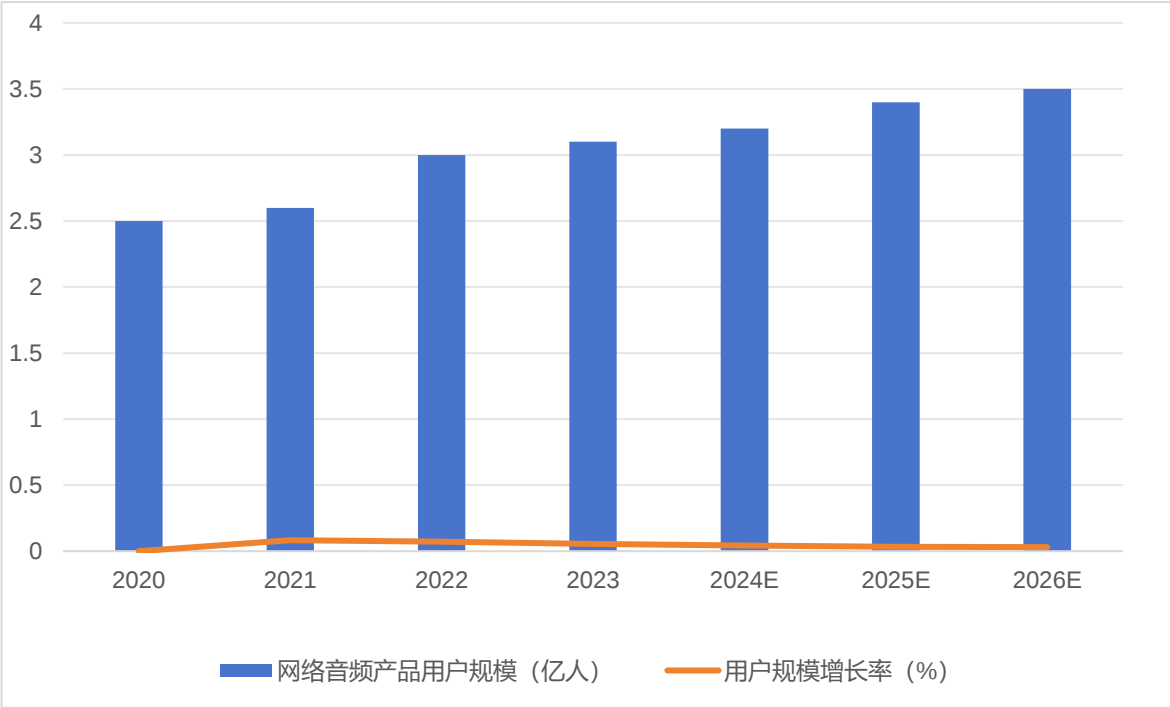


工作任务二：用户分析

(一) 国内音频市场用户分析

根据《2023中国网络音频产业研究报告》：



2020—2026年主要网络音频平台用户规模及预测

国内网络音频用户规模2023年达3.1亿人次。考虑到国内总体人口规模趋于稳定且老龄化程度加深，预估音频用户规模将在2026年突破3.5亿。

(一) 国内音频市场用户分析



中青年用户为主，女性听众居多

用户覆盖年龄层广泛，且呈现年轻化趋势，其中90后及00后占比高达44.1%，女性听众多于男性



大多生活在华东、华南地区的高线城市

用户大多数在长三角、珠三角和京津冀的一二线城市，其中来自广东省的用户数量最多



见多识广学历高，多是上班族打工人

音频用户的整体受教育水平较高，82.6%拥有本科以上学历，约七成是企事业单位的白领



收入水平中等偏高，消费意愿强

87.9%的用户月均收入在5000元以上，且通过电商平台的日常消费频率很高



工作忙碌闲眼少，经常在午、夜时分听音频

受限于快节奏、高强度的工作生活，他们收听音频多集中在晚上8点之后及午休时间



乐意为音频付费，未来愿增加相关支出

普遍对内容品质有较高要求，八成以上用户乐意为优质音频专辑付费，且愿意增加投入

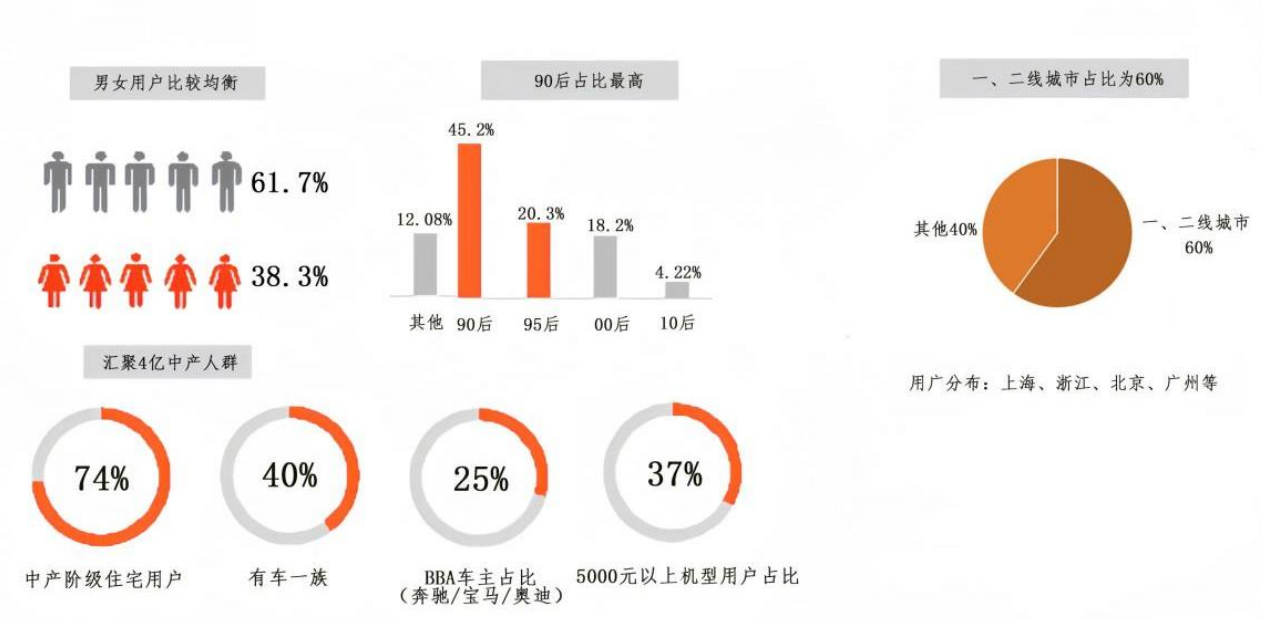
国内网络音频产品主流用户消费画像

国内网络音频**主流用户**：生活在一二线城市的**中青年白领阶层，女性居多**；整体学历及收入水平偏高，生活节奏快、闲暇时间较少，对于契合个性化需求的优质内容不惜维持并增加相关投入。

(二) 喜马拉雅APP用户分析

通过 “**在线音频头豹**” 查找和获取音频用户数据:

男女比例均衡. 二线城市用户占比较高, 80/90后为主力人群



喜马拉雅的用户画像

喜马拉雅FM主要吸引**年轻男性用户**, 集中在**一、二线城市**, 喜爱多人聊天和清谈类音频内容。主要用户**年龄集中在35岁以下**, 其中95后占比最高。

喜马拉雅的用户对于内容的需求呈现**多样化**的特点。其中, 娱乐、有声小说、情感生活、个人成长等类别的内容最受欢迎。

(三) 产品用户分析

通过搜索**普法类音频大V**，查看和获得用户人群数据



刑法学人罗翔：粉丝数量57.8万，粉丝群体以女性为主，年龄以18-35这段最多，多居住于经济较发达城市。



法律名家讲堂：7.6万粉丝数量，用户多为与法律行业相关人士、法律专业学生以及目前需要法律援助的群众。

(四) 产品用户定位

1、**用户定位**：明确用户群体和用户特征，了解产品面向的用户的核心需求和消费偏好。具体做法可通过**分类假设法**和**归纳总结法**先确定目标用户群，再根据地域分布、人群属性、年龄等多个维度分析用户群体特征。

2、用户画像参考：



根据获取的各类数据，将普法音频产品的用户定位为：**女性用户占比较大**，多数生活在我国**东部地区沿海一二线城市**，高中及以上学历，关注时事热点。

思政融入：

2023年以来，云南麻栗坡铁厂乡创新普法形式，用村里“小喇叭”传递普法“好声音”，以接地气的方式，播放防电信网络诈骗、反邪教、禁毒、扫黑除恶等方面的内容，让群众能实时享受普法宣传教育。精准普法措施的实施，极大提升了普法教育的实际效果，使群众对法律的知晓率和满意度得到了有效提升。结合工作实际，谈谈你的认识和理解。

思政元素：服务群众、奉献社会

谢谢
观看

