

## 酷我音乐车载版智能车机渗透率达80%

近日，艾媒咨询发布《中国车载音频行业发展年度研究报告》，报告显示，随着电动汽车数量增长，中国车载音乐市场规模扩大。2022年中国车载音乐市场规模达169.8亿，2025有望突破350亿；酷我音乐车载版用户占比最高，达51.1%；用户综合满意度方面，酷我音乐车载版最高，QQ音乐车载版其次。车载音频市场，汽车厂商合作日益频繁，定制化成趋势；在汽车厂商最关注的合作因素技术能力层面，酷我音乐实力行业领先。



### 车载音频市场规模扩大:产品升级、车企合作深化、定制化成趋势

艾媒咨询认为，随着电动汽车数量增长，中国车载音乐市场规模将逐步扩大；音频企业在车载端应用持续增加，行业格局逐渐成型。数据显示，截至2022年10月，中国新能源汽车产销量达到近年来的最大值；2022年中国车载音乐市场达169.8亿，2025年有望突破350亿。

据了解，除了喜马拉雅等音频平台，QQ音乐、酷我音乐、酷狗音乐、网易

云音乐等音乐平台也都对车载端音频加强布局,在内容、产品双端发力,在车载音频市场举重若轻。其中,酷我音乐把握市场先机,早在2012年便提前布局,并成立酷我车载声音实验室,加大技术端投入,使得酷我音乐车载版各项数据在车载音频市场都表现突出。截至目前,酷我音乐车载版市占率达到80%,最新用户量达7500万;月活人数超4000万,日活超1100万。

## 音频软件平台端布局车载端，行业格局逐渐成型

目前，中国车载音频市场主要参与玩家有QQ音乐、酷我音乐、酷狗音乐、网易云音乐等。其中，酷我音乐早在2012年便布局车载音乐市场，把握了市场先机，目前酷我音乐车载版月活跃人数超4000万，日活跃人数超1100万，具备较高的用户粘性。艾媒咨询分析师认为，随着耳朵经济的兴起，车联网赛道成必争之地，云听、喜马拉雅音频软件平台陆续布局车载端，行业竞争格局逐渐成型。

中国车载音频市场核心品牌



酷我音乐车载版月活及日活用户规模



数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

艾媒报告中心: report.iimedia.cn ©2022 iiMedia Research Inc

产品层面,QQ音乐车载版首家向国内汽车推出杜比全景声服务;酷我音乐除成立车载声音实验室,也对车载产品不断优化。2022年,酷我音乐车载版推出6.0版本,在银河音效、全息声场景、UI界面焕新等方面进行升级。

除了产品、技术层面的精益求精,车载音频玩家也在不断加强车企合作,酷我音乐车载版表现尤为突出。据了解,截至2022年,酷我音乐车载版已与国内外60家主流车企达成战略合作,覆盖90%以上车企品牌千余款车。

2022年,各大音频平台车企合作深化趋势尤为明显。2022年4月,酷我音乐车载版官宣与蔚来汽车携手,在蔚来品牌上全球独发车载5.1环绕声音乐。2022年8月,酷我音乐车载版上线广汽埃安最新车型;QQ音乐则宣布将为蔚来智能系统Banyan的车型提供杜比全景声音乐服务;云听成为特斯拉在线

广播的独家合作伙伴.....

**音质、音效、体验、功能满意度:酷我音乐、QQ音乐市场领先**

《中国车载音频行业发展年度研究报告》对2022年中国车载音频软件用户满意度进行全面调查,调查显示,在音质、音效、产品体验、功能满意度等各项评价维度,酷我音乐车载版、QQ音乐领先市场。

数据显示,默认版音质用户满意度维度,酷我音乐车载版、QQ音乐车载版、酷狗音乐车载版位居前三;高版本音质用户满意度维度,酷我音乐车载版用户综合评价最高;音效维度,酷我音乐车载版综合满意度排名第一,QQ音乐车载版位居其次;用户使用体验综合满意度维度,酷我音乐车载版在主流车载应用平台排名第一;推荐、搜索、自动识别用户满意度评分最高分别为QQ音乐车载版、酷我音乐车载版、酷狗音乐车载版。

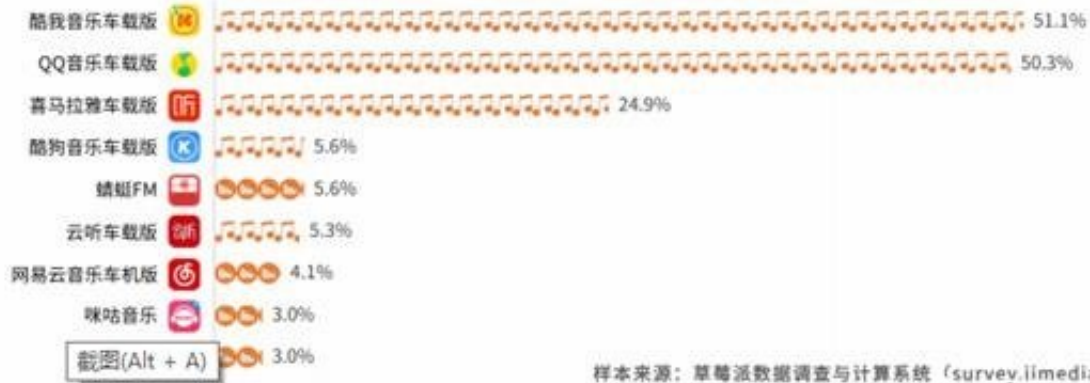
得益于高版本音质音频资源丰富、数量多,用户满意度高,酷我音乐、QQ音乐用户数据表现抢眼。报告显示,酷我音乐车载版是最常使用的车载音频软件,用户占比为51.1%。由于布局较早,及产品内容、技术研发方面的持续投入,酷我音乐车载端渗透率不断提升,智能车机渗透率80%,后装渗透率则高达95%。

## 酷我音乐车载版是用户最常使用的车载音频软件

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，使用酷我音乐车载版的用户占比最高，占比为51.1%。艾媒咨询分析师认为，酷我音乐在车载端的布局时间较早，多年来在产品内容及技术研发方面的持续投入与积累沉淀，为其创造了有利的竞争优势，市场渗透率不断提升。数据显示，目前酷我音乐车载版前装智能车机渗透率为80%，后装渗透率则高达95%。

2022年中国车载音频用户主要收听音频软件调查

Chinese car audio users mainly listen to audio software survey in 2022



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

样本量：N=1562；调研时间：2022年12月

数据来源：艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

艾媒报告中心：report.iimedia.cn ©2023 iiMedia Research Inc

用户及汽车厂商对酷我音乐车载版的青睐,离不开酷我音乐车载版技术沉淀出的优质产品体验。为了给用户出行提供了高质量的音质、音效体验,酷我音乐车载版推出多项优质音质服务,如黑胶转录音乐、5.1环绕声专区、全息声音场景、银河音效等。

据了解,车载黑胶是酷我音乐高品质音乐资源,采用专属转录设备配合现代数字录音技术,保证“2496”(24Bit和96kHz)的采样率,覆盖并记录黑胶唱片所包含的所有信息,高度还原了黑胶唱片的原本音质和面貌。

### 车企需求洞察:技术能力、音频资源是关注重点

汽车预装是车载音频产品获取用户的重要渠道,艾媒咨询《中国车载音频行业发展年度研究报告》对车企需求也进行了深入洞察。报告显示,定制车载音频软件将成为车企选择新趋势,车企选择预装车载音频软件类型,60%向车载音频软件采购通用+轻量定制版本,40%采取具体车型定制方式,20%采取汽车品牌定制方案。而车企选择合作音频软件最关注的因素主要有品牌影响力、匹配度、技术能力、音频资源。



## 定制车载音频软件将成车企选择新趋势

车企选择预装车载音频的软件类型，主要以向车载音频软件采购通用+轻量定制版本（60%）、具体车型定制（40%）或汽车品牌定制为主（20%）。近几年来，随着技术发展，汽车品牌推出的车型种类日益增加，车机硬件不断升级，对软件的性能及适配性要求更高。除选用通用的车载音频版本外，根据具体车型定制专属的车载音频版本也成为车企选择的新趋势。

2022年中国车企选择预装车载音频软件的主要类型

In 2022, Chinese auto enterprises will choose the main types of pre installed on-board audio software



注：该题为多选题，选项相加≠100%

样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (Survey.liimedia.cn)

样本量：N=10（车企数量）；调研时间：2022年12月

数据来源：艾媒数据中心(data.liimedia.cn)

艾媒报告中心: report.liimedia.cn ©2023 liimedia Research Inc

车企在选择合作时更倾向于选择有广泛用户基础的品牌。而用户基础的获取离不开技术、音频资源方面的沉淀及与汽车系统的适配度,因而车载音频产品的技术能力、音频资源尤为关键。报告显示,车载音频企业是否拥有专业的技术团队是车企关注重点;音频资源因素方面,汽车厂商较关注平台的音质品质、音效研发技术实力、歌曲曲库量。

在这些车企关注因素中表现尤为突出的,无疑是酷我音乐。为了增强技术能力,早在2018年酷我音乐就成立了业内唯一一家车载声音实验室——酷我车载声音实验室。酷我车载声音实验室配备了专业的技术团队,实验室团队成员富有朝气且热爱音乐,同时还有着深厚的多媒体音视频技术积累;对如何把音频技术跟车载场景进行磨合与适配有着极高热情和成功经验,在团队要求及匹配度方面高度契合汽车厂商的需求。

为了让车载声音体验更极致,酷我车载声音实验室一共打造了四个版块进行测试研发:质感音质、极致音效、人车交互和定制调试。以体验感、前瞻性、实验性为特色,定义以车载声音为原动引擎的前沿研究与应用实践。

。

随着技术实力的不断沉淀,酷我音乐车载版或将进一步引领行业发展。

本文链接：<https://dqcm.net/zixun/16736633996411.html>