Mob研究院

2020年移动阅读行业研究报告

——阅读拉锯战结束，付费阅读回暖，版权运营摸索

Mob研究院出品

©2020 MobTech袤博. All rights reserved.



本报告主要观点



移动阅读行业面临流量天花板

近一年，移动阅读用户数量增长疲软，用户使用时长趋于饱和，头部市场为BATT瓜分，免费模式与付费模式之争进入尾声

用户群体年轻化明显，35岁以下占比超七成

男性用户为主，占比近六成，35岁以下用户占比超七成，学历高低与收入高低均不影响用户热情，发达城市用户偏好度更高

『掌阅』拔得应用头筹，阅文集团为行业巨头

近一年『掌阅』月活稳居第一，头部玩家格局趋于稳定，阅文集团凭借丰富产品矩阵，夺得最多用户时长，其付费阅读收入回暖，未来看涨

版权运营道阻且长，持续探索内容生态闭环

版权运营收入为移动阅读行业第二大收入来源，仍有较大发展空间，目前版权运营以授权为主，大量内容身处开发荒漠，规模化运营任重道远

目录

CONTENTS

1 中国移动阅读行业分析

2 中国移动阅读用户分析

3 中国移动阅读头部玩家分析

4 中国移动阅读未来趋势分析



01



中国移动阅读行业分析

移动阅读定义

移动阅读指的是手机、平板电脑、电子阅读器等移动终端的阅读行为，阅读内容包含电子书、有声读物、新闻、杂志等，本报告主要以移动电子书阅读为研究对象

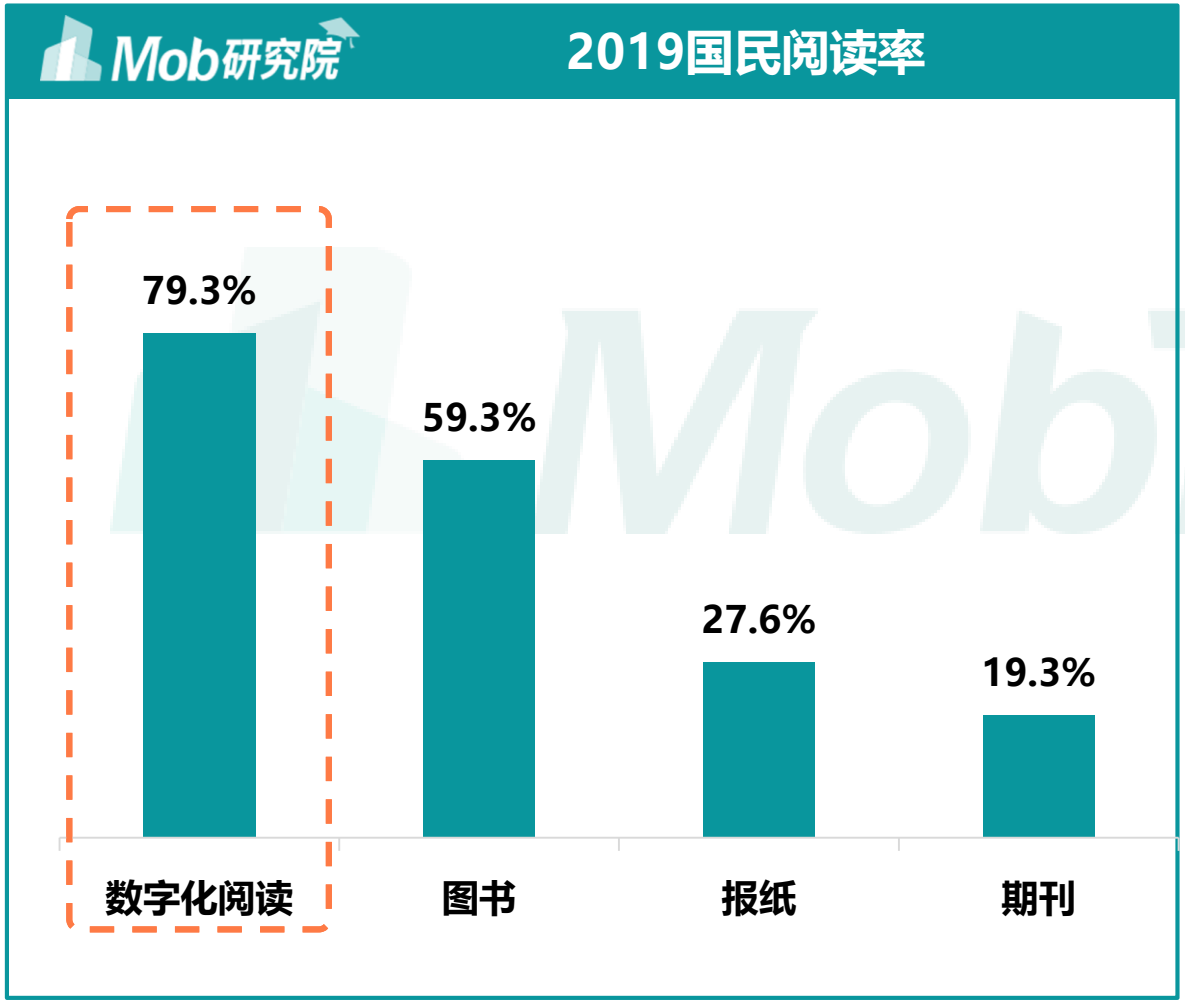
移动阅读研究对象

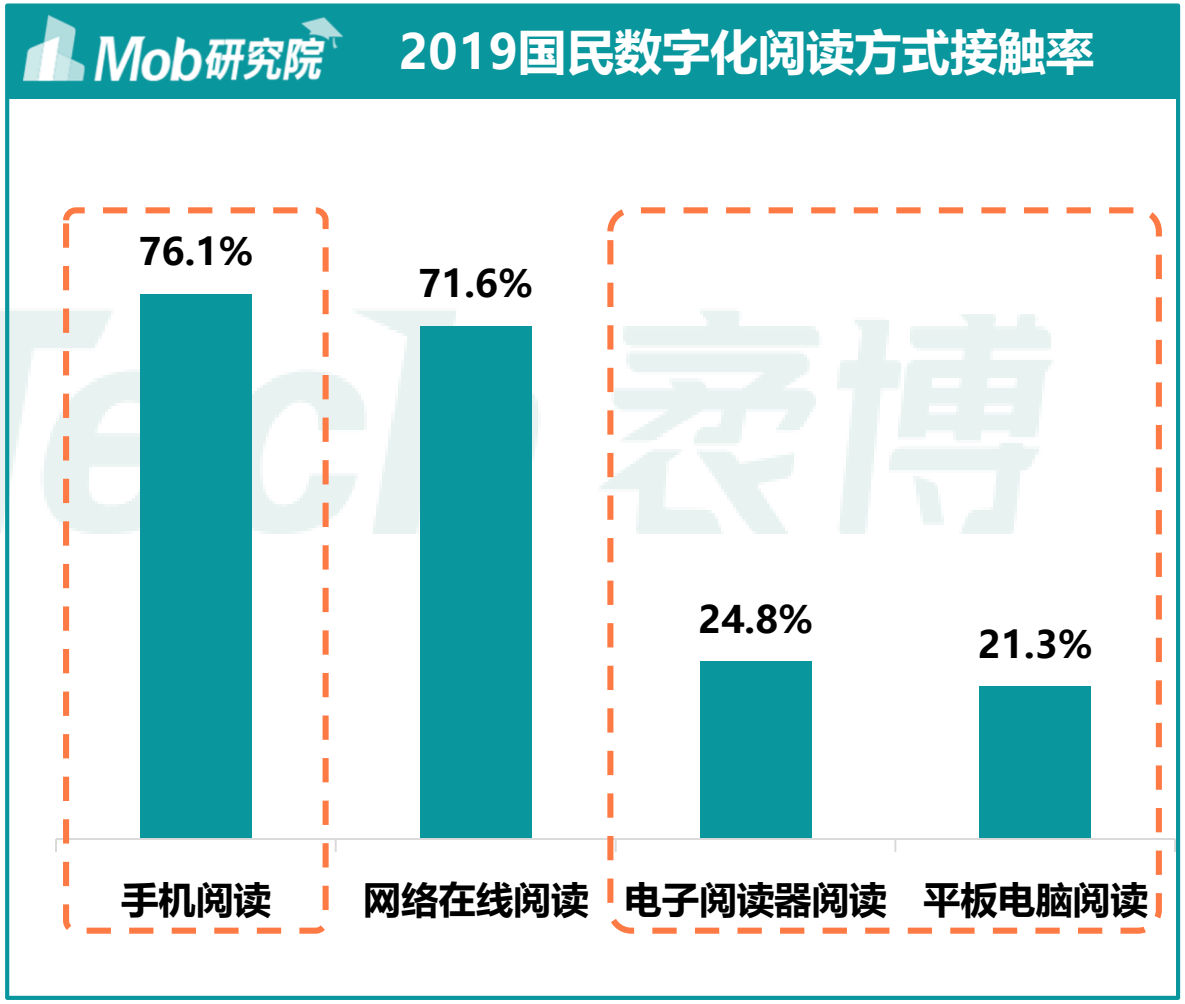


Source：Mob研究院整理研究

移动阅读成为国人阅读主要方式

据中国新闻出版研究院第十七次全国国民阅读调查，国民数字化阅读方式的接触率79.3%，其中手机阅读接触率达76.1%，移动阅读成为主流





Source：《第十七次全国国民阅读调查》，Mob研究院整理研究

行业发展历程：移动阅读进入相对成熟阶段

随着技术的发展，移动阅读从WAP走向了App，行业从萌芽期迈入繁盛期用时不足20年，如今行业格局相对稳定，资源向头部集中，中小企业难出头，新入局成本高昂

移动阅读行业发展阶段

萌芽期：2003-2010

- 移动互联网WAP协议快速发展，逐渐普及，至2007年3月底，我国WAP网页数量约为2.6亿个
- 移动阅读WAP端出现，加载快与流量低两大特性赢得用户欢心
- 移动阅读WAP端初期走免费路线，盗版问题严重，广告收入微薄，大量网站涌出，大量网站倒闭

发展期：2011-2017

- 随着智能手机、3G技术的逐渐普及，各类App遍地开花，移动阅读行业飞速发展
- 移动阅读初期，App主要分为两大类，内容类和工具类，前者如网文平台，后者为电子书阅读工具
- 随着国家打击盗版与版权保护力度逐渐加强，移动阅读App也日益规范

繁盛期：2018-至今

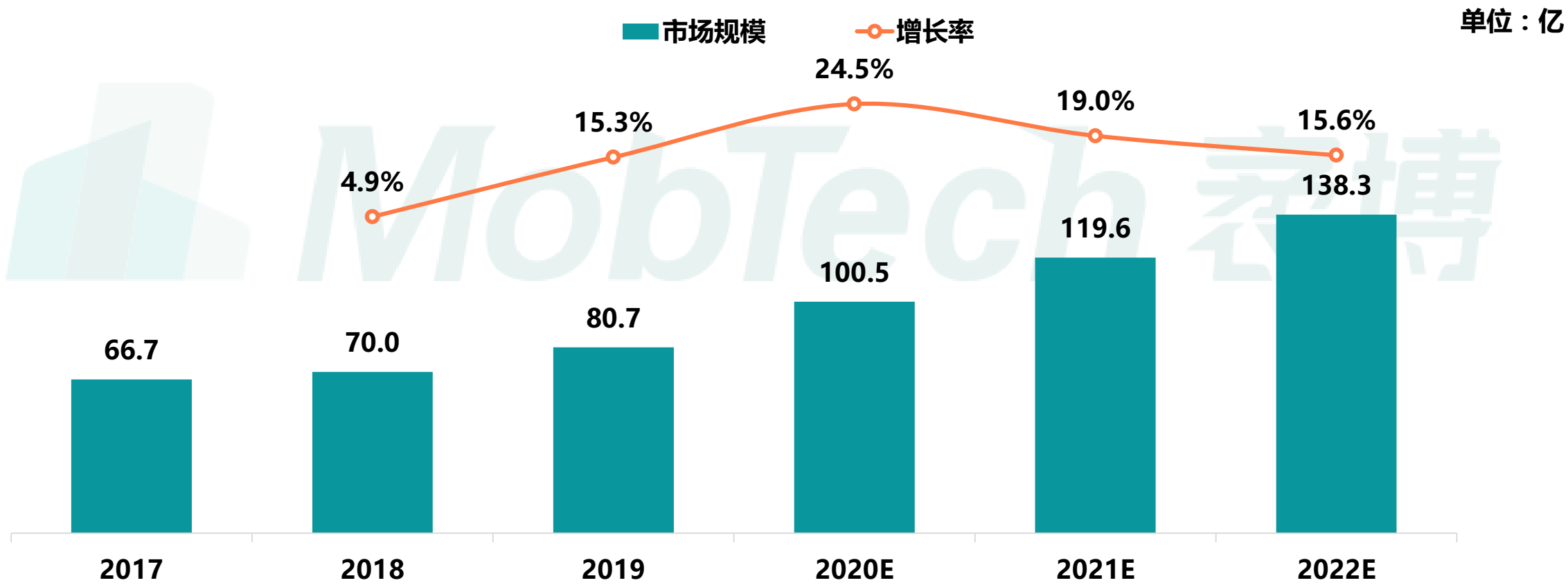
- 移动互联网流量见顶，移动阅进入成熟发展期
- 2018年免费阅读App入局争夺流量，冲击头部App格局，于2019年进入尾声
- 互联网巨头重视移动阅读市场，BATT格局初露端倪
- 5G大力发展，5G手机出世，新技术或为移动阅读行业发展提供新的可能

Source：Mob研究院整理研究

行业规模：领域垂直，百亿级行业蛋糕

在万亿级规模的泛娱乐行业，移动阅读行业仅为其中较小的一块蛋糕，但作为泛娱乐行业的内容源头之一，移动阅读行业依旧为互联网巨头竞相布局的阵地

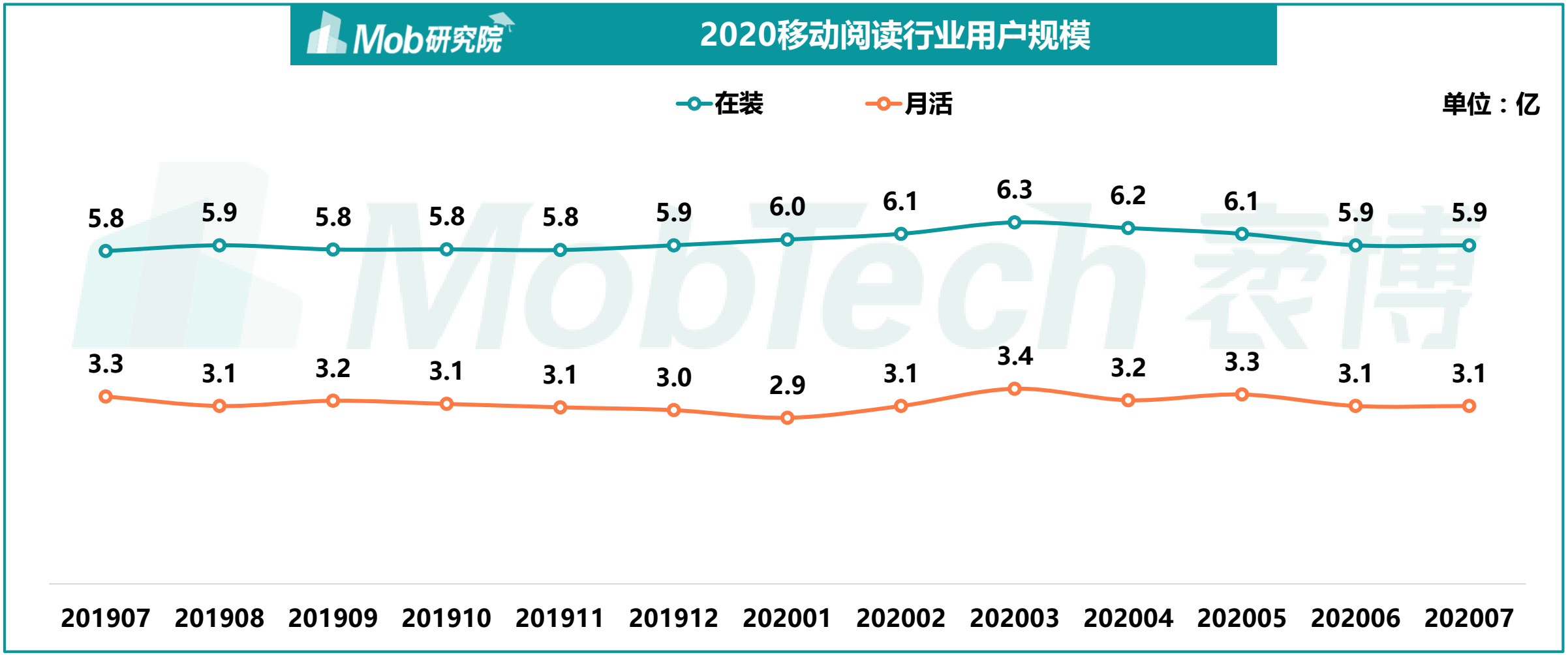
2020移动阅读行业市场规模



Source：Mob研究院根据自有模型测算，2020.7

用户规模：6亿用户规模，进入存量市场

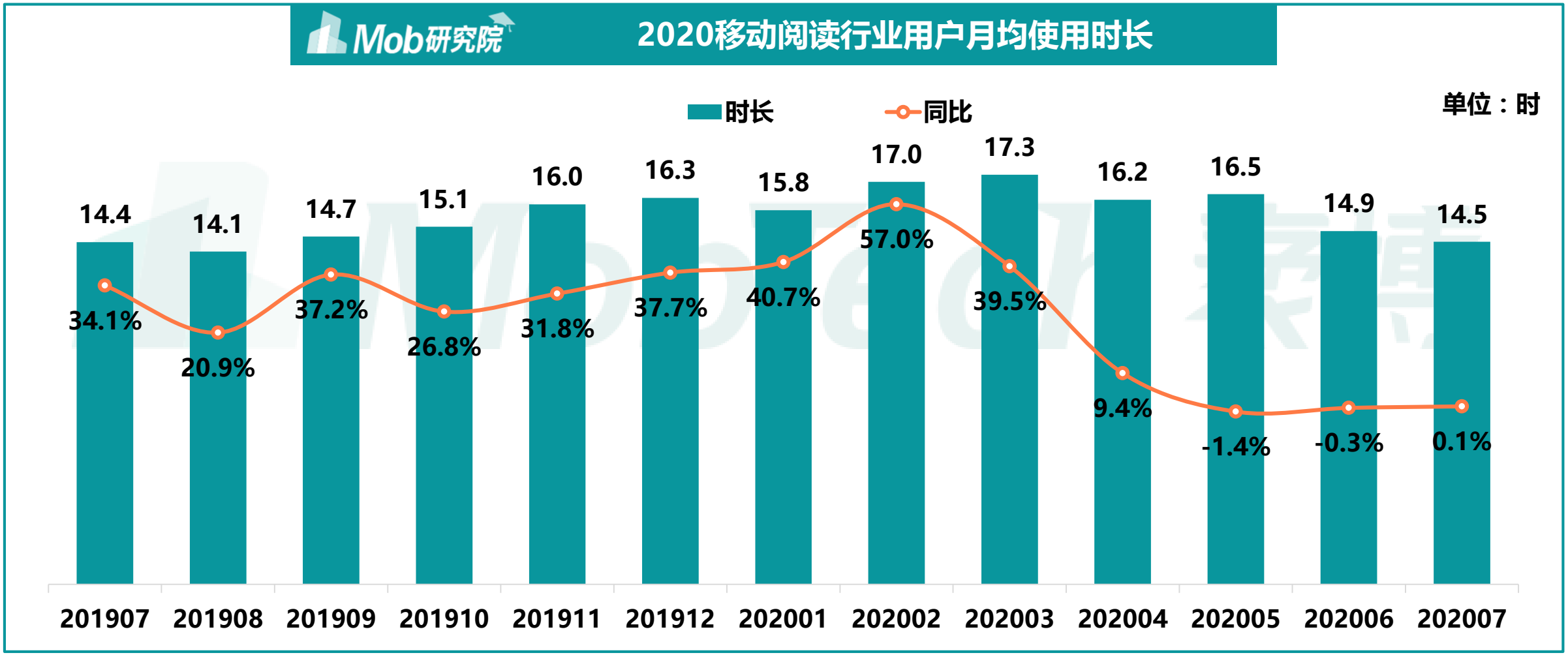
移动阅读用户规模增长疲软，保持在6亿上下，2020年3月因疫情原因出现小幅增长，此后回落



Source：MobTech，2019.7-2020.7

使用时长：月均16小时，基本进入饱和状态

近一年移动阅读用户月均使用时长约为15.6小时，2020年月均使用时长约为16小时；2019年月均使用时长同比增长率较高，2020年同比显著下滑



Source：MobTech，2019.7-2020.7

行业政策：政策倾斜与鼓励为主，引导规范移动阅读行业

全民阅读立法，政府稳健推进全民阅读规划，鼓励支持内容创作，规范整治违法内容，加强版权保护

推动全民阅读

- 自2014年起至今，**“全民阅读”共计七次进入政府报告**，获得各方大力支持
- 2016年12月，《全民阅读“十三五”时期发展规划》发布，明确了全民阅读工作的指导思想、基本原则和主要目标，是**我国首个国家级“全民阅读”规划**
- 2017年6月，国务院法制办办务会议审议并原则通过了《全民阅读促进条例（草案）》，**实现阅读立法**

扶持创作，打击盗版

- 《全民阅读“十三五”时期发展规划》指出，“**必须加强优秀作品的创作生产，进一步完善创作出版扶持和激励机制**”
- 自2005年起，国家版权局等部门针对网络侵权盗版问题展开版权专项整治。“剑网2020”聚焦重点包括 “**强化对大型知识分享平台的版权监管力度，继续巩固网络文学、动漫、网盘、应用市场、网络广告联盟等领域取得的工作成果**”

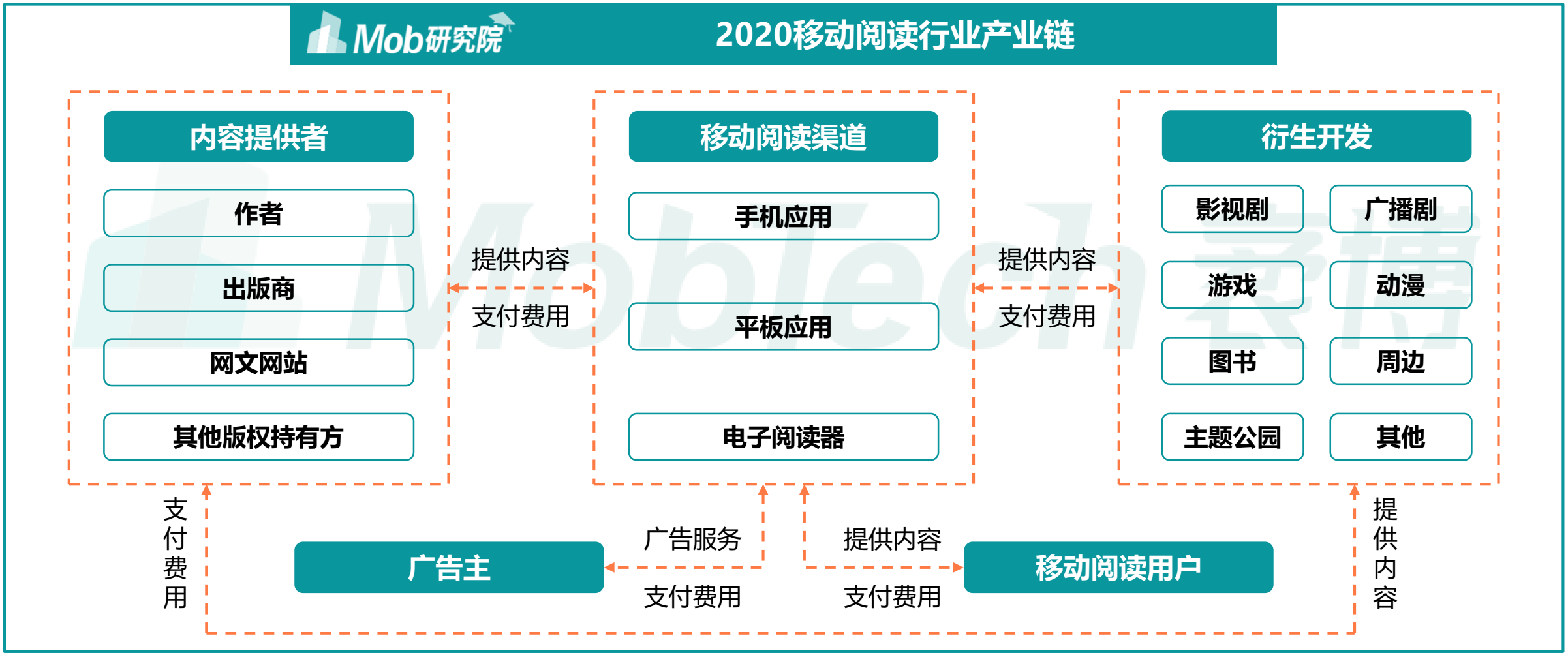
规范移动阅读行业

- 《全民阅读“十三五”时期发展规划》指出，要**“加强对数字化阅读的规范和引导，推动传统阅读和数字阅读相融合”**
- 2019年3月至8月，针对网络文学领域存在的低俗色情问题，“扫黄打非”部门大力开展专项整治。全国“扫黄打非”办公室**查处晋江文学城、起点中文网、米读小说、番茄小说等违法行为并公开曝光**

Source：Mob研究院整理研究

行业产业链：主要分为内容商-渠道商-开发商

移动阅读行业以内容为核心，把握内容生产，才能在产业链上具备主动权



Source：Mob研究院整理研究

行业布局：优秀标的受资本看好（1/2）

互联网巨头加速布局移动阅读领域，百度、字节动作接连不断；快点一月内连获两笔大额投资

七猫免费小说
时间：2019/7/31
公司：七猫文化
轮次：战略融资，金额未披露
投资方：百度投资

番茄小说
时间：2019/12/9
公司：阅读文化（字节子公司）
轮次：A轮，金额未披露
投资方：字节跳动

快点
时间：2020/3/18
公司：天桐互动
轮次：C++轮，数千万美元
投资方：未披露
其他：2020/2/19，C+轮，由红杉中国领头，金额近亿美元

搜狗阅读
时间：2020/7/28
公司：搜狗
轮次：并购，金额未披露
投资方：腾讯



宜搜小说
时间：2019/1/1
公司：宜搜科技
轮次：股权融资，金额未披露
投资方：复朴投资

米读小说
时间：2019/10/17
公司：趣头条
轮次：B轮，1亿美元
投资方：CMC领投

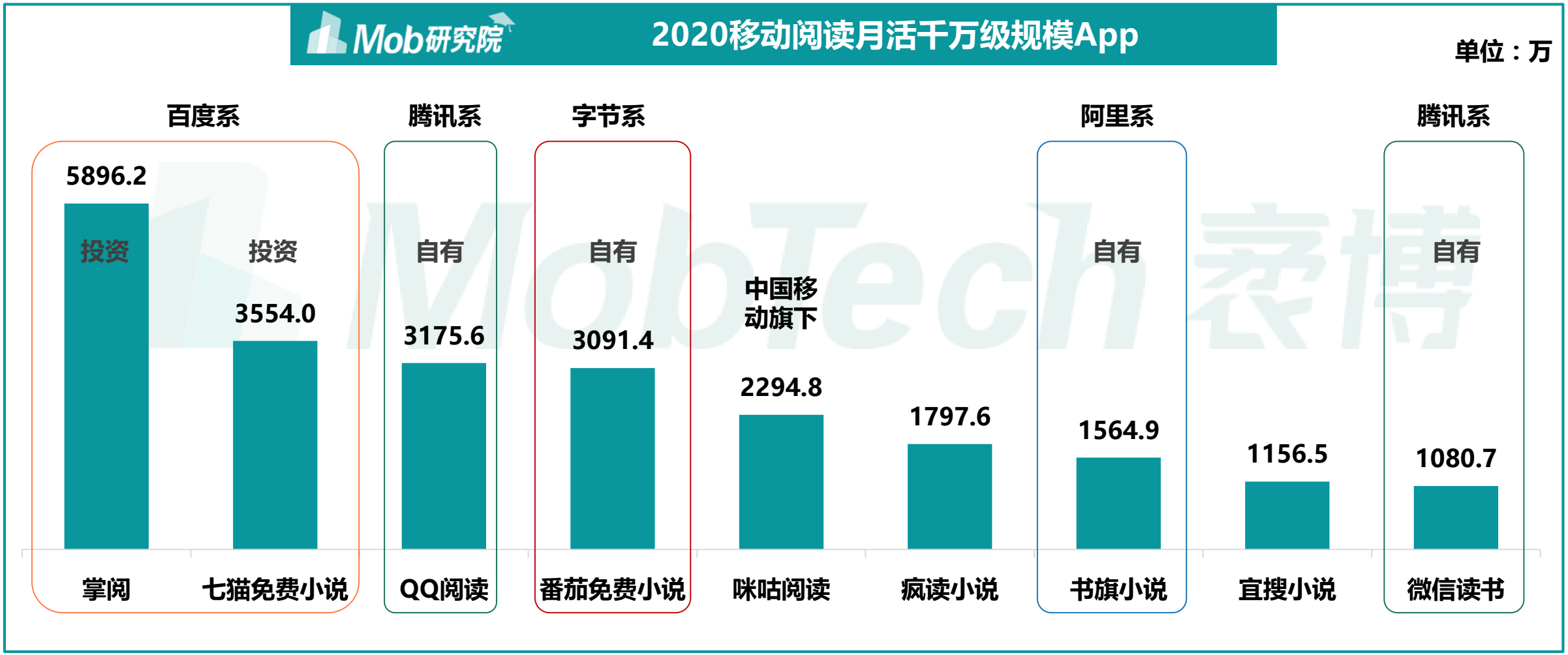
掌阅
时间：2020/3/18
公司：掌阅科技
轮次：战略融资，7亿人民币
投资方：百度投资

塔读文学
时间：2020/7/20
公司：易天新动
轮次：股权转让
投资方：字节跳动，持股18.9%

Source：Mob研究院整理研究

行业布局：BATT瓜分移动阅读头部市场（2/2）

互联网巨头通过自有和投资两种方式布局移动阅读市场；千万级月活规模的移动阅读App共9款，有6款可见BATT身影



Source：MobTech，2020.7

收入模式：付费阅读收入占大头，版权运营收入难以望其项背

用户付费收入及广告收入占移动阅读行业收入八成左右，即使在强调IP全运营的大环境下，移动阅读行业的版权运营收入仍不出彩

2020移动阅读行业收入构成



约80%

约10-20%

约0-10%

移动阅读主要收入包括**用户付费收入和广告收入，两者合计占总收入八成左右**，付费阅读模式是已被验证的有效盈利模式，为移动阅读收入核心，免费阅读模式近两年虽兴起，但面临难以盈利的困境

版权运营收入并非主要收入来源，一般占总收入10-20%，目前移动阅读行业还未形成完善的版权运营模式，同时仍需为内容付出高昂成本

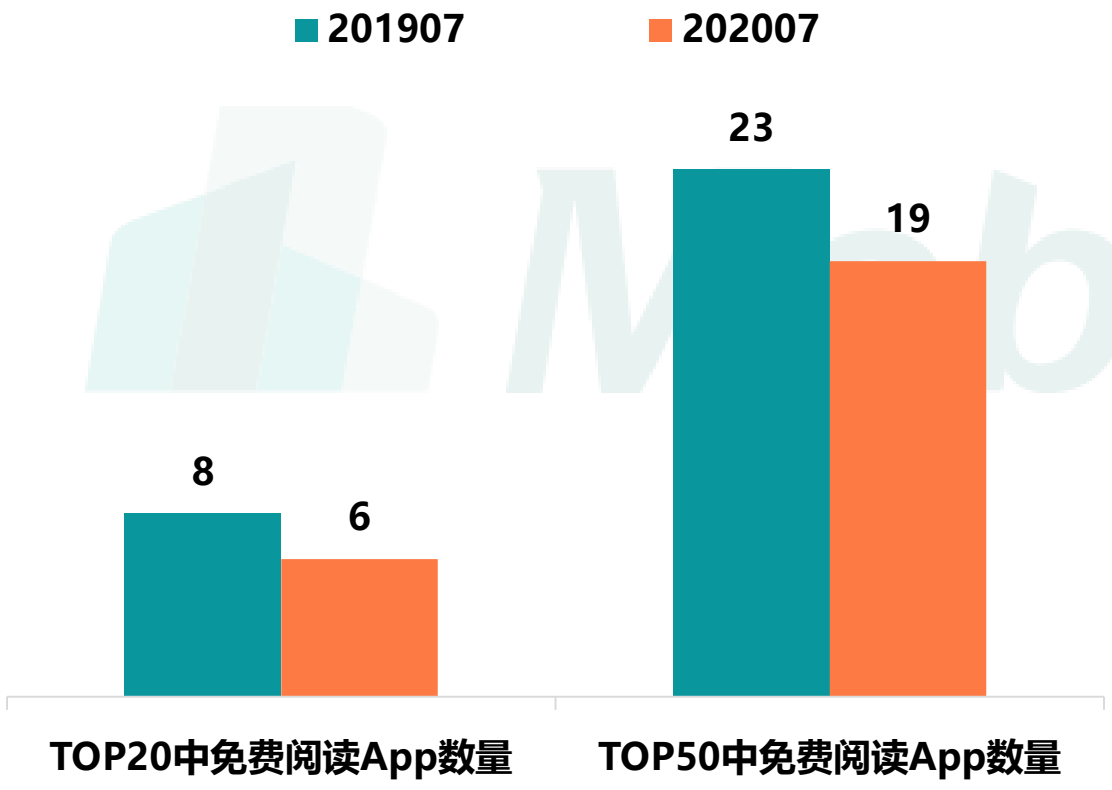
其他收入杯水车薪，一般占总收入10%以内

Source：Mob研究院整理研究
注：收入构成以头部企业为分析对象得出

发展最新态势：免费阅读野蛮生长期落幕，资本雄厚者居上

移动阅读月活TOP20与TOP50中免费阅读App数量与去年同期相比均减少，免费阅读争夺用户进入瓶颈期；而TOP20中冒尖的6款App，背后均有一定的资本或流量支撑

月活TOP20/50中免费App数量



移动阅读月活TOP20中免费App详情

名称	7月月活（万）	详情
七猫免费小说	3554.0	所属公司为七猫文化，**百度持股51%**
番茄免费小说	3091.4	属于**字节**旗下
疯读小说	1797.6	魔力红，两位创始人来自上市公司触宝
米读极速版	964.3	属于**趣头条**旗下
爱看书免费小说	540.1	中文万维，专注免费阅读市场，原属于中文在线旗下，2018年10月中文在线转出部分股份，持股降低至34.41%
连尚免费阅读	465.3	属于连尚网络，与WiFi万能钥匙同属一家公司

Source：MobTech，2019.7，2020.7

02

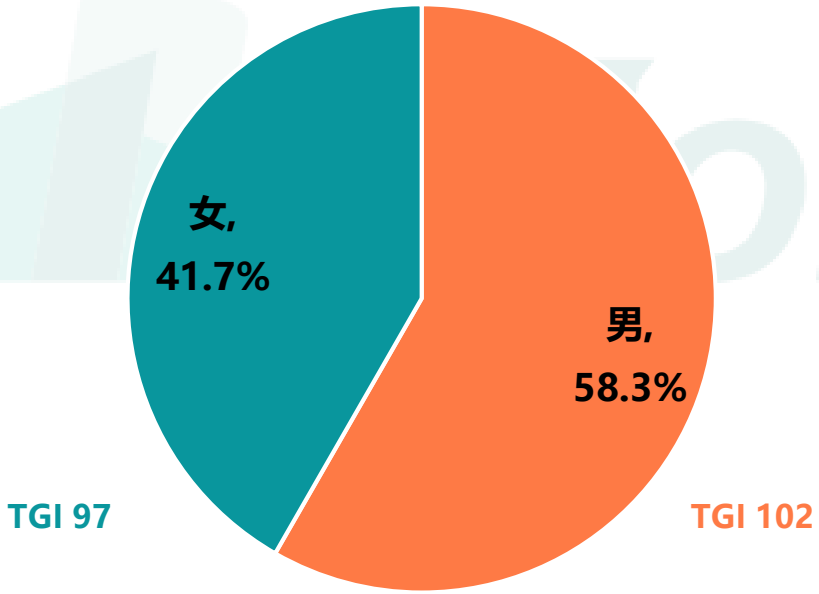


中国移动阅读用户分析

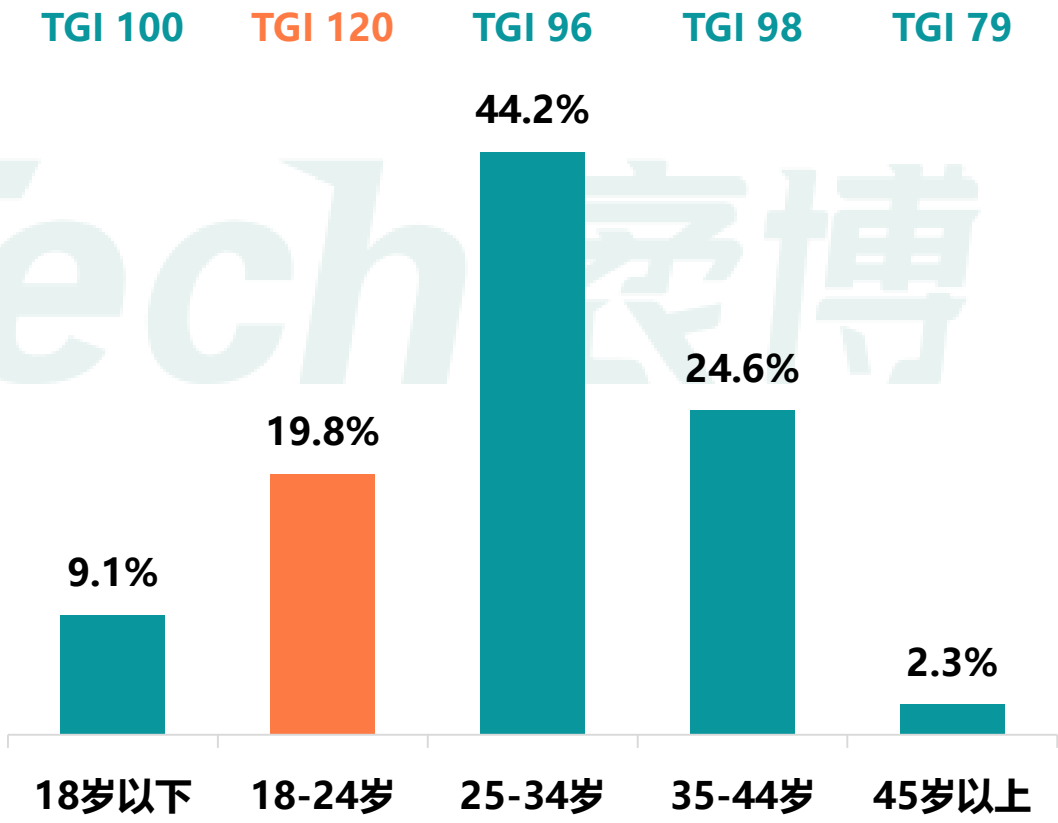
性别年龄：95后男青年偏爱移动阅读

移动阅读用户男性占比接近六成；25-34岁用户为主要群体，占比为44.2%，18-24岁用户偏好度最高，占比为19.8%

2020移动阅读用户性别及TGI



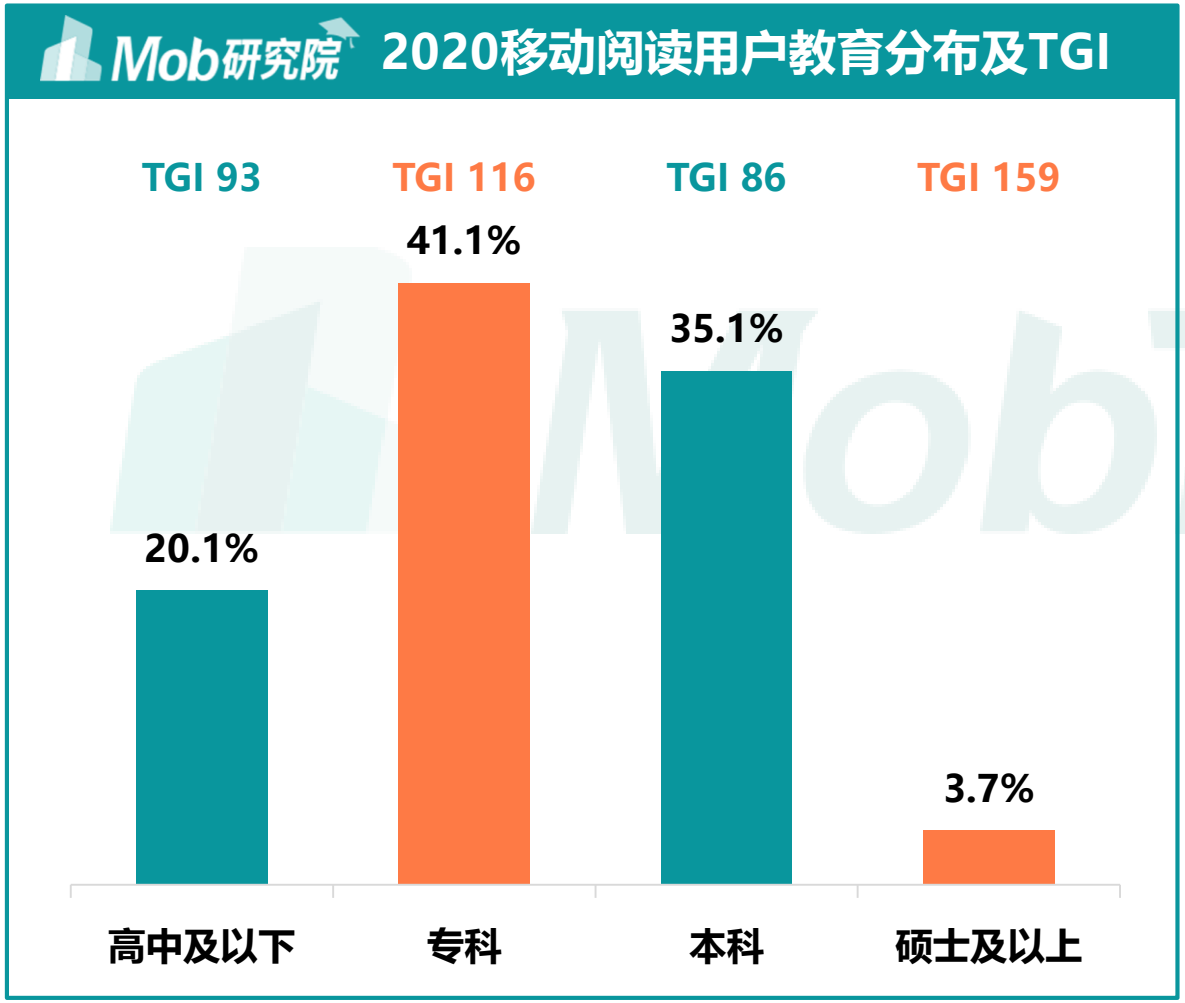
2020移动阅读用户年龄及TGI

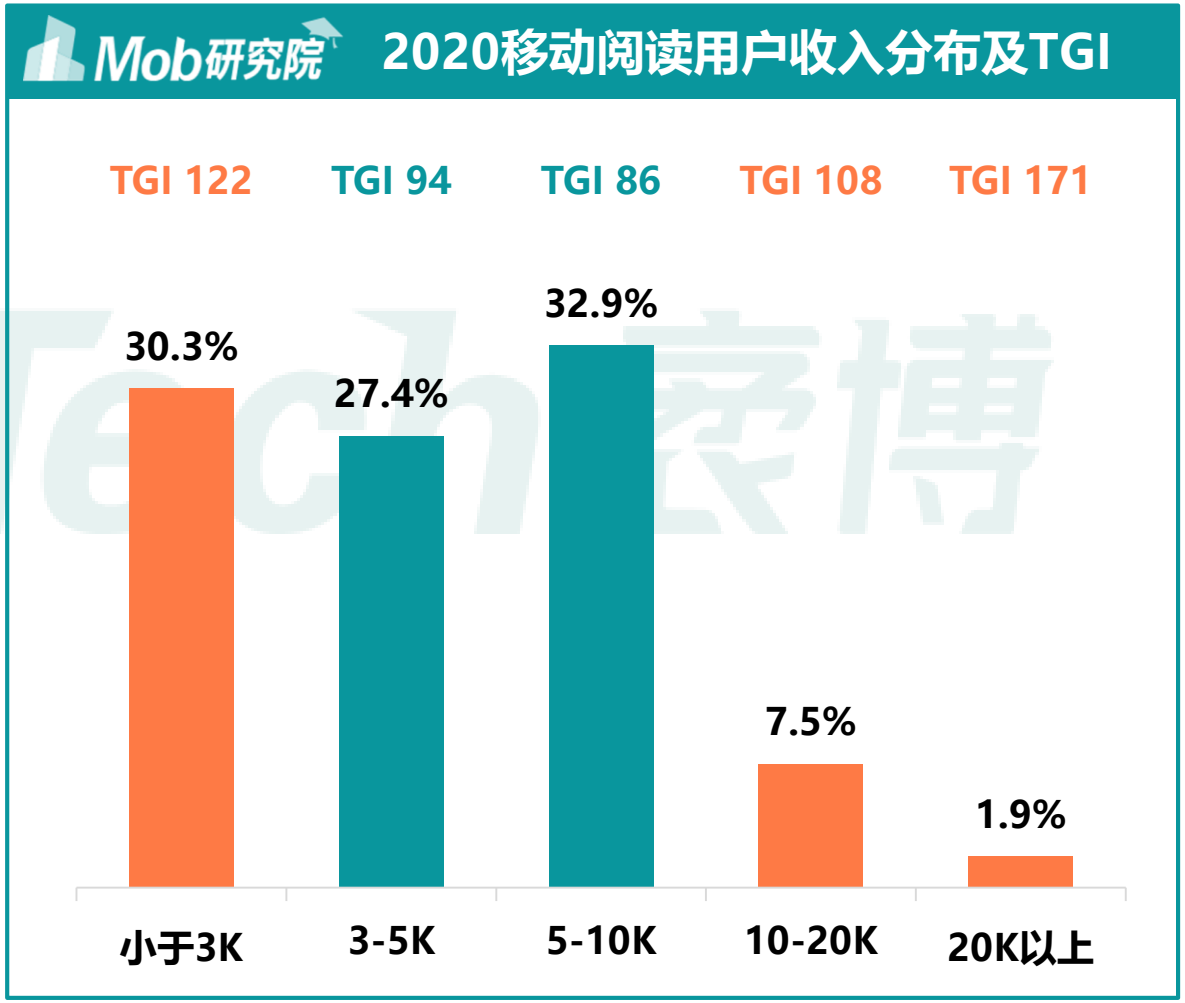


Source：MobTech，2020.7

教育收入：学历收入呈两极分化

教育来看，专科学历用户占比最高，为41.1%，专科学历与硕士及以上学历用户偏好明显；
收入来看，收入低于5K占比近六成，收入低于3K及高于10K偏好度较高

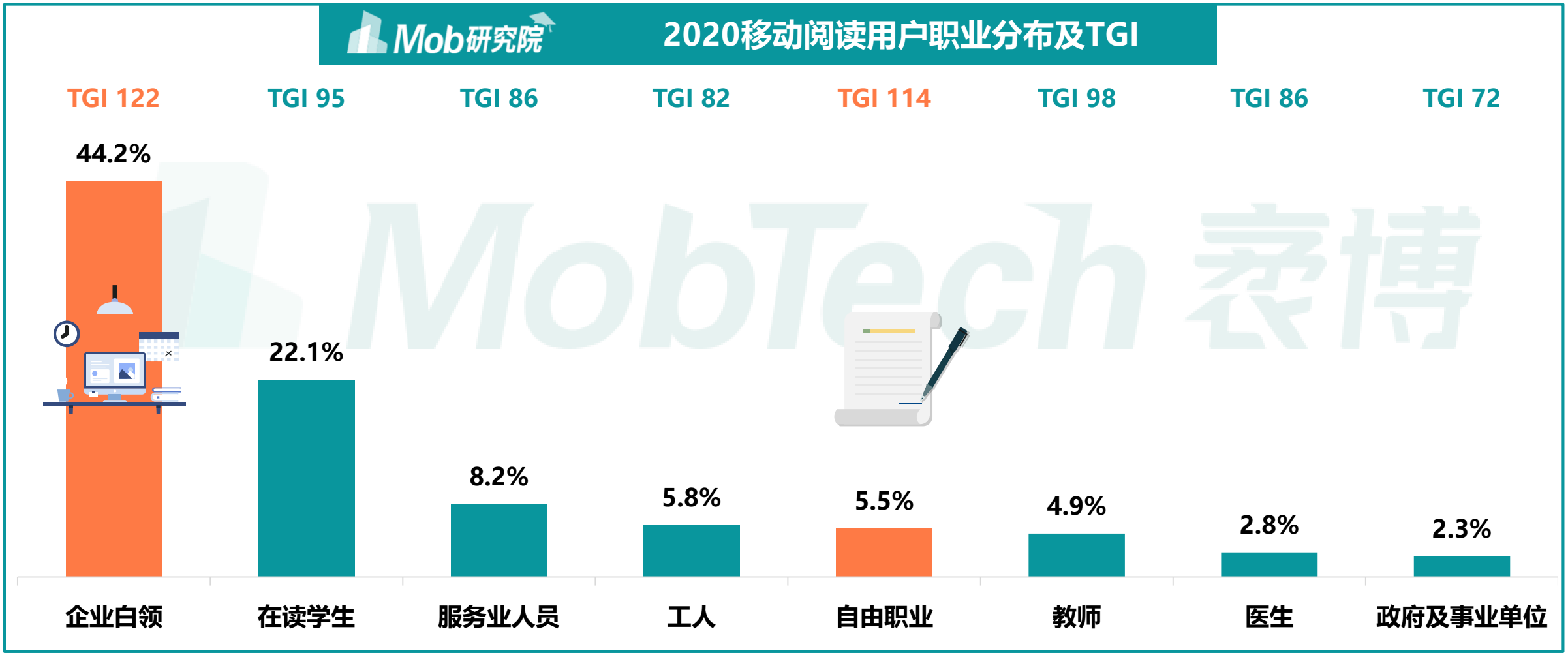




Source：MobTech，2020.7

职业分布：企业白领和自由职业者爱移动阅读

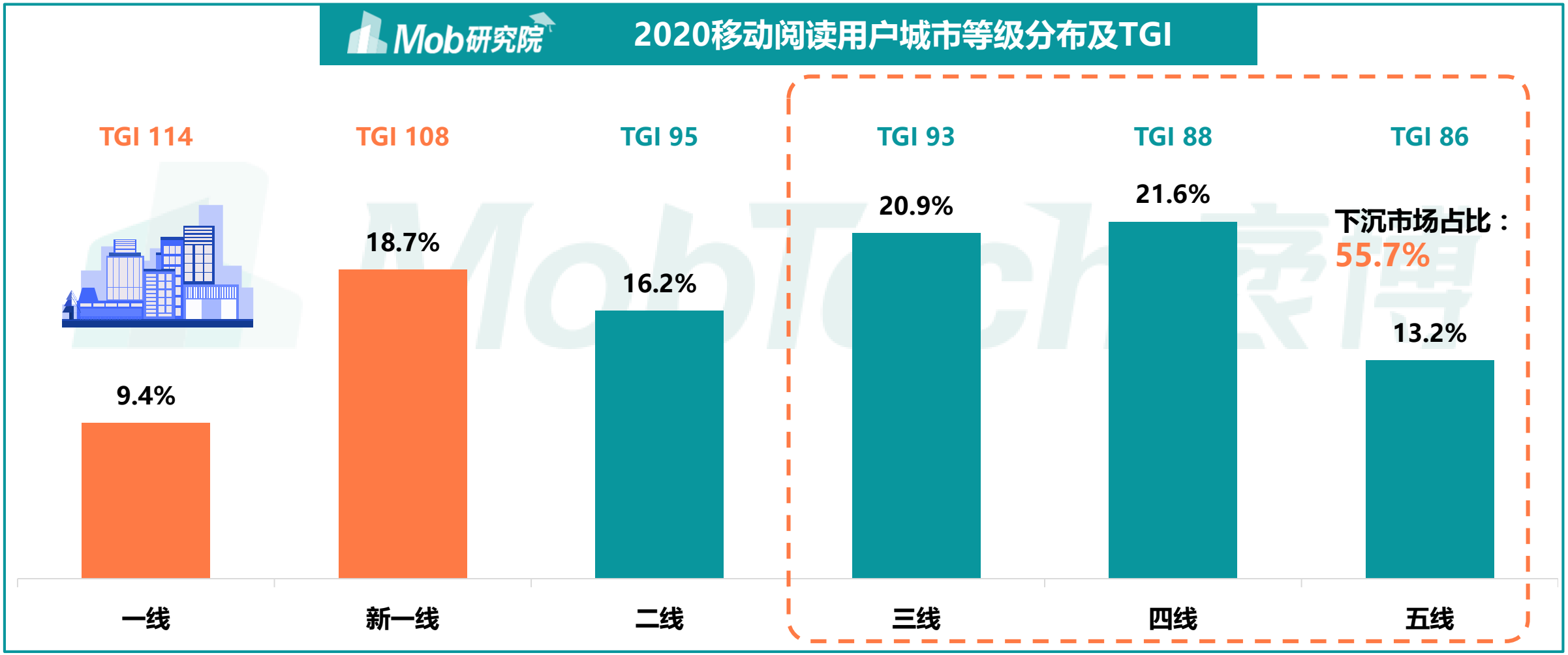
移动阅读用户白领占比最高，为44.2%，在读学生次之，为22.1%；偏好度最高的为白领和自由职业



Source：MobTech，2020.7

城市分布：发达城市用户偏好度高

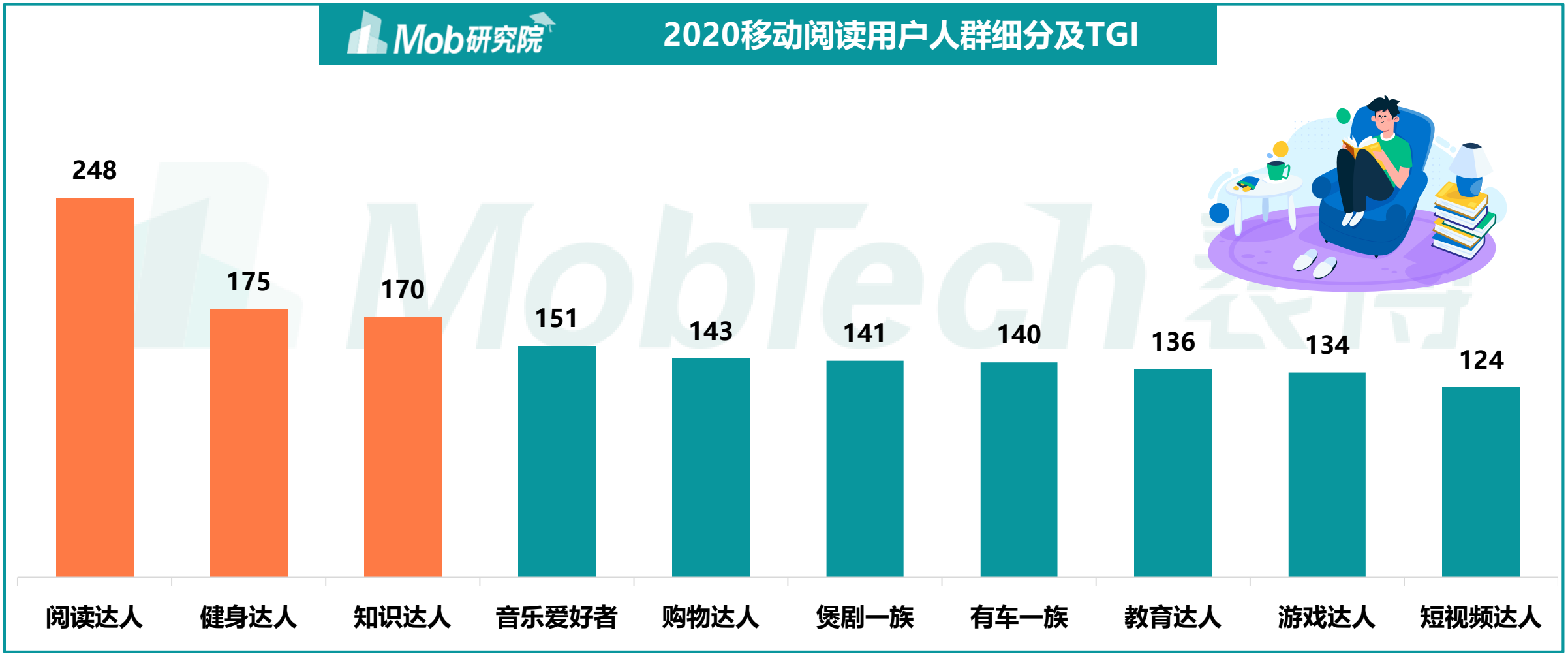
移动阅读下沉用户占比超过一半，达55.7%；一线与新一线城市城市用户更喜欢移动阅读，占比分别为9.4%和18.7%



Source：MobTech，2020.7

人群偏好：知识身材两手抓

移动阅读用户中，阅读达人、健身达人和知识达人偏好度最高



Source：MobTech，2020.7

媒介偏好：文娱爱好多样化

移动阅读用户泛娱乐爱好广泛，偏好TOP3为运动健康、聊天社交和拍照美化，同时也喜欢旅游、购物、打游戏等

2020移动阅读用户媒介偏好一级分类TGI



Source：MobTech，2020.7

03

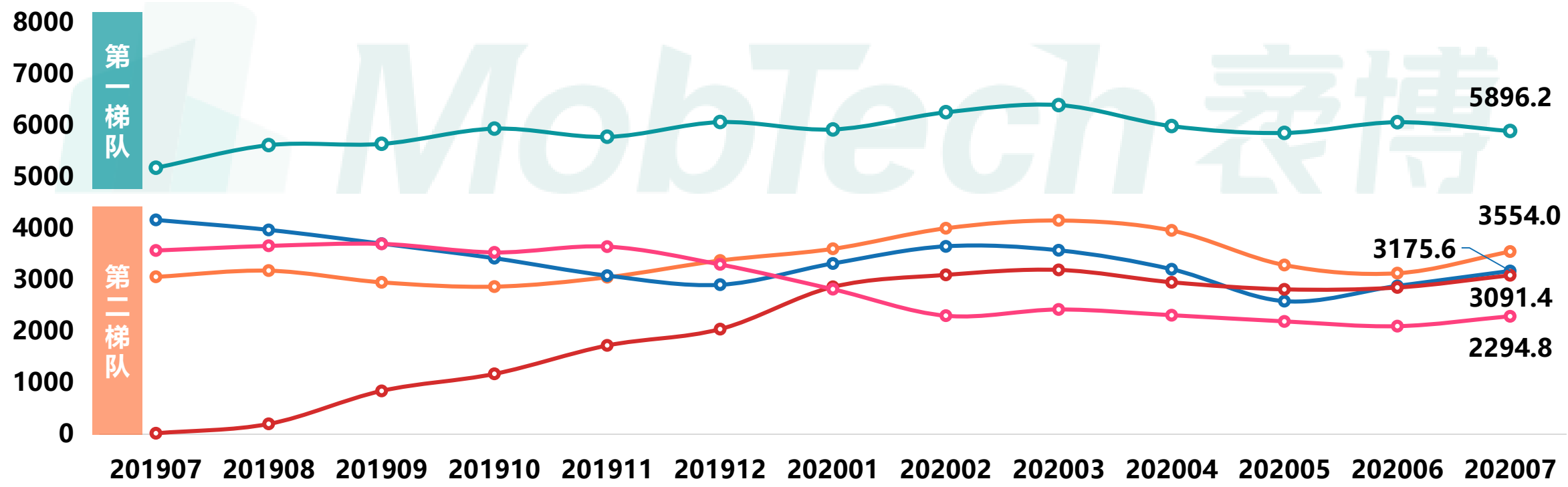


中国移动阅读头部玩家分析

移动阅读App头部玩家：格局稳定，『掌阅』一路领跑

近一年来，掌阅月活稳居第一，七猫免费小说与番茄免费小说后来者居上，QQ阅读和咪咕阅读月活不同程度下滑；整体来看，2020年上半年头部玩家月活趋于稳定，二梯队竞争激烈

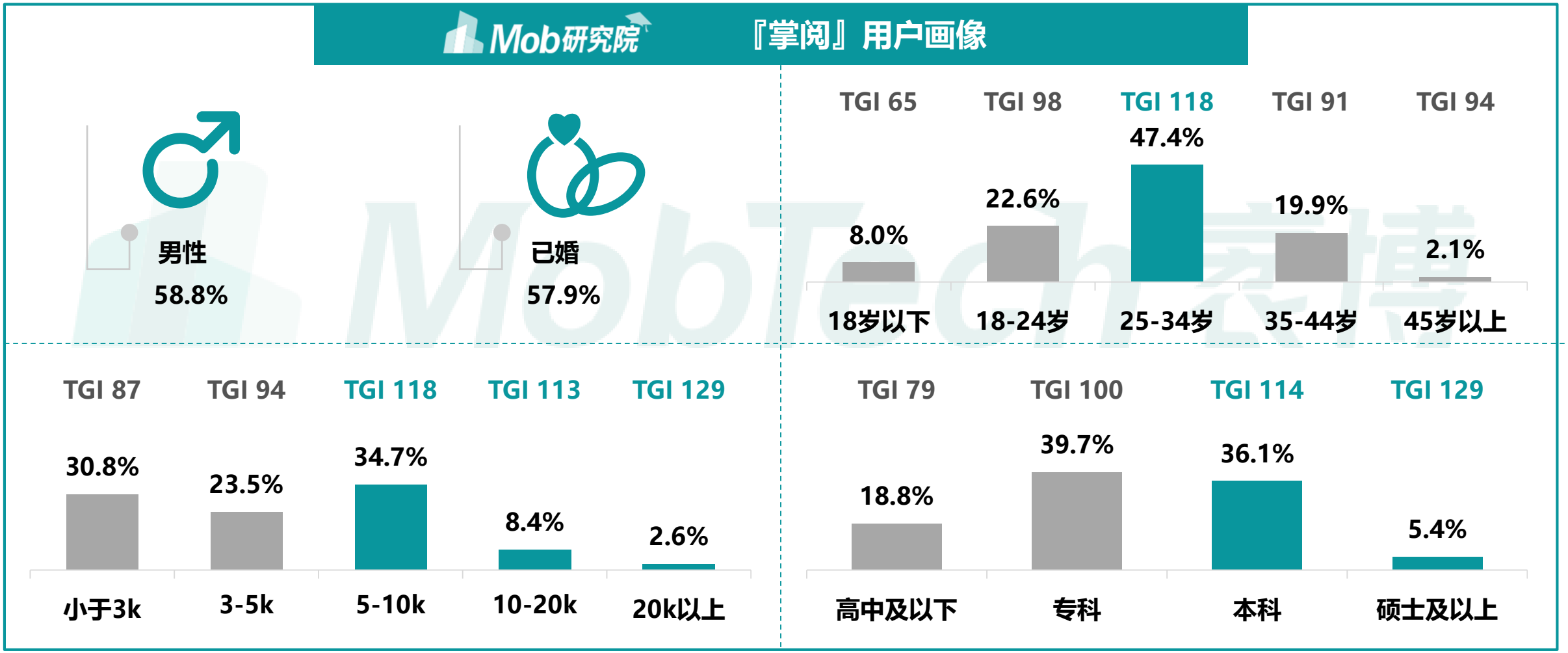
近一年App头部玩家月活情况



Source：MobTech，2019.7-2020.7

『掌阅』用户画像：已婚高知男

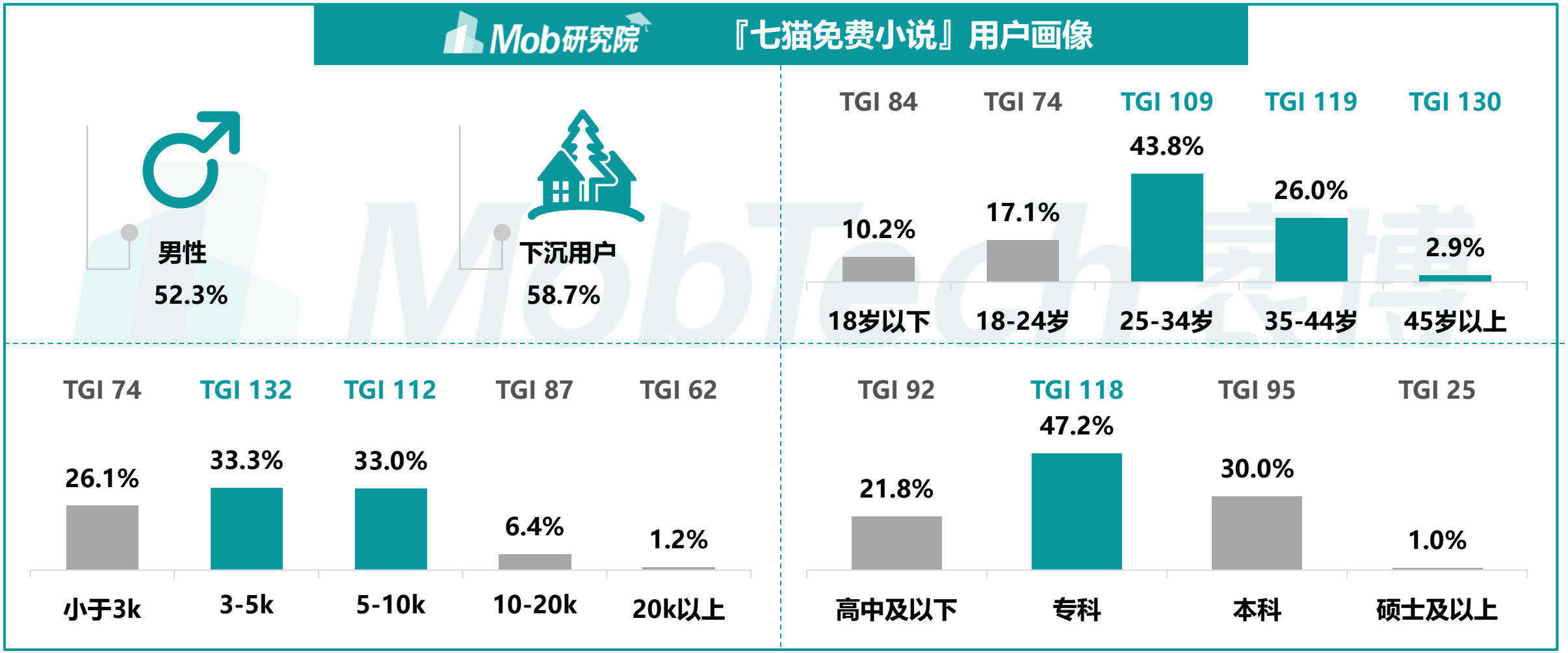
男性，已婚，85后，收入5K以上，学历本科以上群体偏好度较高



Source：MobTech，2020.7

『七猫免费小说』用户画像：小镇男青年

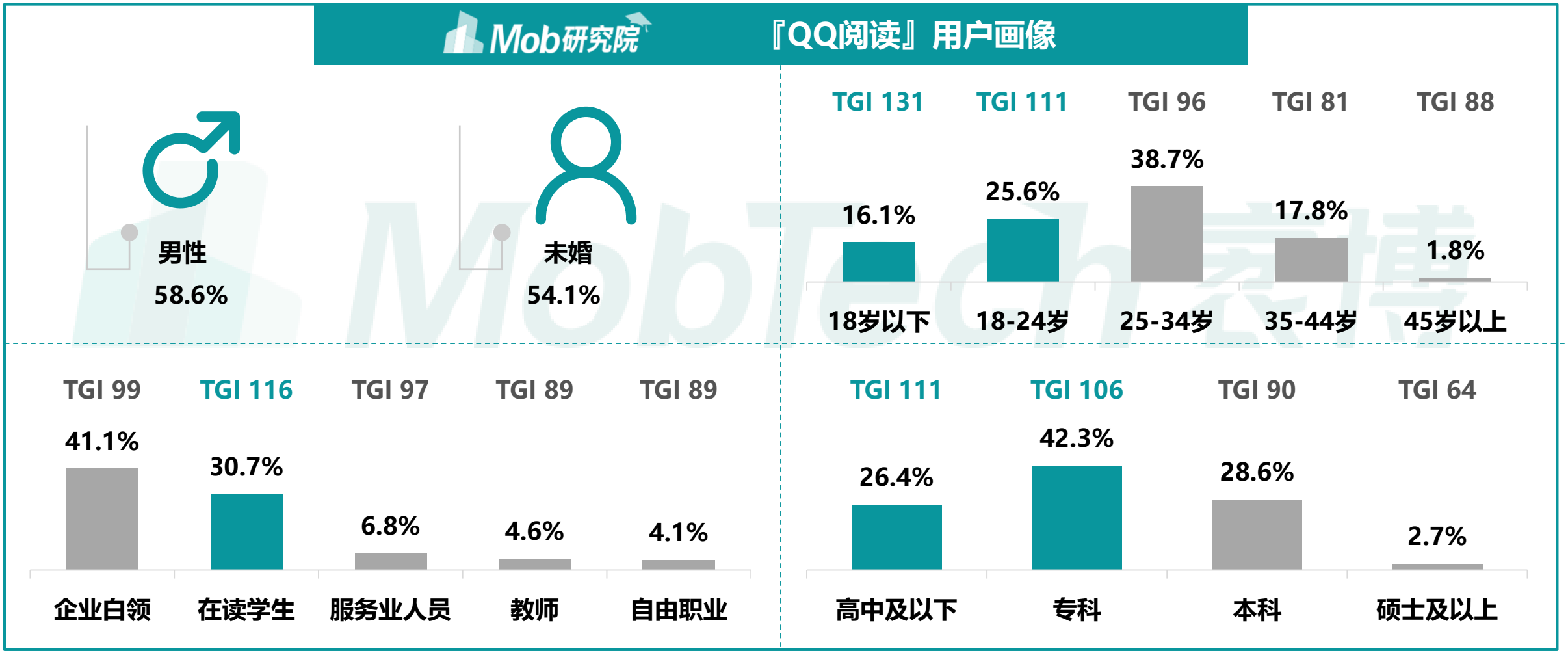
男性，下沉用户，25岁以上，收入3-5K，专科学历群体偏好度较高



Source：MobTech，2020.7

『QQ阅读』用户画像：未成年男学生

男性，18岁以下，中小学生群体偏好度较高

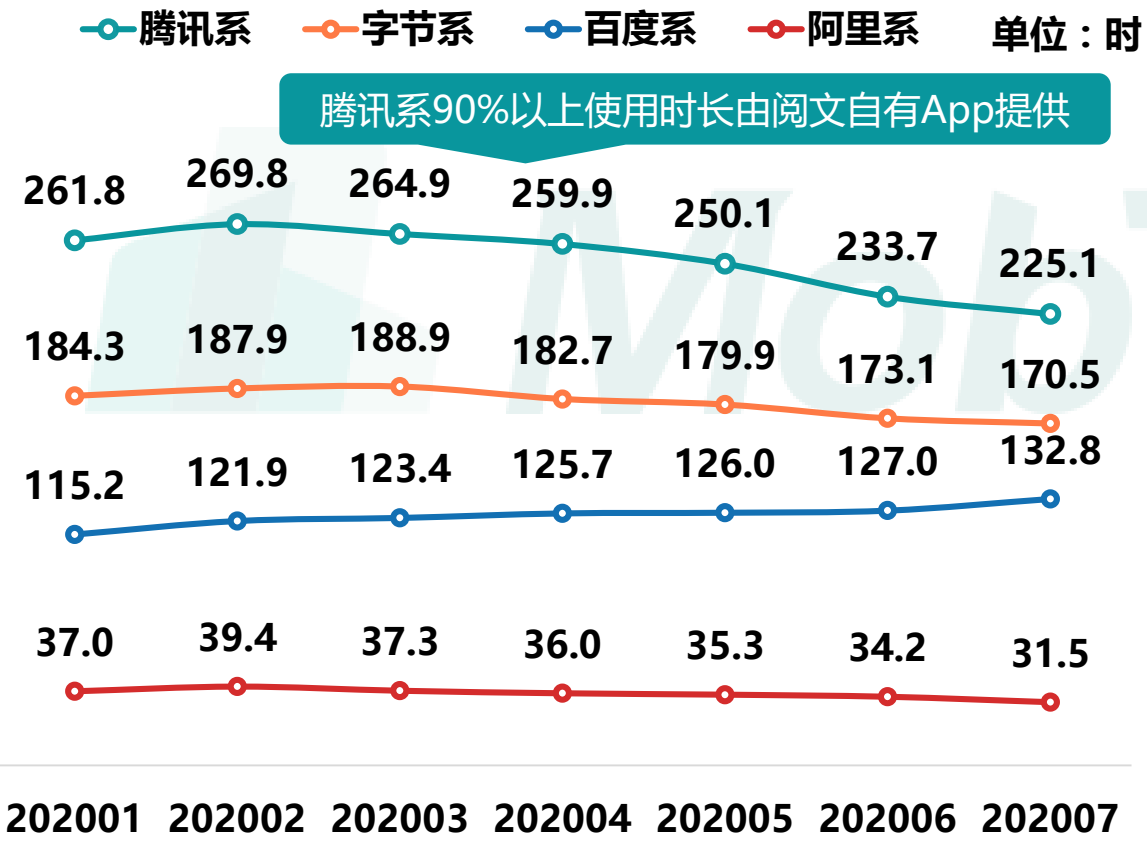


Source：MobTech，2020.7

移动阅读头部企业：BATT竞争激烈，腾讯系阅文独大

在移动阅读用户使用时长争夺战中，腾讯系拔得头筹，2020年月均使用时长突破250小时，其主要贡献源自于阅文集团旗下自有产品

2020移动阅读头部企业使用时长



2020腾讯系移动阅读版图

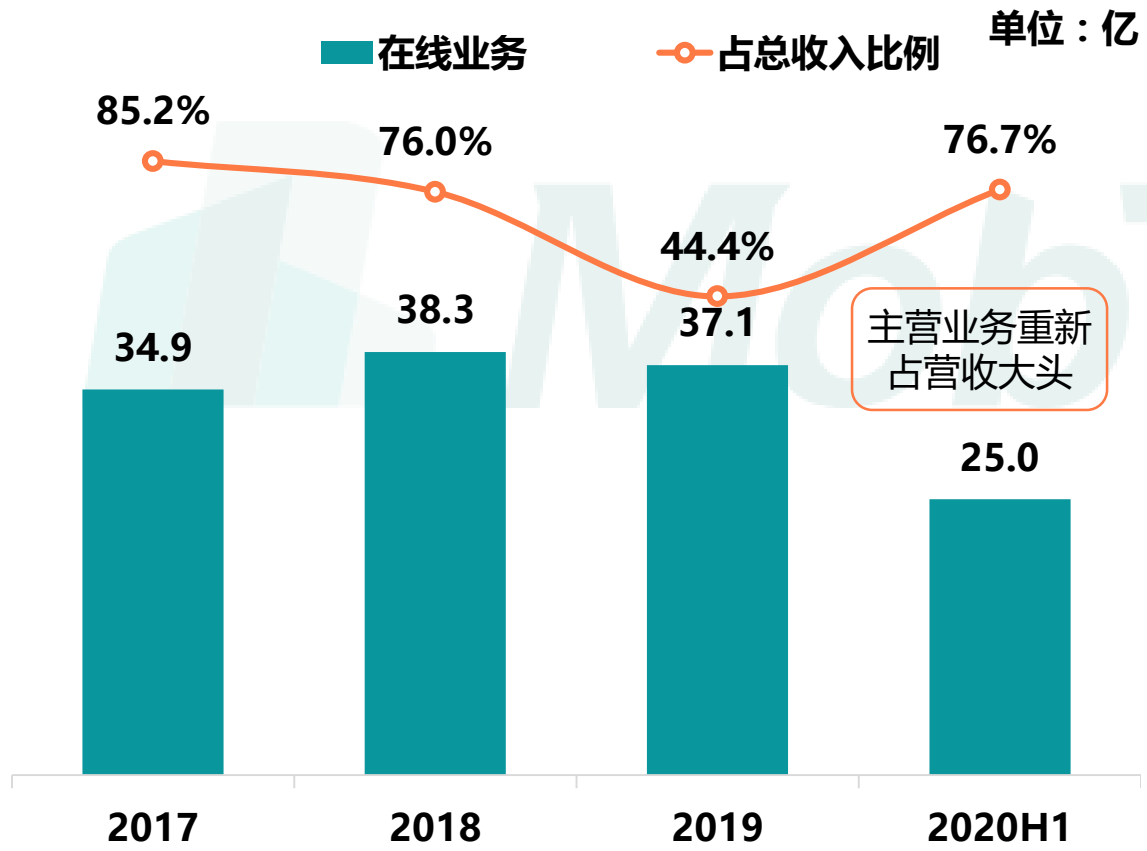


Source：MobTech，2020.1-2020.7

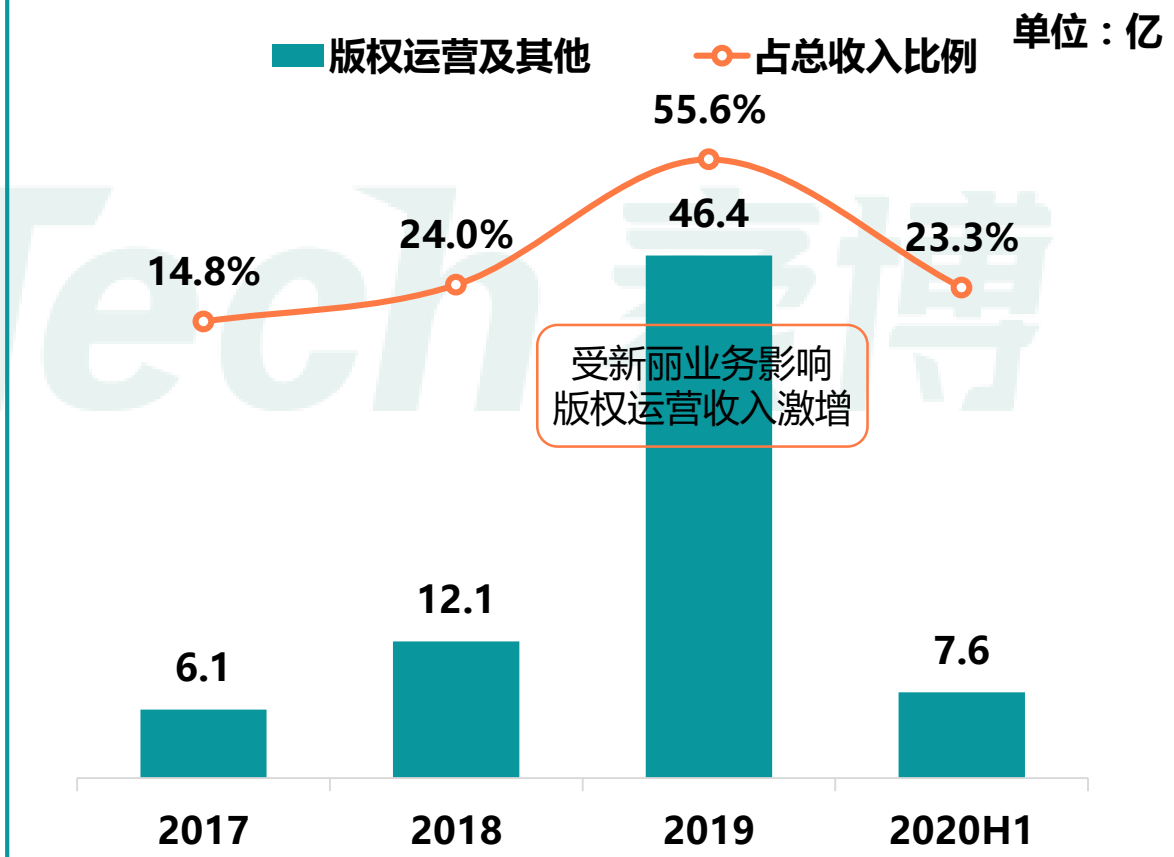
阅文集团：新丽战略不及预期，回归主营业务

在线业务几乎一直为阅文主要收入，2019年阅文合并新丽收入，因此版权运营收入激增，但2020年上半年受疫情等影响，新丽业务受创，阅文净亏损33.1亿元，而主营业务表现优异

在线业务&占总收入比例



版权运营及其他&占总收入比例

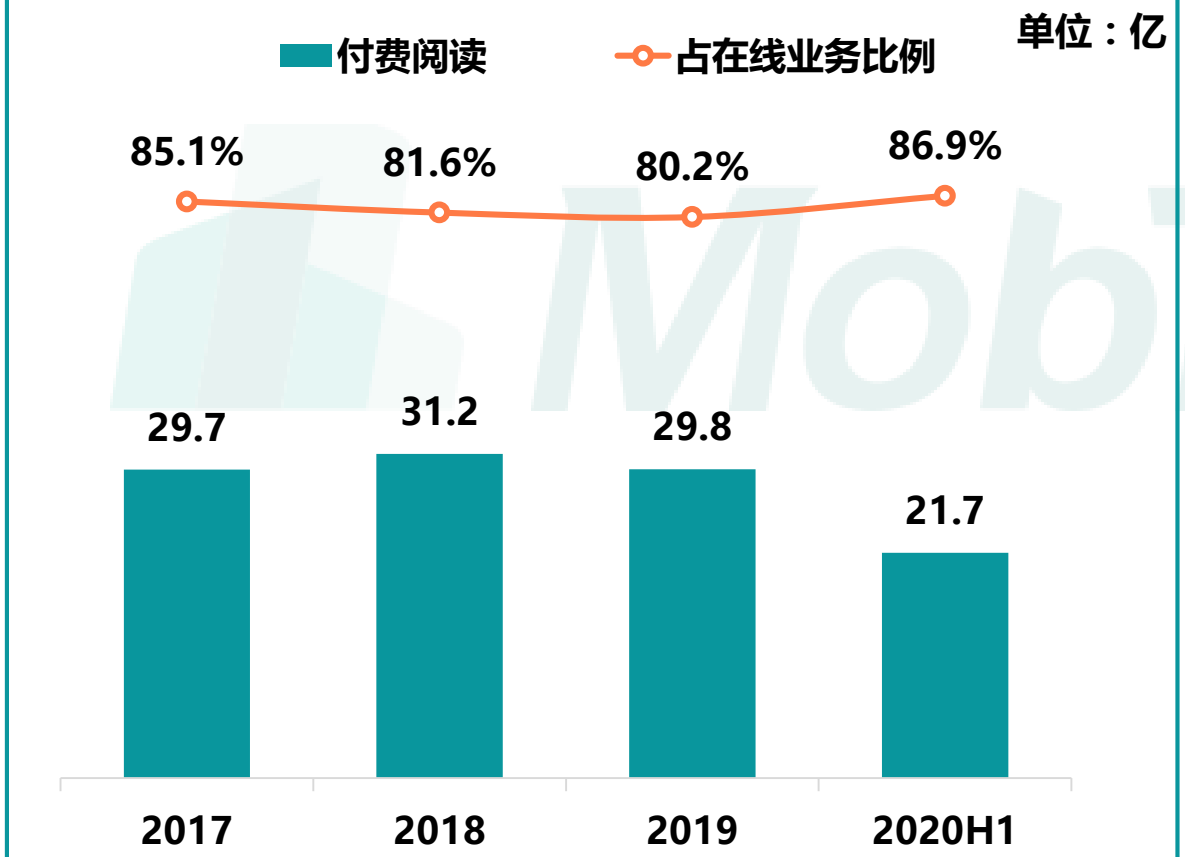


Source：公司财报，Mob研究院整理研究

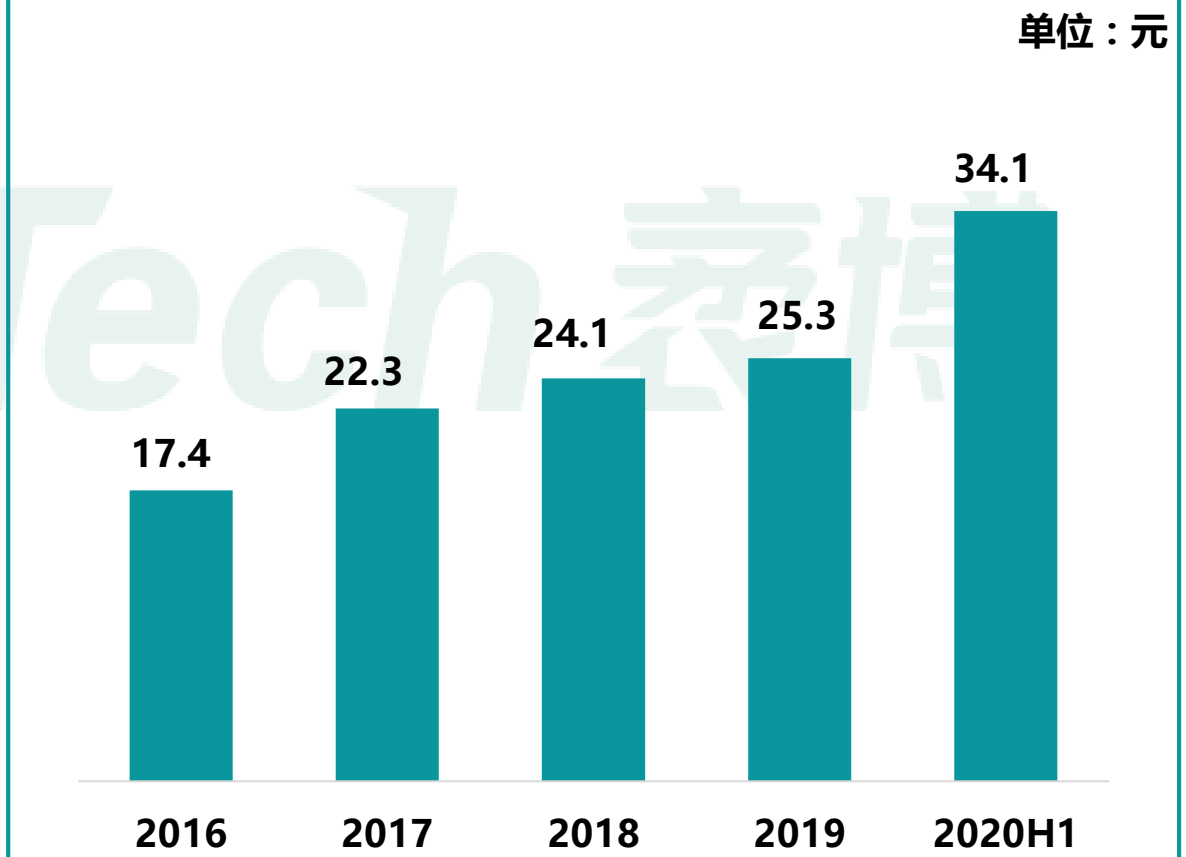
阅文集团：付费阅读回暖并升温，优质内容仍为王道

2019年阅文受到免费阅读波及，付费阅读收入减少1.4亿，但至2020上半年，付费阅读收入已达到2019全年的72.8%，且ARPU逐年递增，2020H1已达34.1元，用户付费能力加强

Mob研究院 付费阅读收入&占在线业务收入比例



Mob研究院 每名付费用户月均付费金额（ARPU）



Source：公司财报，Mob研究院整理研究

注：付费阅读收入=平均月付费用户人数*每名付费用户月均付费金额*12

阅文集团：挑战颇多，未来继续强化IP中心地位

阅文未来规划强调IP开发运营及平台社交功能；IP的核心是源源不断的优秀作品，如何吸引新作者入驻、保持头部作者长期创作能力、培养提升腰部作者实力，仍是当前重要议题

2020阅文大事件

1月

- 18日，携手东方卫视主办的“2019阅文原创文学风云盛典”

3月

- 17日，发布2019年财报
- 18日，与腾讯音乐娱乐集团达成战略合作，共同开拓长音频领域有声作品市场

4月

- 27日，管理团队调整，现任联席首席执行官吴文辉和梁晓东等荣退，腾讯集团副总裁程武任CEO
- 28日起，阅文合同问题开始发酵，阅文陷入舆论风波
- 29日，股票收跌接近5%

5月

- 合同风波升级，网文作者发起“55断更节”以抵制霸王条款
- 3日，阅文集团表态，并安排作家恳谈会
- 4日，股票一度大跌超过8%
- 6日，开展作家恳谈会

6月

- 3日，发布新合同，受此影响，股票上涨约6%，业内对新版合同褒贬不一
- 5日，发布“正版联盟”公告，推五大实质举措打盗版

8月

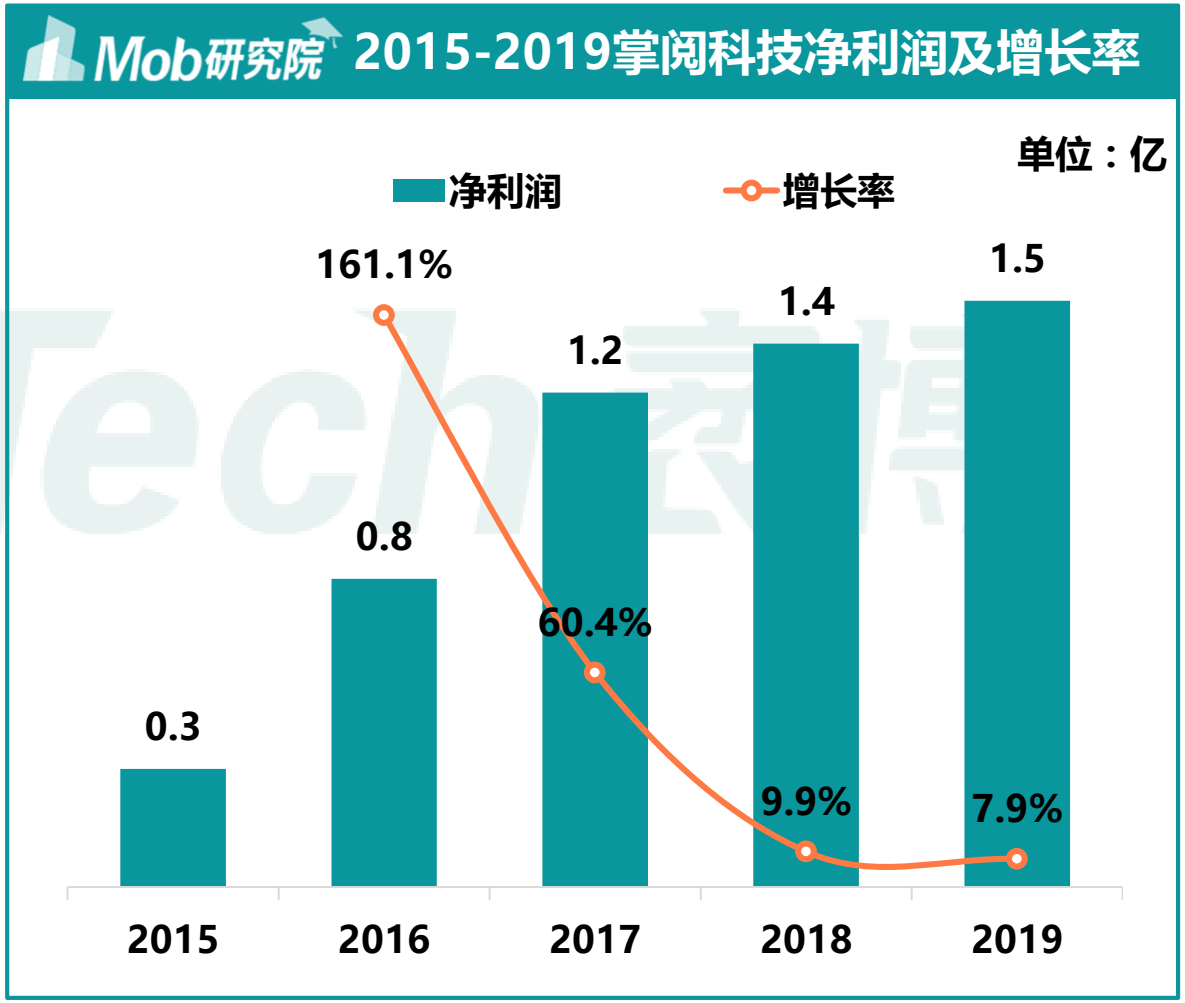
- 11日，公布2020年中期业绩，总收入32.6亿元，受新丽业务影响，净亏33.1亿元，免费阅读受挫，IP运营面临困境
- 29日，与文字版权工委联合行业发起“阅时代·文字版权保护在行动”倡议

Source：Mob研究院整理研究

掌阅科技：老牌公司盈利增长放缓，积极寻求突破

作为最早入局移动阅读的企业之一，掌阅科技凭借『掌阅』这一款产品站稳脚跟，但上市以来，掌阅净利润增长放缓，若掌阅与百度合作达成，或将在内容端与流量端有所作为

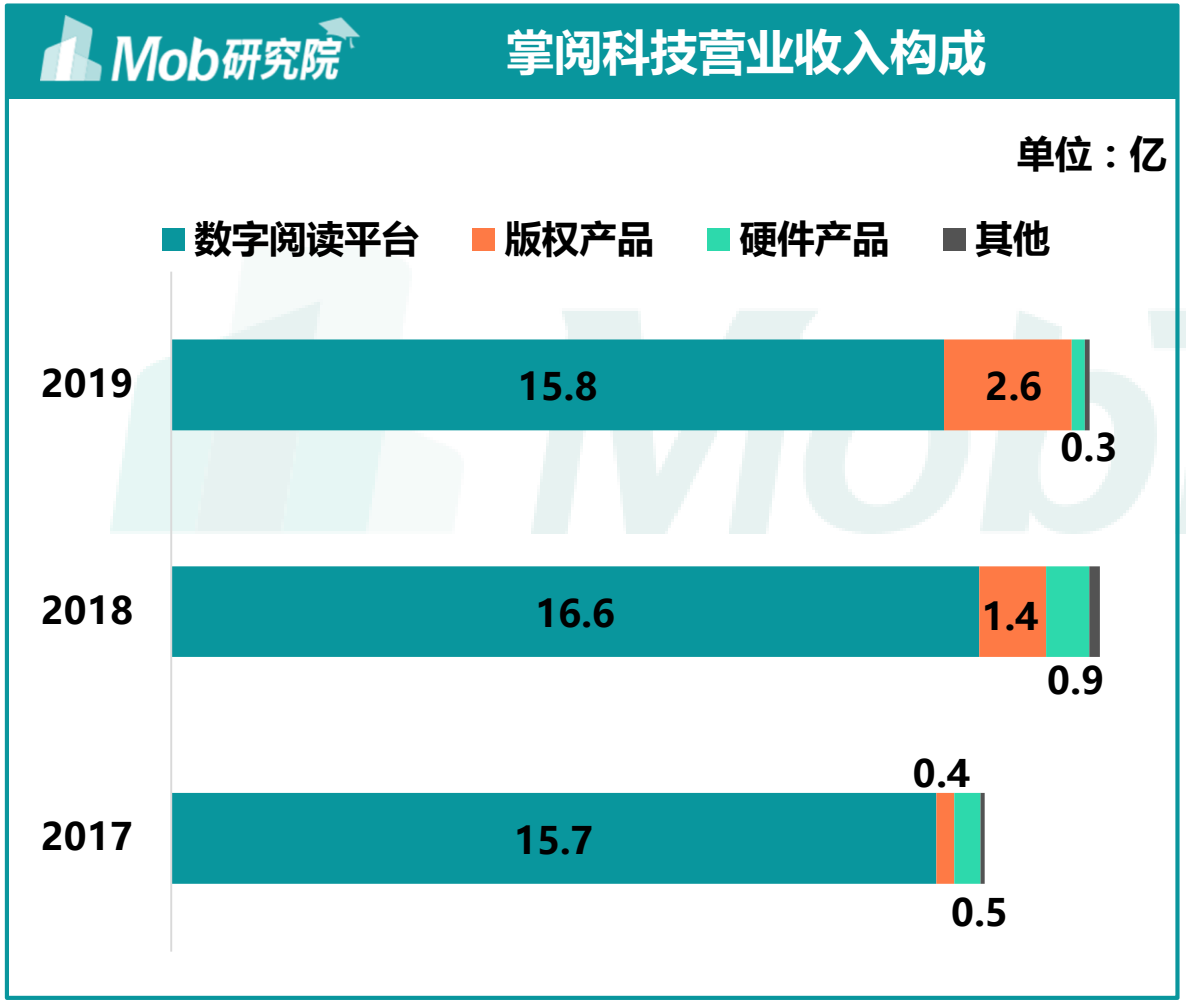
2020	发布权益变动报告书，拟定增募资不超7亿，由百瑞翔投资（百度旗下）认购
2019	斥资1.7亿购入红薯中文网33.74%的股权
2017	在上海证券交易所主板挂牌上市
2015	发布第一代iReader电子书阅读器
2014	获得国家版权局颁发的“全国版权示范单位”
2013	当选中国版权协会理事单位；当选中国音像与数字出版协会常务理事
2011	发布掌阅App
2008	掌阅科技成立

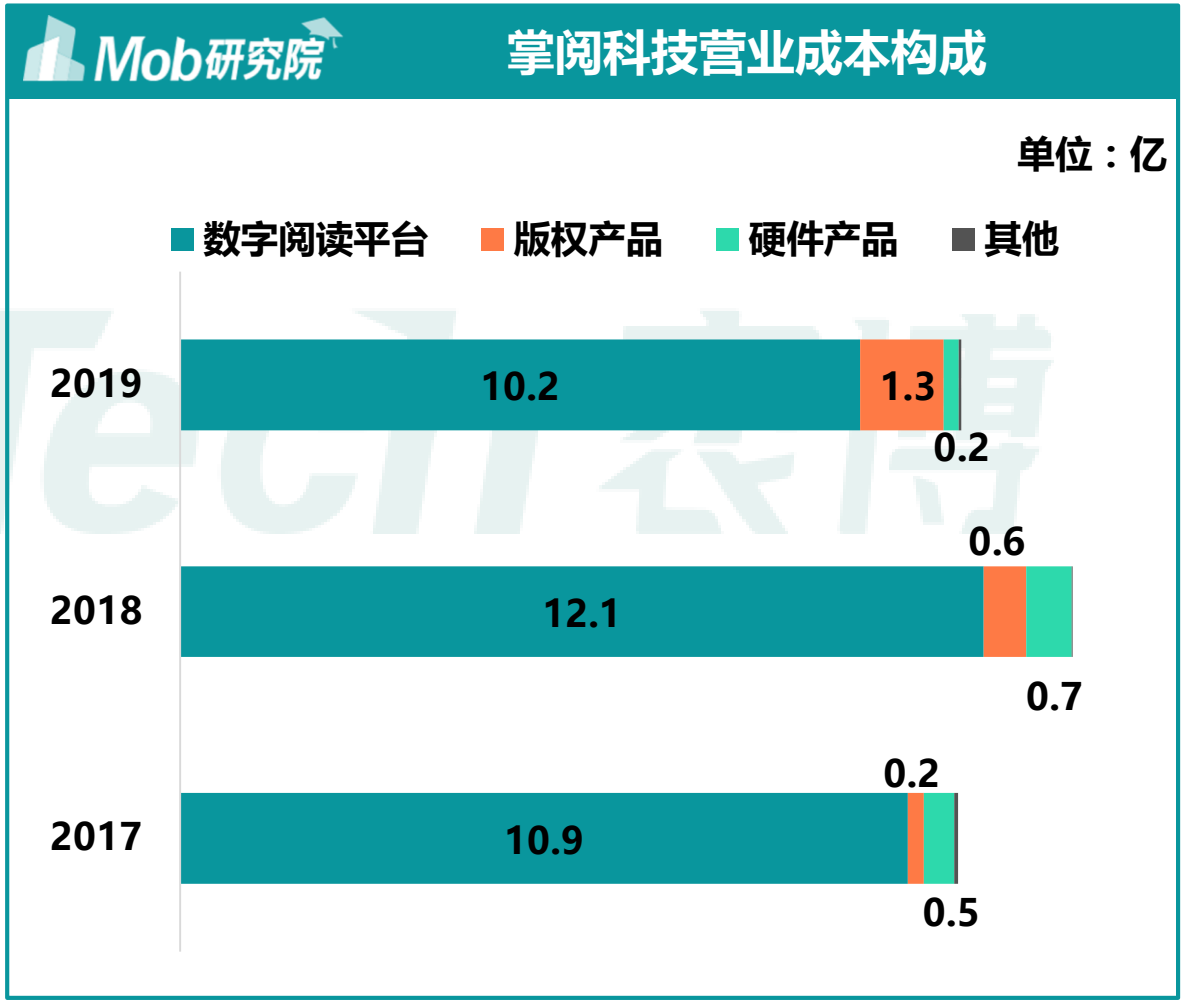


Source：公司财报，雪球，Mob研究院整理研究

掌阅科技：以数字阅读为核心，发力版权运营

掌阅科技营业收入和营业成本的八成以上都集中在数字阅读业务；2019年数字阅读收入出现下滑，同时版权业务的收入近乎翻倍



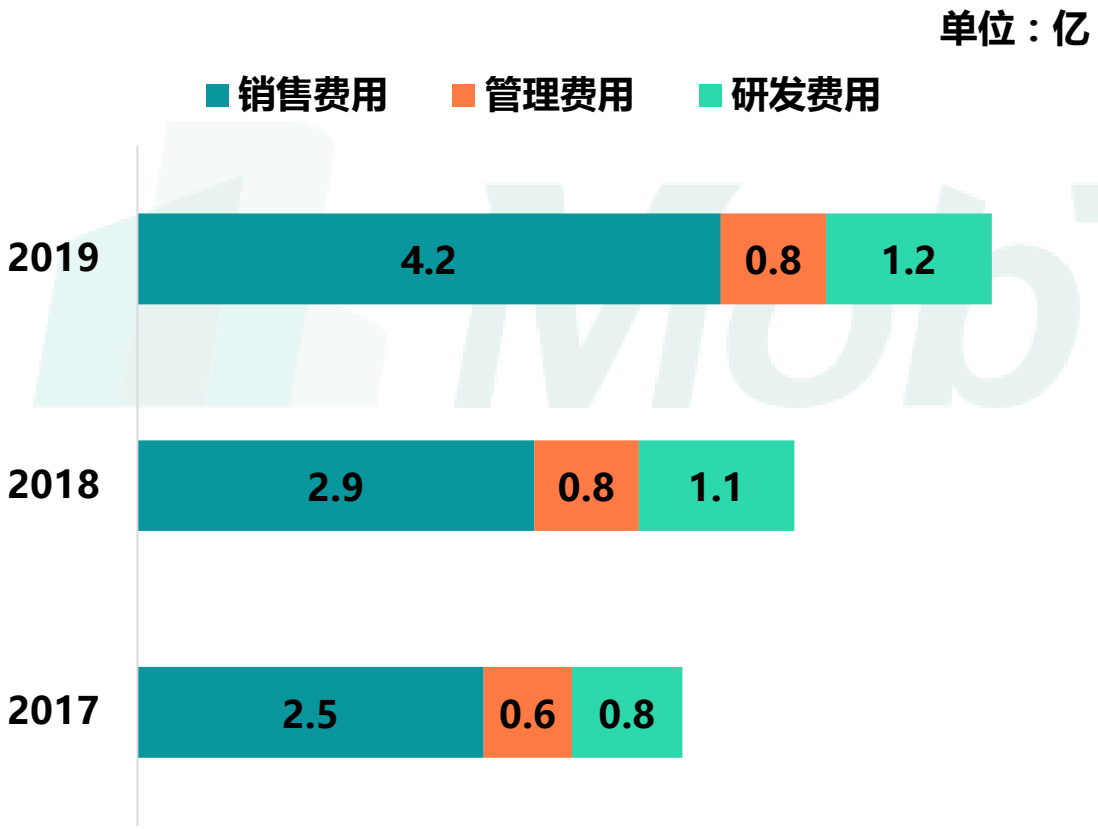


Source：公司财报，Mob研究院整理研究

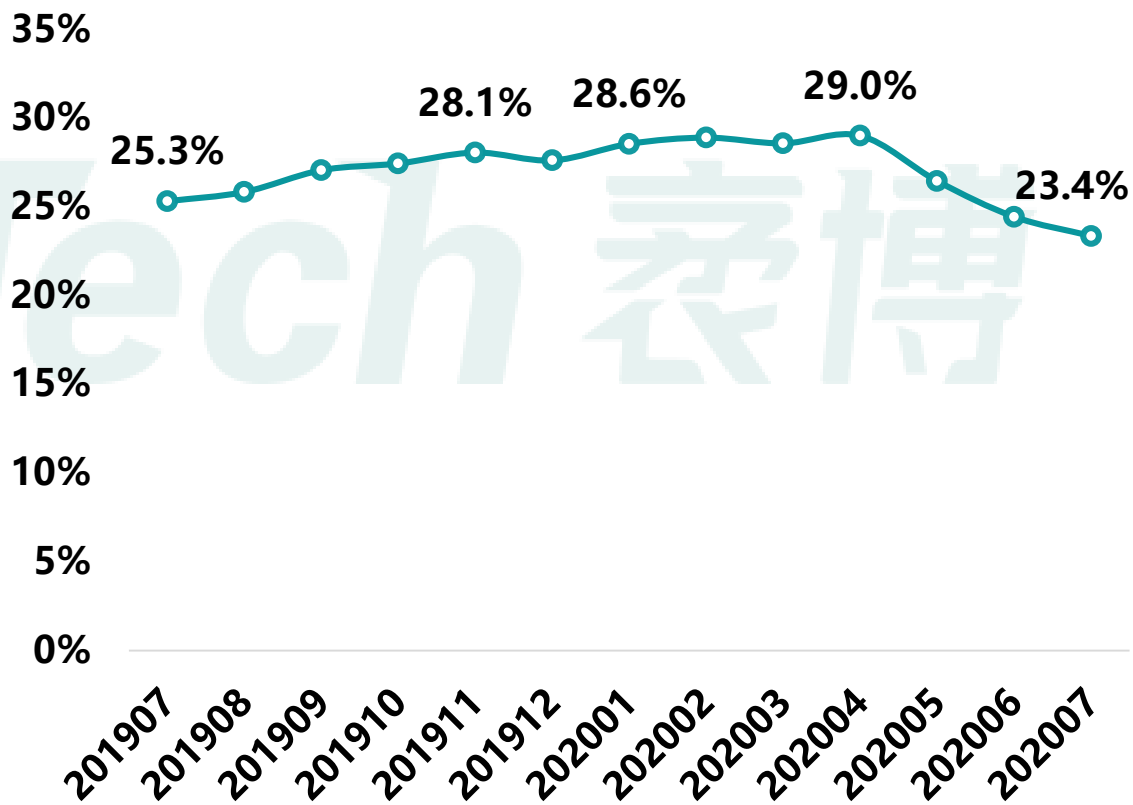
掌阅科技：销售费用水涨船高，安装渗透率难增长

2019年掌阅科技销售费用高达4.2亿，同比增长44.8%，但其明星产品近一年在行业中的渗透率未有较大突破

掌阅科技主要费用分布



『掌阅』在移动阅读行业的安装渗透率



Source：公司财报，MobTech，2019.7-2020.7

04



中国移动阅读未来趋势分析

重视腰部，跑通版权运营之路

以移动阅读重要组成部分网文来说，2019年网文作者和作品数量庞大，但IP改编数量占作品总数比例不足0.004%，而产业链下游最热门的行业每年可容纳IP量有限，未来行业将继续探索大量腰部IP的运营之路

2019年网文作者数量达**1936万**
签约作者数量达**77万**

2019年网文作品累计达**2590.1万**部

2019年IP新改编数量达**9656**部

2019年IP改编数量占网文作品总数量比例不足**0.004%**



挑战

- **IP改编需求减少**：影视行业每年需求的IP数量有限且目前因疫情受到重创，游戏行业面临游戏版号数量收缩困境，而此二为IP主要输送行业
- **全链运营难度高**：阅文或可依托腾讯集团，获得游戏、影视、音频等资源支持，但大部分公司缺乏雄厚资本，依赖授权模式

尝试

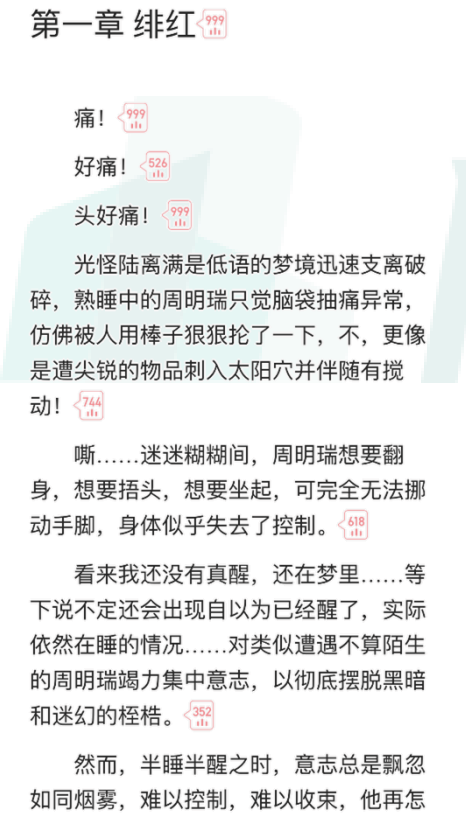
- **开发更多内容需求**：短视频行业发展迅猛，对优质内容的需求也与日俱增，双方可探索更多合作模式
- **稳健发展已有需求**：音频行业是IP较为稳定的接收方，可培育新内容，解锁新玩法

Source：中国音像与数字出版协会，Mob研究院整理研究

加强互动，提高热度凝聚粉丝

网文的连载形式，从最初就定义了它的互动性，从留言评论，到圈子讨论 ，到弹幕式评论，再到对话小说，互动方式不断更新，满足用户的社交需求，增强用户粘性，使内容热度发酵

章节评论



书友圈子



弹幕评论



对话小说



Source： Mob研究院整理研究

优化分发，算法推荐与人工推荐并行

平台算法不断优化，智能推荐实现千人千面，助力用户留存；人工推荐可查漏补缺，推广优质内容，助力新人作家脱颖而出



算法推荐

依据个人阅读痕迹、相关圈子偏好等，贴合个性化口味



人工推荐

包括编辑推荐，榜单等，资深人员筛选与群体偏好筛选

Source： Mob研究院整理研究

拓宽边界，增加用户与场景覆盖面

流量见顶大背景下，不拘泥于有限阅读分类与阅读场景，积极新增板块吸引用户，拓展使用场景，并不断优化，提升用户体验

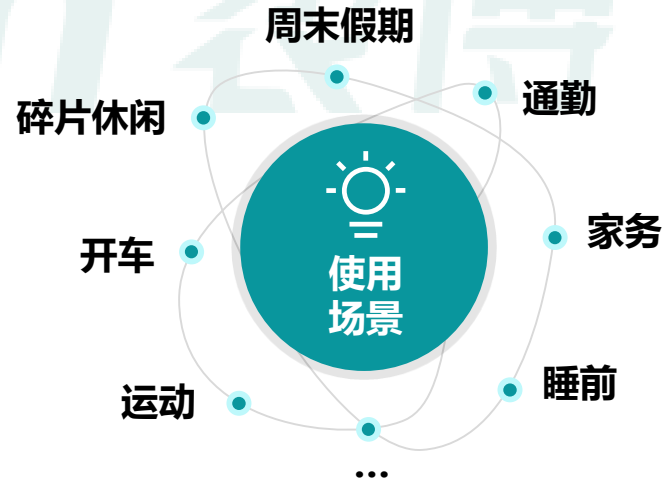
功能多样化，覆盖更多用户群体





场景多元化，满足更多用户需求

语音朗读功能，有声书、说书讲解等栏目解放用户双眼，拓宽了用户使用场景



Source： Mob研究院整理研究

报告说明

1.数据来源

MobTech报告数据基于市场公开信息，MobTech自有监测数据，以及MobTech研究模型估算等来源。

2.数据周期及指标说明

报告整体时间段：2019.7-2020.8

具体数据指标请参考各页标注

3.版权声明

本报告为MobTech制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的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。

4.免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合MobTech监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与MobTech无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

Mob研究院

全球领先的数据智能科技平台

关 注 我 们

研究报告合作

赵先生

zhaozhch@mob.com