保护、信息安全和用户权益等方面的规定。这些政策不仅巩固了网络信息的生产与传播秩序，还引导音频行业全产业链条的良性健康发展。同时，政策还致力于为企业营造良好的经营环境，鼓励内容创新，以促进整个行业的持续发展。

2021-2024年广播剧行业相关政策支持概览

《广播电视和网络视听统计数据质量管理办法》 2024年1月 行业规范

- 广播电视和网络视听行业各单位应建立健全统计数据质量管理责任制，确保统计数据真实可靠，用真实、准确的统计数据支撑广播电视和网络视听行业重大工作分析和决策。

《关于加快推进视听电子产业高质量发展的指导意见》 2023年12月 行业推进

- 到2027年，我国视听电子产业全球竞争力显著增强关键技术创新持续突破，产业基础筑牢，产业生态完善，基本形成创新能力优、产业韧性强、开放程度高、品牌影响大的发展格局。

《中华人民共和国著作权法（2020年修订版）》 2022年11月 行业规范&行业推进

- 保护文学、艺术和科学作品作者的著作权和与著作权有关的权益，鼓励有益于社会注意精神文明、物质文明建设的作品的制作和传播。

《广播电视和网络视听节目制作经营管理规定（征求意见稿）》 2022年8月 行业规范

- 规定了从事新闻节目、综艺节目、纪录片、广播剧等广播电视和网络视听节目的制作、发行等制作经营活动，以及与之相关的经纪等活动的管理。

《视音频内容分发数字版权管理有线数字电视数字版权管理系统集成》（广电发[2020]76号） 2021年2月 行业规范

- 建立管理标准体系以发挥标准在数字版权管理建设中的引领和规范作用，推动广播电视和网络视听行业高质量创新性发展。



- 从属性看，在线音频娱乐允许用户在多任务进行时同步享受，如驾车、做家务或散步时听广播剧、播客等，音频的陪伴特性使其成为快节奏生活中的独特优势。从内容来看，音频内容的多元化吸引了不同年龄段的用户，而Z世代作为新兴的消费主力，他们愿意为兴趣付费，并对情感丰富的内容表现出较高的兴趣，这为在线广播剧创造了市场机会。

音频陪伴属性适配多元场景

运动健身

家务劳动

居家休闲

.....

午间休息

培训学习

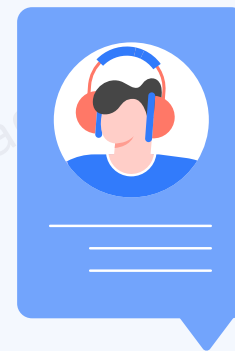
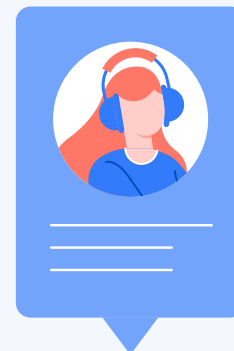
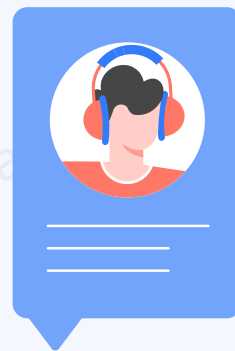
驾驶/乘车



契合当下主流消费群体偏好

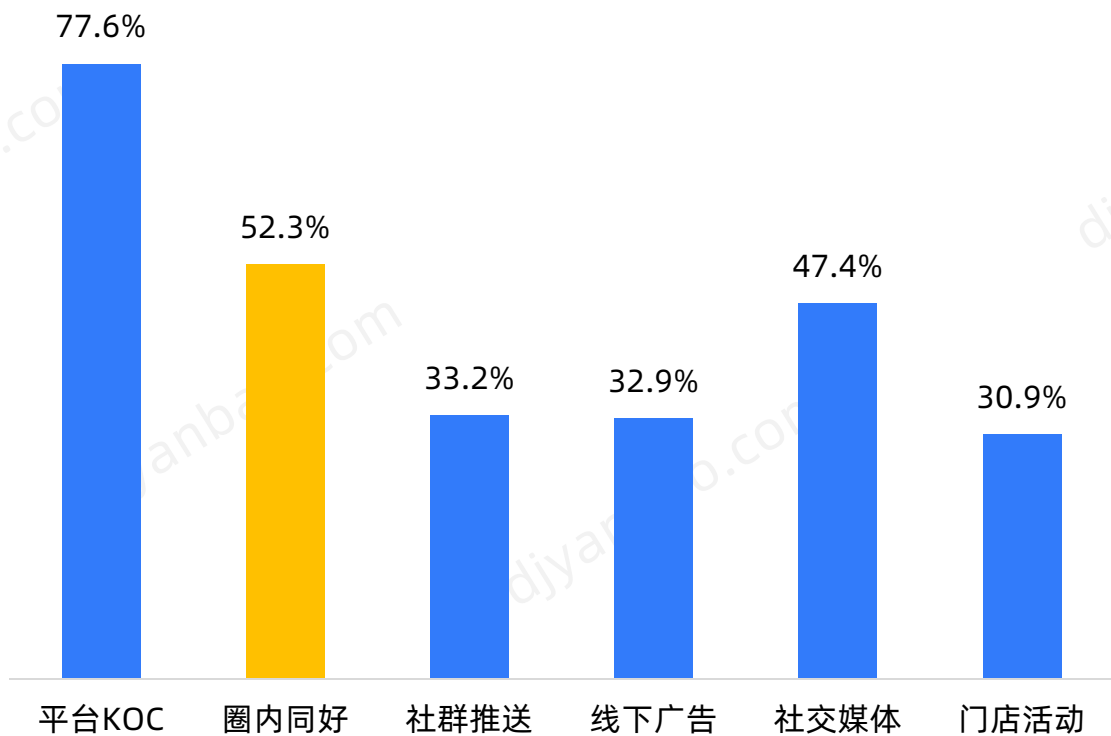
31% 的Z世代

“只为热爱付费”



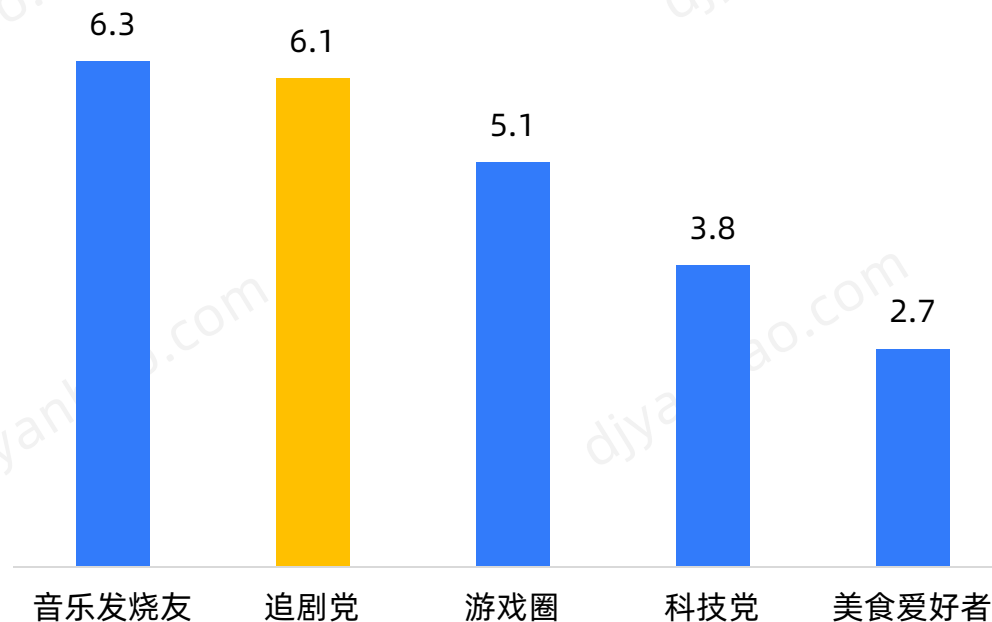
- 根据调研数据，Z世代消费者在消费决策时，容易受到平台KOC、圈内同好和社媒推送的影响。其中，有52.3%的受访者表示，他们会被圈内同好的推荐所吸引。在中国，追剧党的用户规模已达到6.1亿，形成了一个庞大的兴趣圈层。这一庞大的用户群体为影视剧和广播剧之间的IP联动效应提供了基础。当一个IP在影视领域爆红时，还将带动相关广播剧作品的关注度，进而释放其潜在的市场价值。

Z世代消费渠道认知



国内主流兴趣圈层人群规模TOP5

(单位：亿人)



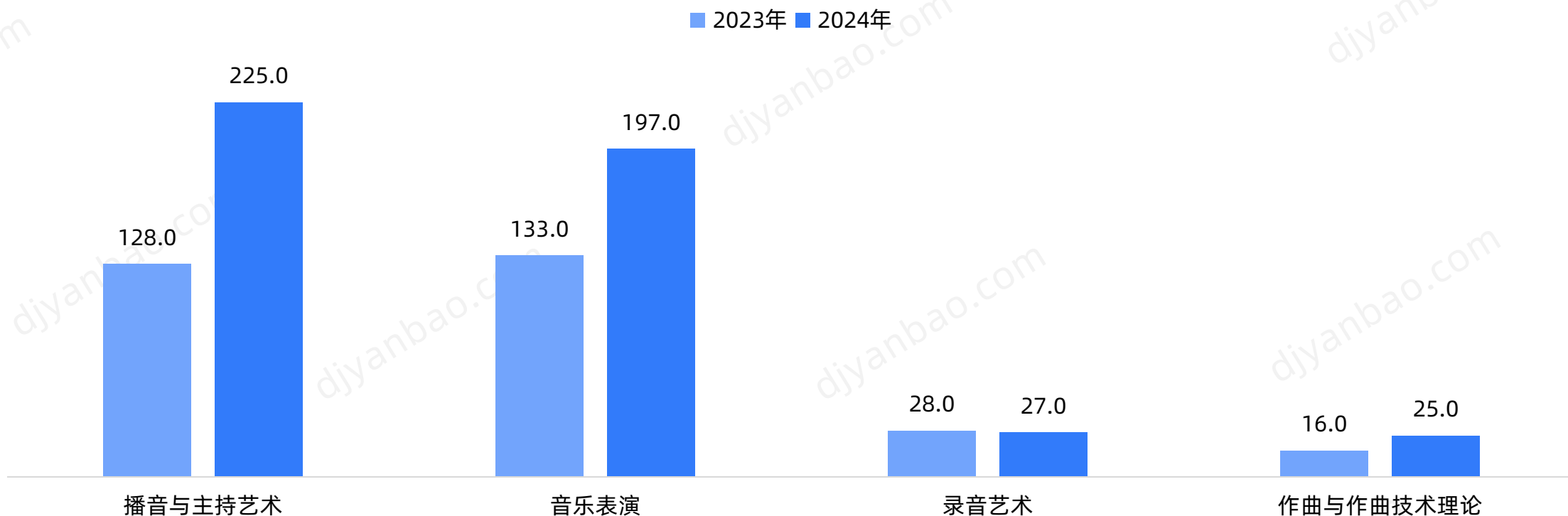
- 大数据模型借助深度学习和复杂算法，增强了平台个性化推荐的能力。与传统推荐系统相比，能更准确地捕捉用户的深层需求和兴趣变化，使推荐更加智能和精准。不仅优化了用户体验，还能通过精准推荐提高用户留存率，有利于广播剧行业的发展。

传统&基于大模型的推荐系统比较

| | 原理&方法 | 比较 |
|------------|---|---|
| 传统推荐系统 | <p>传统推荐系统主要依赖于以下几种方法：</p> <ul style="list-style-type: none"> 基于内容的推荐：通过分析用户过去喜欢的内容特征，推荐具有相似特征的项目。 协同过滤：基于用户之间的相似性和项目之间的相似性来进行推荐。 基于规则的推荐：根据预设的规则来推荐内容。 | <p>痛点</p> <ul style="list-style-type: none"> 数据稀疏性：在用户和项目数量庞大的情况下，多数用户只与少数项目有交互，数据矩阵稀疏，影响推荐效果。 冷启动问题：对于新用户或新上架的项目，由于缺乏足够的交互数据，难以进行有效的推荐。 可扩展性差：随着数据量的增长，传统推荐系统的计算复杂度增加，难以快速适应大规模数据。 推荐多样性不足：即只推荐与用户历史行为高度相似的内容，缺乏新颖性和多样性。 |
| 基于大模型的推荐系统 | <ul style="list-style-type: none"> 基于大模型的推荐系统利用深度学习和大数据技术，通过构建复杂的神经网络模型来捕捉用户行为和项目特征之间的深层次关系。 这些模型可以处理大规模的数据集，并从中学习到丰富的用户兴趣和项目属性的表示。 | <p>优势</p> <ul style="list-style-type: none"> 解决了数据稀疏性和冷启动问题：通过迁移学习和预训练模型，可以在少量数据的情况下进行有效的推荐。 提高推荐多样性：能够捕捉到用户潜在的兴趣点，推荐多样化的内容。 更精准的兴趣理解：能够从大量历史数据中学习到用户的复杂兴趣模式，提供更个性化的推荐。 更好的可扩展性：深度学习模型可以高效地处理大规模数据，适应不断增长的数据量和用户量。 实时性：结合实时数据处理技术，能够快速响应用户行为的变化，提供及时的推荐结果。 |

- 随着声音行业的快速发展，高校对相关专业的培养日益重视。2024年，中国开设播音与主持艺术、音乐表演、作曲与作曲技术理论等专业的高校数量均有所增长，其中开设播音与主持艺术专业的高校数量最多，达到225所。高校持续为声音行业输送高素质人才，为行业的未来发展奠定了坚实的人才基础。

中国声音行业相关专业开设高校数量（单位：所）



在线广播剧行业洞察

01

在线广播剧市场情况分析

02

在线广播剧消费者洞察

03

重点企业分析——兔U

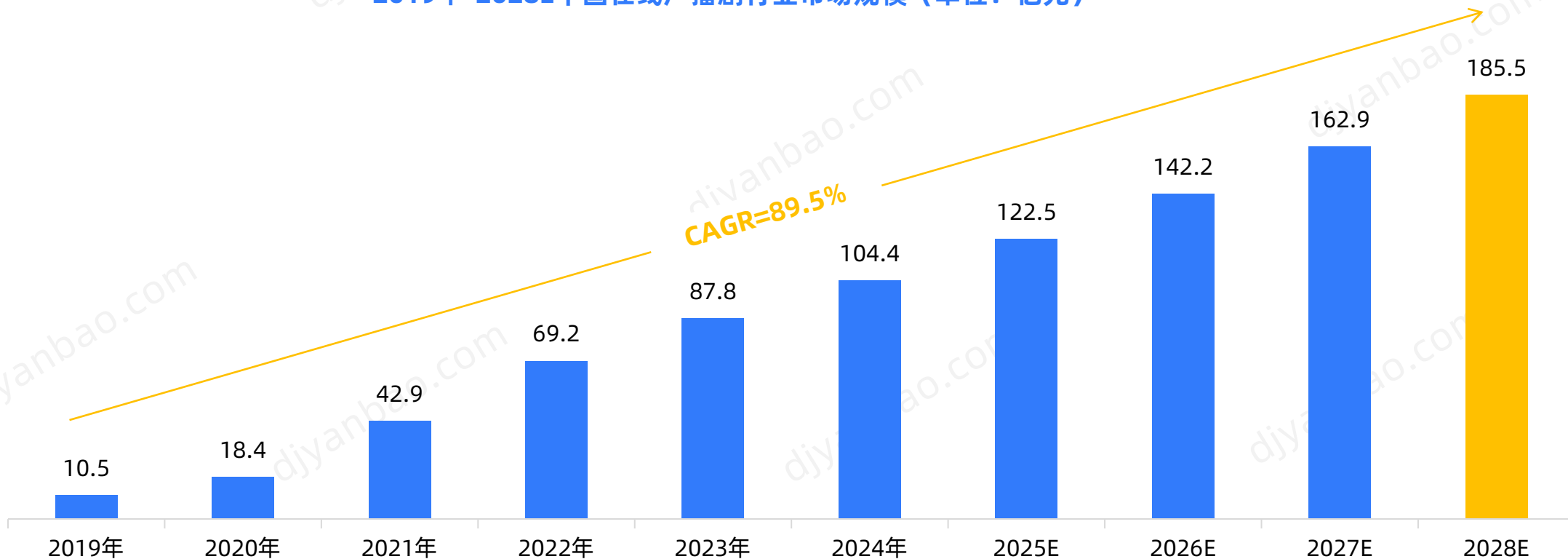
04

在线广播剧行业未来发展趋势

05

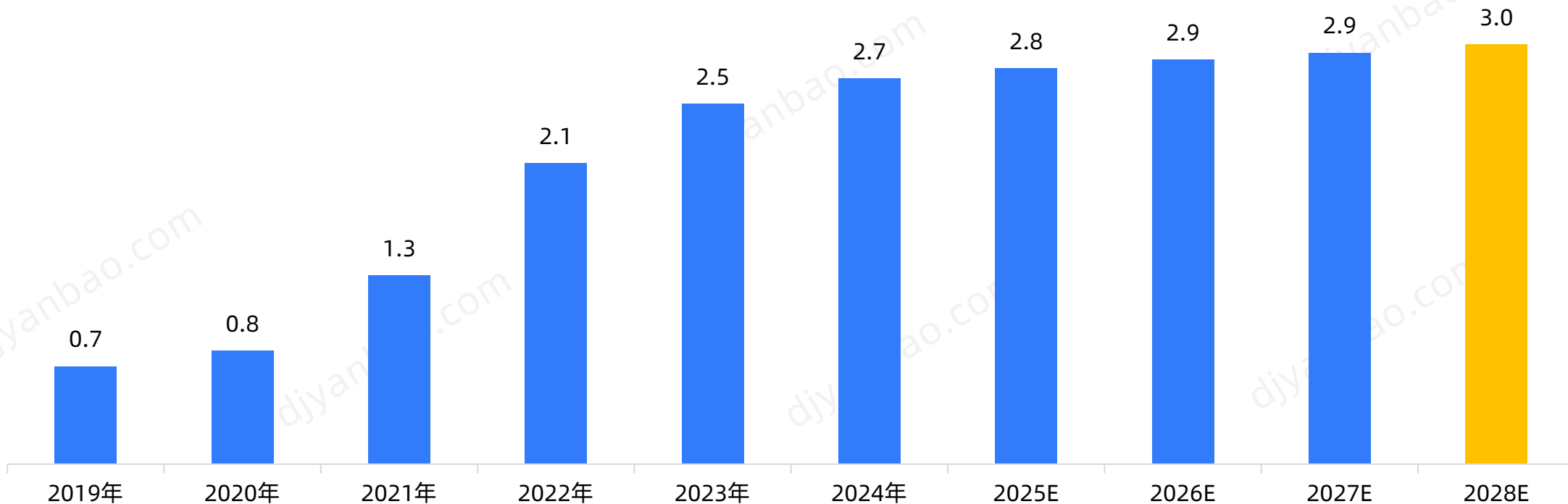
- 此次调研表明，2024年在线广播剧的渗透率相较于其他在线音频类型还存在巨大提升空间，其市场规模正在迅速增长。从2019年的10.5亿元增长到2024年的104.4亿元，五年间市场规模扩大了近十倍，在线广播剧市场发展势头强劲。保守预计，到2028年，市场规模将达到185.5亿元，行业具备较大发展潜力和市场机会。

2019年-2028E中国在线广播剧行业市场规模（单位：亿元）



- 2024年，据艾媒咨询数据显示，中国在线音频用户已高达7.5亿人，在线音频用户规模持续扩大。其中在线广播剧行业用户规模也将保持稳健增长。2019年，在线广播剧行业用户规模约为0.7亿人，到2024年已增长至2.7亿人，实现了显著的增长。展望未来，预计至2028年，用户规模约增至3亿人，显示出行业的持续扩张和发展潜力。

2019年-2028E中国在线广播剧行业用户规模（单位：亿人）



- 小红书上广播剧相关话题的热度在2024年持续攀升，用户对广播剧内容及平台的推荐和分享的热情不断增长。其中2024年广播剧搜索热度高达3215.3万，相关新发布笔记数达到8.1万。

2024年广播剧搜索总热度 3215.3 w

2024年广播剧新发布笔记数 8.1 w

小红书相关广播剧话题讨论情况 (截至2024.12)

| 话题 | 浏览量 | 近30天互动增量 |
|-------------------------|---------|----------|
| #广播剧推荐 参与讨论人数: 6.76万 | 2.6亿 | 10.2万 |
| #广播剧在哪听 | 378.5万 | 2.5万 |
| #听广播剧的app推荐 | 1159.7万 | 1.9万 |



发布笔记总量同比增长 26.0%



点赞较多
《破云》大电影

- 互动量: 1.3万
- 预估阅读数: 30.1万
- 收藏数: 2583
- 评论数: 339
- 分享数: 589

- 互动量: 3.3万
- 预估阅读数: 38.2万
- 收藏数: 7965
- 评论数: 284
- 分享数: 363



点赞较多
兰波的人鱼语真是绝绝子!!!

- 在线广播剧目前主要通过用户付费订阅等传统渠道实现盈利，除此之外，行业正在积极探索新的盈利途径，如直播、周边衍生等。行业中已出现收益可观的作品，公开数据显示，《魔道祖师》广播剧的收益超过千万，《破云》和《默读》广播剧的收益均超过百万。

广播剧行业传统&新兴收益渠道

部分热门广播剧收益数据

传统收益渠道

付费内容

- 会员订阅：**会员订阅提供稳定现金流，是核心盈利点。
- 付费点播：**付费点播激励优质内容创作，收益由平台与创作者分成。

广告营销

- 差异性创作：**根据音频媒介的特质产生新的创作思路，呈现方式区别于视频广告。
- 平台合作：**音频平台凭借用户流量吸引品牌方做广告投放，制作方在音频IP中注入品牌广告内容。



《魔道祖师》收益超过千万

行业探索中

新兴收益渠道

直播业务

- 直播互动：**行业将继续探索以广播剧为核心的各种直播形式，例如声优直播互动等，而打赏将成为平台盈利的重要方式之一。

衍生业务

- 周边销售：**在线音频平台合理利用粉丝经济，布局线上周边和线下谷子店。
- 其他业务：**开拓新的盈利路径，积极开拓电商业务以及播音技能培训等。



《破云》、《默读》收益超过百万

- 目前，普通广播剧的制作成本一般在数十万元左右，如果高配制作，项目成本则直接超百万元。对于像《三体》这样的顶级制作项目，其制作费用更是高达1000万元以上。然而，广播剧的制作成本与实际收益之间可能存在不匹配的情况，所以广播剧制作方普遍会更倾向于选择已经受到欢迎的题材进行制作，以减少风险，但这种做法可能导致广播剧内容的同质化现象。

广播剧成本构成

| 成本构成项 | 详细说明 |
|-------|---------------------------------------|
| 剧本创作 | 包括编剧稿酬、剧本修改和完善等费用，资深编剧费用较高。 |
| 版权费用 | 基于已有作品改编的广播剧需支付的版权费用。 |
| 制作团队 | 导演等团队成员的工资和福利，专业团队成本较高。 |
| 配音演员 | 知名配音演员费用较高，包括培训和排练成本。 |
| 录音制作 | 包括录音棚租赁、音效处理、后期剪辑等费用，高质量设备和专业录音师成本较高。 |
| 音乐与音效 | 原创音乐和音效制作费用，包括作曲家酬劳、音效制作和编辑。 |
| 宣传与发行 | 广告投放、渠道推广等费用，用于吸引听众。 |

成本效益不对称

- 制作成本高昂：**广播剧尤其是基于热门IP改编的作品，其制作成本包括版权费、CV费用和后期制作等，导致整体成本居高不下。
- 收益不确定性大：**网络广播剧平台实际的用户留存和付费用户的转化，存在很大的不确定性，面临着付费转化率低等问题。

内容同质化严重

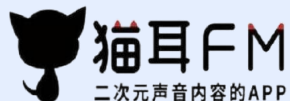
- 题材集中于特定类型：**目前市场上的广播剧大多由热门网络小说改编而来，题材会相对集中。
- 依赖已知IP，缺乏原创性：**广播剧行业在内容创作上过度依赖已有的知名IP，缺乏原创剧本的开发和推广，难以吸引和保持用户的长期兴趣。

- 在线广播剧行业的竞争格局呈现出多元化态势。目前，专注于广播剧的垂直类平台数量有限，但新兴的在线广播剧平台如猫耳、兔U等正在迅速崛起，抢占市场份额。除此之外，一些综合音频平台，如喜马拉雅、网易云音乐等头部知名平台也在拓展广播剧业务，但由于广播剧并非平台的核心业务板块，平均内容质量较垂直类平台会稍显不足。

在线广播剧行业竞争格局

广播剧垂类平台

规模性参与者较少，市场尚未出现明显的主导企业或垄断现象



猫耳FM是一个专注于ACG相关内容的二次元音频社区，广播剧为核心内容之一。



漫播平台以“可视化”漫播剧为特色，提供大量广播剧内容。



兔U自2024年6月上线以来，用户迅速破千万，拥有众多热门和独家IP版权，专注于广播剧领域。

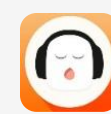


饭角是一款泛二次元创作社区产品，提供古风、穿越等多种题材广播剧。

其他综合音频平台

许多在线音频平台均有布局，但并非核心板块

综合有声音频



荔枝

酷我畅听

在线音乐

其他音频平台



QQ音乐



酷狗音乐
就是歌多



在线广播剧行业洞察

01

在线广播剧市场情况分析

02

在线广播剧消费者洞察

03

重点企业分析——兔U

04

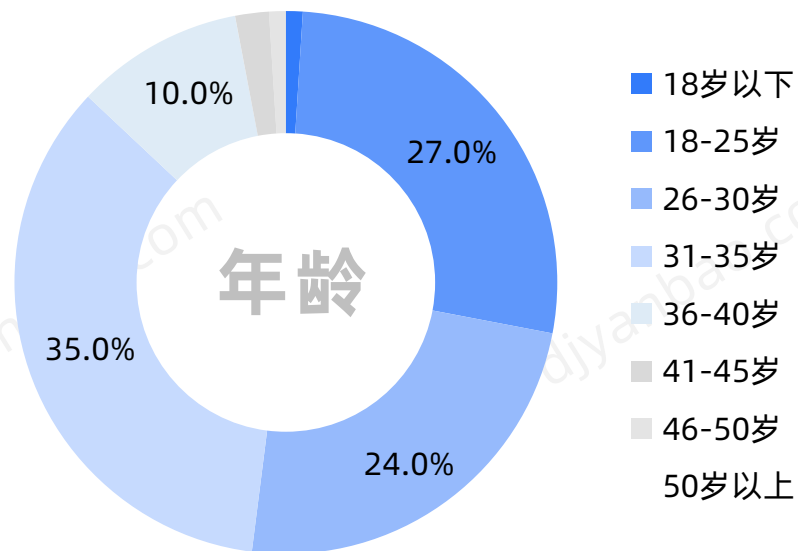
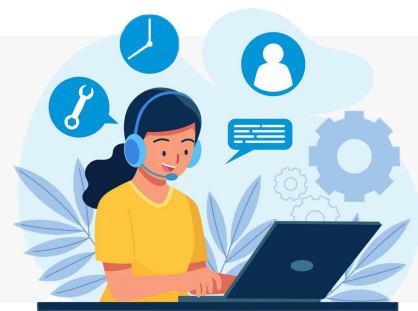
在线广播剧行业未来发展趋势

05

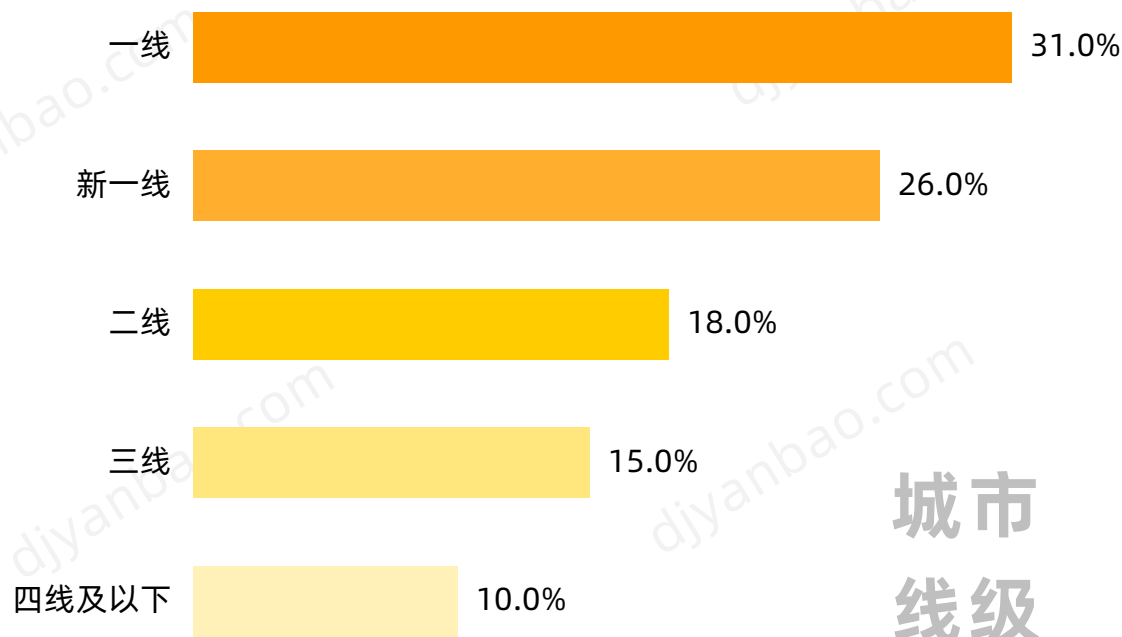
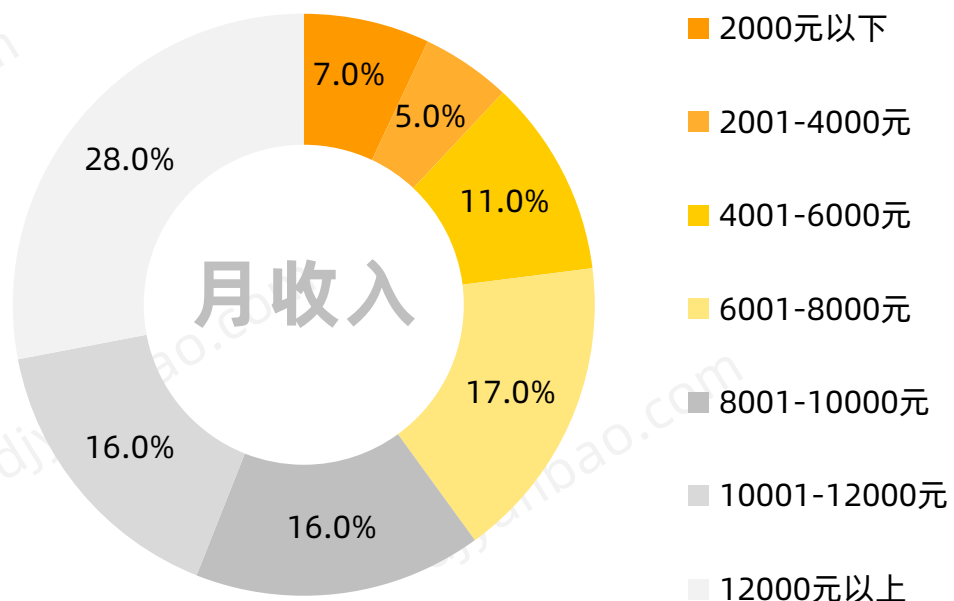
- 广播剧作为一种音频娱乐形式，对女性听众具有较高的吸引力，调研数据显示，女性用户占比达78.0%。广播剧的便捷性和丰富的内容选择使其在18-35岁的年轻用户中尤为流行。

本次消费者洞察以在线问卷为主，面向社会成员进行投放，有效样本量为100份。

- 性别分布：**男女比例接近1:4。
- 年龄分布：**18-35岁占比达86.0%。



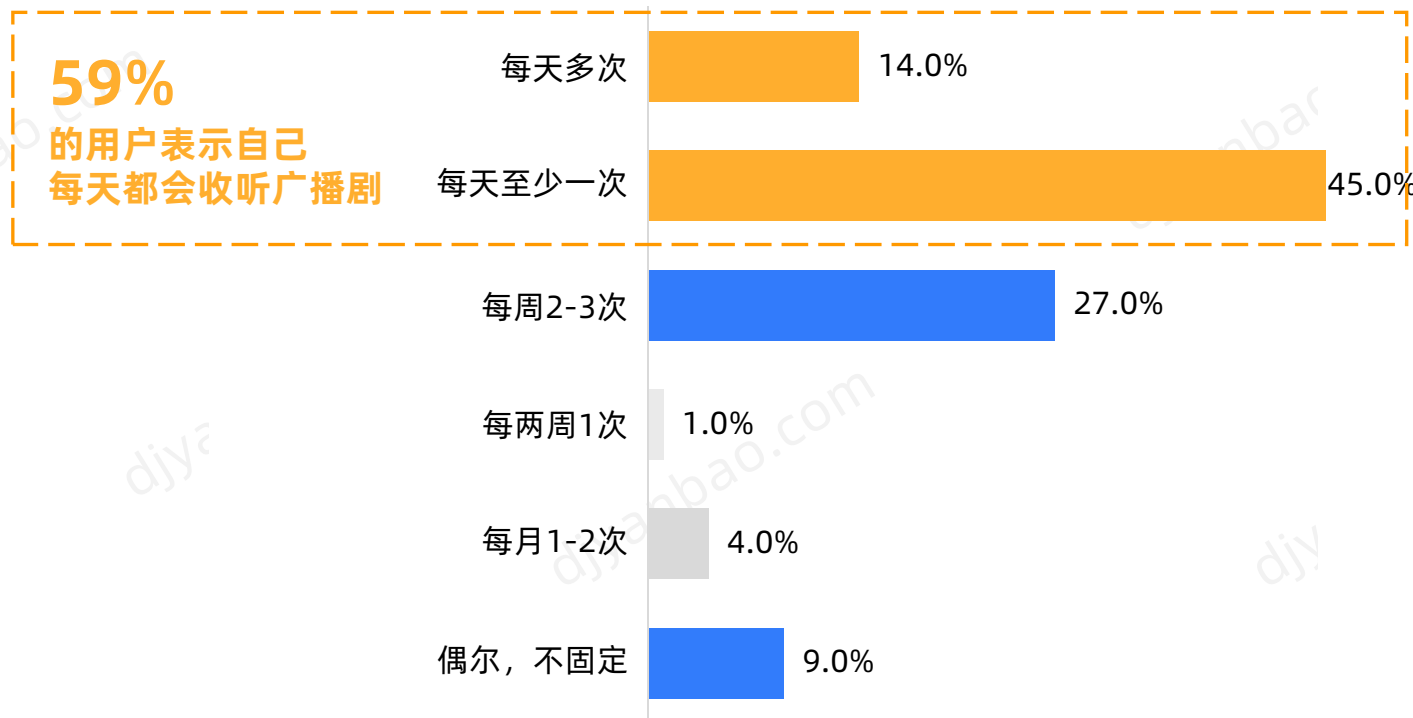
- 广播剧用户中，高收入群体占比较大。调研显示，超过40.0%的广播剧用户为较高收入人群（月收入超1万元）。
- 一线和新一线城市的用户群体对广播剧这种新媒体娱乐形式的接受度较高。本次调研中，一线和新一线城市的用户占比接近60.0%，其中，一线城市占比达31.0%。



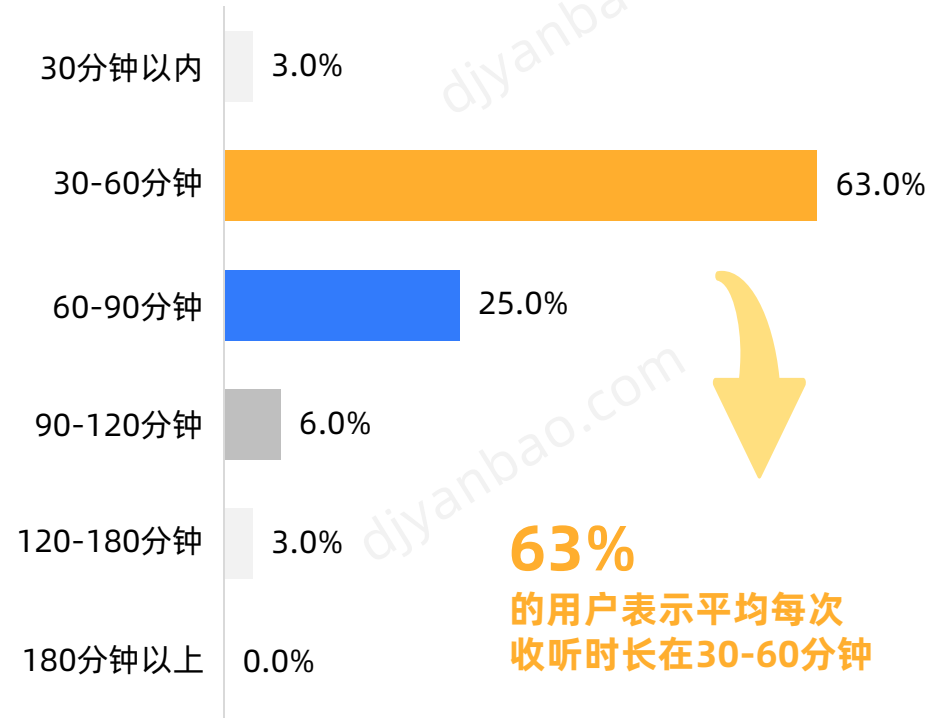
3 用户习惯：广播剧听众忠诚度高，收听频繁，时长偏长

- 广播剧已成为部分用户日常娱乐的重要组成部分，受访人群收听习惯显示，59.0%的用户每天都会收听广播剧。
- 不同的用户有不同的收听时长偏好。调研结果显示，最常见的收听时长区间在30-60分钟，用户占比63.0%，25.0%的用户收听时长在60-90分钟，仅有不到10.0%的用户会单次收听过播剧超过90分钟。

Q: 关于广播剧，您的收听频次是？

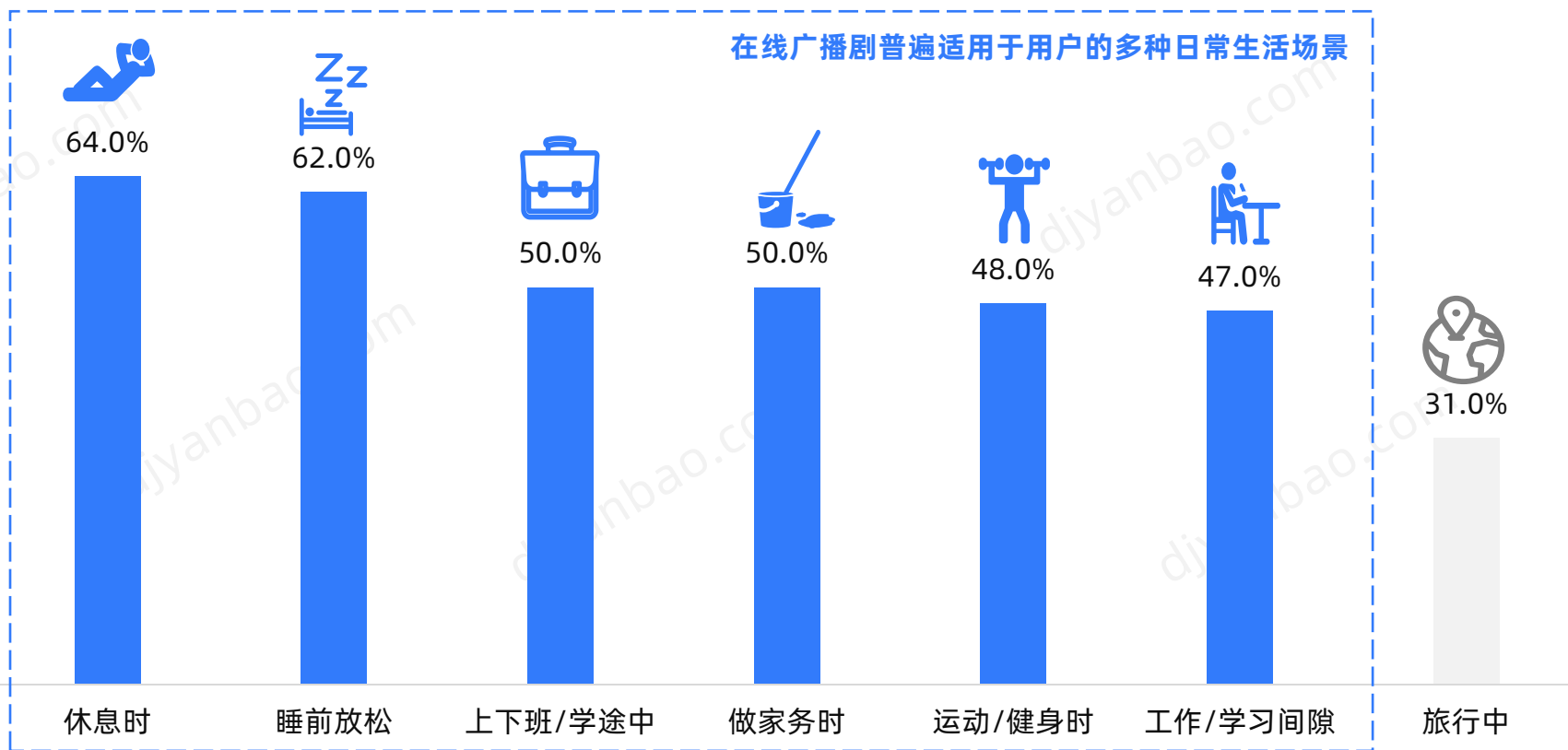


Q: 您每次广播剧的收听时长大概在？



- 在线广播剧已经渗透到用户的日常生活中，无论是在家中、通勤途中还是在工作学习间隙，都有广泛的应用。同时，智能手机因其便携性和易用性，成为用户收听广播剧的首选设备，占比高达89.0%。此外，智能音箱、车载收音系统和平板也因其特定场景下的便利性，分别占比54.0%、35.0%和32.0%。

Q：您通常在哪些场景下收听在线广播剧？

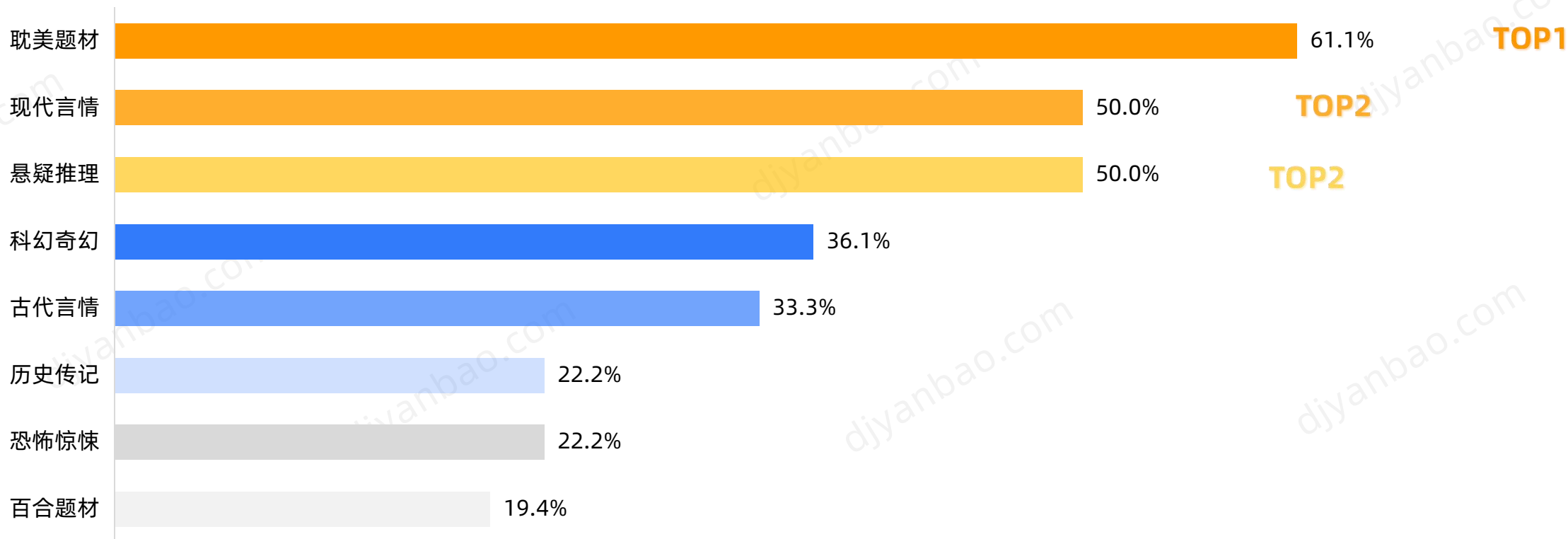


Q：您通常适用哪些设备收听在线广播剧？



- 在广播剧听众的题材偏好中，耽美题材占据了显著的位置，选择占比高达61.1%。现代言情和悬疑推理题材同样受到听众的喜爱，各占50.0%的比例。虽然耽美题材在广播剧领域内广受听众青睐，但需关注其可能受到的政策影响。广播剧行业在迎合市场偏好的同时，也应审慎考虑政策因素，以促进内容的多元化发展，并确保行业的稳健与可持续性。

Q：您收听的广播剧主要涉及哪些题材？



- 广播剧题材多样，不同年龄段的用户对题材有不同的偏好。调查数据显示，25岁以下的用户更偏好耽美、现代言情等题材的广播剧，而26-35岁的用户更偏好悬疑推理、科幻奇幻等题材的广播剧。
- 广播剧听众的偏好也因性别而异，男性群体偏好历史传记等题材，女性群体则更偏好耽美等题材。其中耽美题材性别差异最为显著，差异指数为178.7。

主要调研人群广播剧题材偏好TOP3

按年龄段划分



选择占比

| | |
|------|-------|
| 耽美题材 | 60.7% |
| 现代言情 | 42.7% |
| 科幻奇幻 | 39.3% |



选择占比

| | |
|------|-------|
| 悬疑推理 | 61.0% |
| 科幻奇幻 | 52.5% |
| 历史传记 | 50.9% |

按用户性别划分



差异指数

| | |
|------|-------|
| 耽美题材 | 178.7 |
| 百合题材 | 98.0 |
| 古代言情 | 43.0 |



差异指数

| | |
|------|-------|
| 历史传记 | -27.7 |
| 恐怖惊悚 | -23.0 |
| 科幻奇幻 | -20.5 |

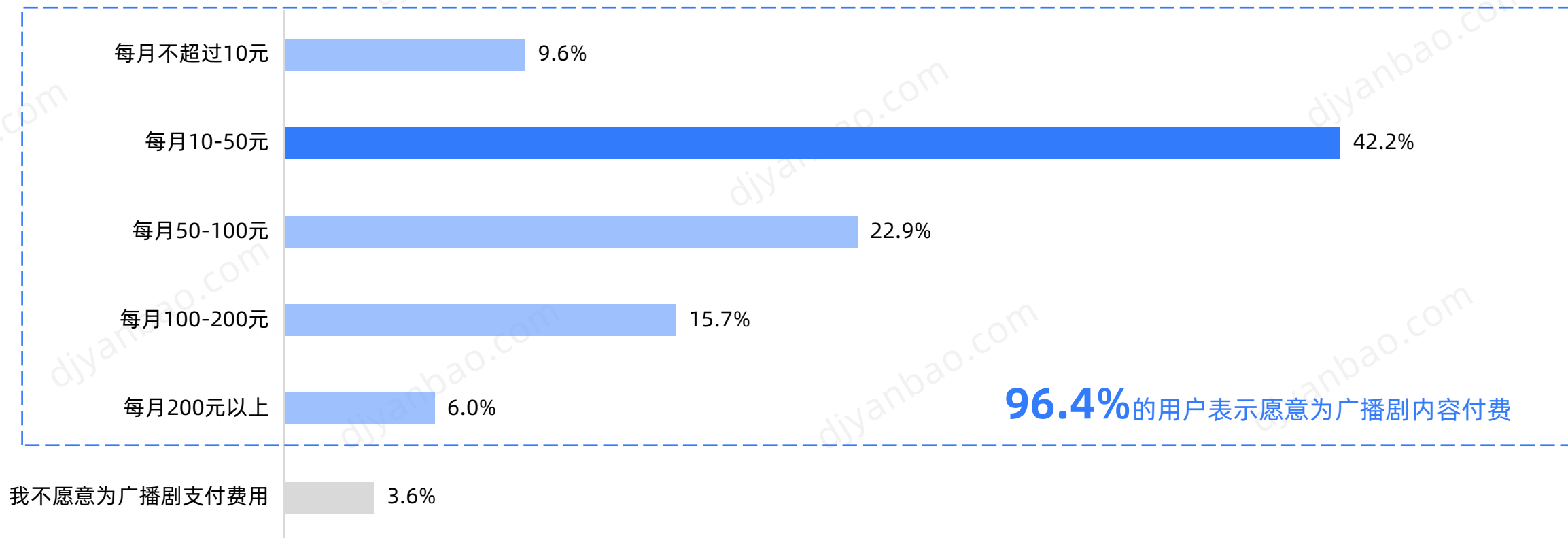
- 多数用户在收听广播剧时有较强的互动意愿，他们通过弹幕互动、评论、投票和社区讨论等形式进行互动，且各个形式的参与度有所不同。
- 弹幕互动是用户最常参与的互动形式，有42.0%的用户表示自己经常参与。

Q：以下广播剧的互动活动，您参与的程度如何？

| 互动形式 | 有互动意愿 | | 无互动意愿 |
|------|-------|-------|-------|
| | 经常参与 | 偶尔参与 | 从未参与 |
| 弹幕互动 | 42.0% | 47.0% | 11.0% |
| 评论 | 39.0% | 54.0% | 7.0% |
| 投票 | 34.0% | 51.0% | 15.0% |
| 社区讨论 | 32.0% | 53.0% | 15.0% |

- 调查数据显示，96.4%的用户表示愿意为广播剧内容付费，付费意愿较高，但月付金额偏低，每月愿意为广播剧付费10-50元的用户居多，占比42.2%。

Q：对于您感兴趣的广播剧内容，您愿意为之支付多少费用？



- 用户对在线广播剧APP的整体满意度主要体现在内容的丰富性、音质的清晰度等方面。同时，用户期望APP能在个性化推荐、互动功能和音质多元化等方面进行改进。
- 调研显示，用户普遍反映更新速度慢、个性化推荐不准确、收费模式单一且偏高等问题。



个性化推荐：

在线广播剧属于娱乐放松产品，用户希望推荐内容更贴合个人喜好，减少不相关内容的推送，提升体验感。

“能够满足不同用户的兴趣和需求” “个性化推荐再丰富一些”

“个性化推荐不准确” “个性化推荐不好” “可以多多加强个性化的一些设计”

更新速度：

在线广播剧分集更新，吸引用户兴趣，收听者希望加快内容更新频率，减少等待时间。

“可以加快更新速度” “更新频率应该加快” “更新普遍都慢，这太吊人胃口”

“更新不够快啊!!!” “更新快一点”

平台收费方式：

用户反馈显示，广播剧APP的收费模式单一且价格偏高，缺乏灵活性，版权限制多，免费内容不足，且广告干扰体验，需改进以提升用户满意度。

“收费形式不够灵活” “收费太高，有很多作品都要收费” “经常开会员才能听”

“我觉得免费的广播剧太少了一些”

在线广播剧行业洞察

01

在线广播剧市场情况分析

02

在线广播剧消费者洞察

03

重点企业分析——兔U

04

在线广播剧行业未来发展趋势

05

- 兔U app 是一款专注于广播剧领域的移动端应用程序，旨在为用户提供丰富多样、高品质的广播剧收听体验，同时打造一个集听剧、互动、创作于一体的综合性音频娱乐平台。作为当下全球广播剧 TOP 级应用平台，兔 U 汇聚海量优质广播剧资源，是用户沉浸听剧、声优逐梦、IP 衍生孵化的首选之地。

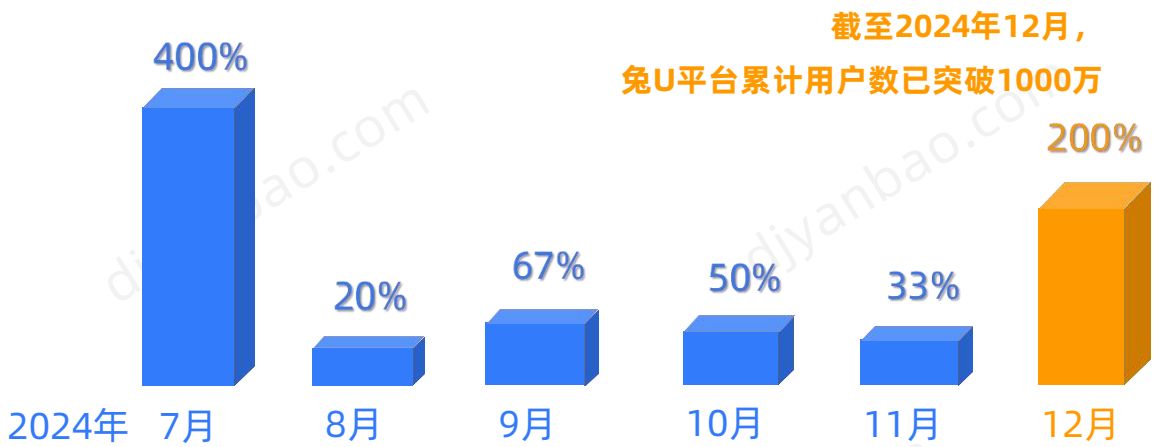


➤ 2024年：6月兔U广播剧APP正式上线，成功打造出如《祸国》系列、《法老的宠妃》、《京洛再无佳人》等一系列热播大剧。广播剧《京洛再无佳人》第一季上线，热度值突破60万。

兔U涵盖各类题材广播剧

| | | |
|----|----|-------|
| 言情 | 玄幻 | 悬疑 |
| 耽美 | 百合 | 历史 |
| 古风 | 现代 | |

2024年7月-12月兔U月活用户数环比变化



资料来源：兔U，洞见研报分析整理

4

产品介绍：汇聚重磅IP资源，掌握独家版权优势

- 兔U广播剧平台凭借超1000部独家版权广播剧，在内容上占据绝对优势，有助于稳固行业地位。独家内容上线后，用户注册增长40%，付费转化率提升30%，独家版权对用户吸引力和付费意愿的显著拉动作用。

知名矩阵IP

- 《遮天》《三生三世十里桃花》等知名IP广播剧海报，吸引大量听众；《法老的宠妃》广播剧深受原著粉丝喜爱，在古言奇幻爱好者中掀起热潮；《京洛再无佳人》广播剧首日播放量破168万，备受关注。

影视同期广播剧

- 兔U广播剧平台汇集了众多影视同期书IP，包括《京洛再无佳人》、《饕餮记》以及《千劫眉》（影视剧版名为《水龙吟》）等。



- 会员订阅是广播剧平台的重要收入来源。兔U广播剧平台针对不同广播剧爱好者的不同需求，推出多种会员套餐（VIP，SVIP），满足个性化需求。

兔U平台持续产出优质内容，优先提供给会员享有。会员可享受独家内容，如提前收听剧集、专属广播剧衍生节目、高清音频下载、超前点播等特权。



兔U会员专属特权

- 会员好剧
- 个性弹幕
- 尊贵铭牌
- 专属气泡
- 昵称修改
- 福利音下载
- 无损品质
- 会员等级
- 自定义背景
- 全站故事

兔U精品会员剧

2025待上架

100+连续季
1000+全一期

- 惊岁 全一季 徐佳琦 & 风允之...
- 祸国·式燕 第... 刘校妤 & 袁铭喆
- 祸国·归程 第... 段艺璇 & 倒毒死...
- 饕餮记 第一季 山新 & 马正阳
- 京洛再无佳人 景向谁依 & 伤洛...
- 法老的宠妃 第... 徐佳琦 & 轩ZONE

兔U会员权益对比

| 权益 | 非会员 | VIP | SVIP |
|-------------------|------|--|---|
| 价格 | / | <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> <small>限时特惠</small> 连续包月 ¥12.8 <small>次月 ¥9.8</small> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> 月度会员 ¥14.8 <small>低至 ¥0.49/日</small> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> 年度会员 ¥198 </div> </div> | <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> <small>限时特惠</small> 连续包月 ¥18.8 <small>次月 ¥16.8</small> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> 月度会员 ¥24.8 <small>低至 ¥0.82/日</small> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> 年度会员 ¥268 </div> </div> |
| VIP剧集 | / | 免费听 | 抢先听 |
| 故事 | / | / | 免费看 |
| 登录设备 (iOS/安卓/PAD) | 1台 | 3台 | 5台 |
| 评论气泡 | / | 炫彩 | 酷炫 |
| 弹幕 | 普通 | 炫彩 | 酷炫 |
| 音质选择 | 标准品质 | 高清品质 | 无损品质 |
| 昵称修改 | 1次/年 | 12次/年 | 不限 |
| 个人主页背景 | / | 12次/年 | 不限 |
| 下载 | / | 福利音 | 福利音 |

经验值、等级、剧集下载、抽奖中心、虚拟挂件、周边福利等更多会员权限还在逐步开放中

4 战略布局：品牌深化市场布局，巩固扩展广播剧行业领先地位

- 兔U 深耕广播剧行业，通过线上线下相结合的策略布局，有效提升品牌知名度并助力品牌推广。随着品牌策略的不断深化，兔U有望进一步扩大市场份额，巩固其在行业中的地位。

线上：主流社媒平台布局，多家媒体合作

线下：布局户外上刊，持续加码行业渗透

社媒平台

-  **抖音**
#京洛再无佳人广播剧 **432.7w**播放
-  **小红书**
标记我的生活
#兔U **47.2w**浏览
-  **微博**
weibo.com
视频累计播放量**32.2w**

媒体

-  **百度**
-  **今日头条**
-  **热搜中国网**
—HOT SEARCH ON CHINA NET—
-  **第一财经网**
-  **焦点日报网**
www.91kabel.cn
-  **国际时报网**
www.bcsc.top
-  **中华财经网**
-  **人民经济网**
finance-people.com.cn
-



*数据统计截止2025年1月9日

资料来源：兔U，洞见研报分析整理

在线广播剧行业洞察

01

在线广播剧市场情况分析

02

在线广播剧消费者洞察

03

重点企业分析——兔U

04

在线广播剧行业未来发展趋势

05

- 近年来，越来越多的广播剧作品通过融合创新来挖掘更具时代特点的艺术表现形式，如从优秀的传统文化典籍中取材。同时，广播剧创作也在不断创新和突破，如以“录音报道+历史广播剧”融合呈现的纪实广播剧《遇见海昏侯》、以“广播剧+口述新闻”形式而作的系列广播剧《生死关头》等。
- 原创网络广播剧《面具之下》、原创精品广播剧《文润盛世》的推出，让越来越多的平台尝试自制广播剧。未来，网络广播剧在内容创作上会越来越注重原创性，进而展现自身魅力。

广播剧多种艺术表现形式



原创广播昆曲音乐剧



录音报道+历史广播剧



广播剧+口述新闻

部分原创广播剧



《面具之下》



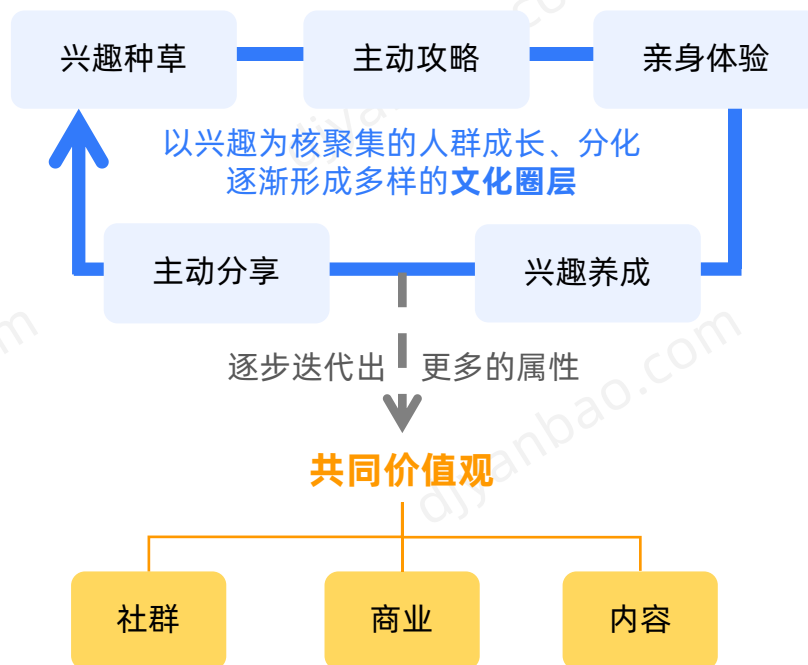
《文润盛世》

- 近年来，在大环境不确定因素增多的背景下，人们越来越倾向于通过寻找群体共鸣来获得心理上的稳定感，这促进了圈层文化的快速发展。基于共同兴趣的圈层不仅在文化上有所拓展，还可能带来更多的经济机会。随着消费者越来越愿意为情感体验付费，广播剧平台预计将更加重视交互功能的设计，利用圈层效应，使用户在收听广播剧时能够实现情感共鸣和身份认同。

“群体是内心安全感的主要来源之一”

- 在社会加速发展的背景下，疫情的冲击尚未完全消散，经济形势的波动又带来新的挑战，人们的内心安定受到持续挑战，对安全感的渴望增强。而群体是安全感的重要来源之一。
- 在群体中，相似情绪和价值观的个体能够迅速产生共鸣，提供理解、尊重和包容的情感支持，为人们带来慰藉。

始于兴趣的圈层衍生更多可能

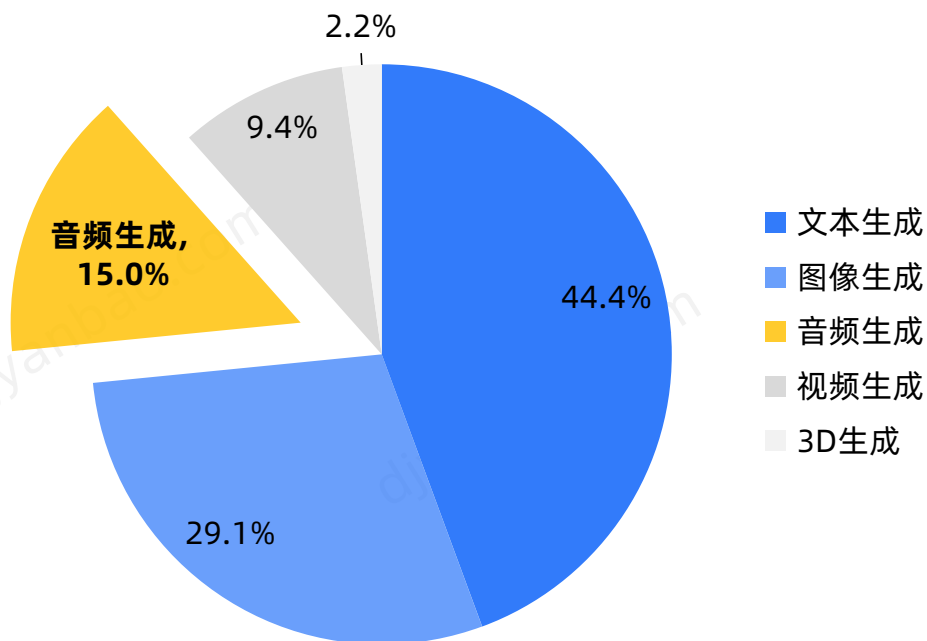


年轻人偏爱为“情绪价值”买单

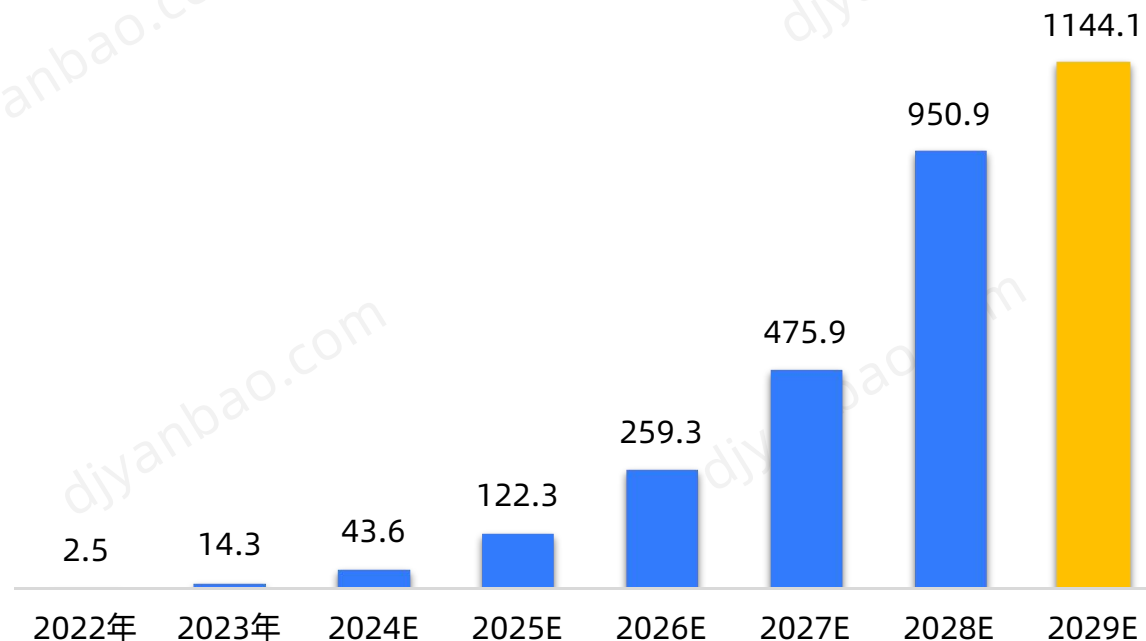
40.1%
的年轻人
会为情绪价值消费

- 近年来，AIGC（生成式人工智能）行业迎来技术突破，得到显著迅速的发展，其中音频生成仅占15%，仍有较大的发展空间。据测算，2024年，我国AIGC行业市场规模达到436亿元，预计2030年，行业规模将达到1.14万亿元。未来，AI行业的发展还将为广播剧带来更广阔的发展机遇。从效率来看，AI技术的提高能够更加逼真地模仿人类情感，提高广播剧的制作效率。除此之外，AI技术还将促进广播剧的个性化发展，结合语音识别和机器学习，用户可定制独特的声音风格，甚至克隆自己的声音，实现个性化的音频体验。

AIGC应用产品生成占比

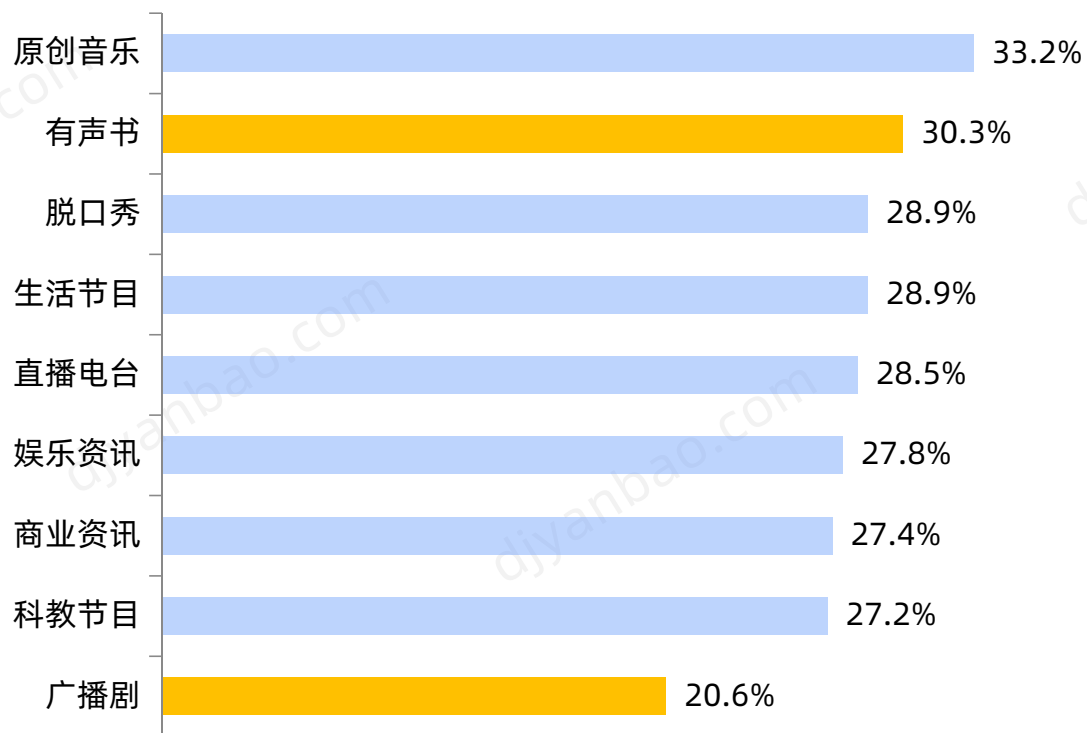


中国AIGC市场规模预测（单位：十亿元）



- 据2024年调研显示，在线音频用户收听的音频种类中，有声书占比30.3%，广播剧占比20.6%。目前，广播剧行业存在用户认知不足的问题，部分在线音频用户难以区分广播剧与有声书的区别，未来随着行业认知的提升和渗透率的增加，消费者教育的改善将助力广播剧进一步拓展市场，有望在音频市场中抢占部分有声书的份额。

2024年在线音频用户收听音频种类



部分在线音频用户对于广播剧的确切认知尚有不足



专业免费的行业研究数据库，**3700000+**报告，覆盖各行业研究报告、行业报告、咨询报告、上市公司研报、招股书、蓝白皮书等，采用智能搜索引擎、自然语言处理等技术，并根据市场需求创建了web端和微信小程序端两种模式为金融投资人员、企业高管、咨询顾问、行业研究员、市场分析师提供便捷、全面、专业的信息检索服务！

智能收藏



标星等级



WORD/PPT下载



随手笔记



专项订阅



洞察行业机遇，适配企业发展

综合分析企业发展环境，洞察投资机遇
全面了解企业运营模式，筛选目标领域
密切关注市场行情动态，制定投资计划
研究竞争对手商业模式，协助战略决策



战略
咨询

共建
报告

挖掘行业信息，助力品牌推广

联合企业发布行业白皮书，研究行业前景
剖析行业发展现状与动态，探索潜力赛道
提供品牌推广路径与方案，夯实领先地位
立足公司特色业务产品，凸显品牌专业度



商业合作：发送邮件到 collaboration@djyanbao.com 简要描述您的需求

本报告为洞见研报制作，其版权归属洞见研报，任何机构和个人引用或转载本报告时需注明来源为洞见研报，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。任何未注明出处的引用、转载和其他相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。对任何有悖原意的曲解、恶意解读、删节和修改等行为所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任，并保留追究相关责任的权力。

本报告基于已公开的信息编制，但本公司对该信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证。本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断，该等意见、评估及预测在出具日外无需通知即可随时更改。本公司将来可能根据不同假设、研究方法、即时动态信息和市场表现，发表与本报告不一致的意见、观点及预测，本公司没有义务向本报告所有接受者进行更新。

本公司力求报告内容客观、公正，但本报告所载观点、结论和建议仅供参考使用，不作为投资建议，对依据或者使用本报告及本公司其他相关研究报告所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任。

洞见趋势 研判未来



APP (安卓&IOS)



微信小程序



微信公众号

——扫描二维码解锁百篇免费报告——