

2020 年有声阅读行业战 略经营方案

目录

1.	企业发展现状.....	
1.1	有声阅读企业发历程.....	4.....
1.2	有声阅读企业文化.....	4.....
1.3	有声阅读企业战略.....	4.....
1.4	企业主营业务分析.....	5.....
2.	有声阅读行业格局.....	
2.1	有声阅读市场规模分析.....	6.....
2.2	有声阅读行业前景趋势.....	7.....
2.2.1	广告投放成为有声阅读盈利模式.....	7.....
2.2.2	内容付费成为新的发展趋势.....	7.....
2.2.3	线下衍生品成为新的发展方向.....	7.....
3.	有声阅读企业发展战略.....	
3.1	企业管理战略.....	8.....
3.2	企业产品战略.....	8.....
3.3	企业年度市场战略.....	9.....
3.4	企业年度营销战略.....	10.....
3.5	企业年度竞争战略.....	10.....
4.	有声阅读企业经营计划.....	11.....
4.1	企业经营目标.....	11.....
4.2	企业经营策略.....	12.....
4.3	企业推广策略.....	13.....

4.4	企业经营保障.....	14.....
5.	有声阅读企业考核指标	15.....
5.1	企业年度管理指标.....	15.....
5.2	企业年度产品指标.....	16.....
5.3	企业年度市场指标.....	17.....
5.4	企业年度业绩指标.....	18.....
6.	有声阅读企业存在风险分析	20.....
6.1	基础工作薄弱风险.....	20.....
6.2	管理效率低风险	20.....
6.3	盈利点单一风险	21.....
6.4	技术风险.....	21.....
6.5	管理风险.....	22.....
6.6	产品及法律风险	23.....

1. 企业发展现状

1.1 有声阅读企业发展历程

从 2012 年开始,公司长期致力于有声阅读行业的产品研发,通过长期的产品创新,在行业的竞争中具备了较为明显的先发优势。从 2015 年开始,国家积极倡导行业开拓创新,政策利好不断,公司积极响应国家战略,逐步将有声阅读产品与政策指引整合,实现产能创新。2018 年开始,公司在行业各个方面都有了较大的市场份额,获得了较为稳定的资金回报,为有声阅读产品的进一步提升提供了资金保障。2020 年之后,公司将会进一步优化产业结构,为有声阅读行业提供产业赋能。

1.2 有声阅读企业文化

在公司格局上,企业文化为“开拓创新、锐意进取”,通过产品与管理制度的不断创新,开拓新的服务与市场。在内部激励文化上,提倡建立锐意进取的团队和组织,实现不断突破、不断进取的企业精神。

1.3 有声阅读企业战略

本公司的企业战略为“产品争一流、服务争最优、管理争创新、技术争先进、企业争信誉”的“5 争”战略,成为客户始终信赖的优质企业。

1.4 企业主营业务分析

有声阅读行业的产品与服务的公司的主要营收来源，公司通过上下游产业链的不断扩展，完善在行业的“产销”能力。主营为有声阅读行业相关产品，提供相关的服务作为增值产品，开拓有声阅读行业的上下游产业链。

2. 有声阅读行业格局

2.1 有声阅读市场规模分析

有声阅读指通过网页、客户端技术，基于 PC、智能手机、平板电脑、车载、可穿戴设备等阅读载体，提供有声读物的阅读服务。内容包含小说、广播电台、影视原音、新闻资讯等，载体经历了从广播、光盘、互联网到移动互联网的演变。有声读物行业主要增值环节集中在上游及中游市场，其中阅读平台、阅读终端的产品更新能够较大程度的提升用户使用有声读物的体验感，增强下游用户的粘度提高阅读量，同时文字版权的丰富程度也是有声读物行业的核心竞争环节，文字版权数量直接影响了有声读物行业市场竞争力。

近年来，在数字技术的推动下，有声读物的发展势如破竹，迅速占领数字出版市场，因使用方便、成本较低，越来越多的人采取这种方式阅读。它的伴随性特征使人们可以利用碎片时间感受听读的魅力，有利于营造全民阅读的良好氛围。目前，有声读物发展态势良好，用户群体不断扩大，盈利模式日益清晰，但其仍需重视内容建设，坚持内容为王，打造优质内容，精准推送内容，实现盈利模式多元化，进而促进产业的可持续发展。

2018 年我国有声读物行业用户数约 2.8 亿人，到 2019 年增长到了 3.3 亿人。2018 年我国有声读物市场规模为 59.4 亿元，2019 年我国有声读物市场规模为 87.6 亿元，规模较上年同期增长 47.5%。

2.2 有声阅读行业前景趋势

2.2.1 广告投放成为有声阅读盈利模式

广告投放，包括开屏广告、弹窗广告、音频植入广告等。随着有声读物用户群体的不断扩大和内容的不断完善，广告将成为未来有声读物获利最直接的方式。

2.2.2 内容付费成为新的发展趋势

当下绝大部分音频产品仍然是免费收听的，但也出现一部分需要付费的有声读物。比如懒人听书作为行业内第一家盈利的平台，其月付费金额始终保持上涨态势，每月大概有 50 万的用户付费，每人充值金额接近 30 元。未来，随着人们版权意识的提高，内容付费将成为有声读物盈利的主要模式。另外喜马拉雅、QQ 音乐、樊登读书、微信读书等都在不同程度上推出了自己的有声阅读付费内容。内容付费将成为有声阅读行业的新的发展趋势。

2.2.3 线下衍生品成为新的发展方向

有声读物平台拓展线下衍生品，线上音频和线下产品结合盈利。以喜马拉雅 FM 为例，在衍生产品方面，其与科大讯飞合作，开发了多种智能终端产品，如儿童故事机、智能台灯、马桶等，同时开发了车载声音盒子‘随车听’，获得了较好的收益。这些成功案例可以为未来有声读物的盈利提供借鉴。

3. 有声阅读企业发展战略

3.1 企业管理战略

战略管理是指对一个企业或组织在一定时期的全局的、长远的发展方向、目标、任务和政策，以及资源调配做出的决策和管理艺术。

1) 诊断企业存在的问题，有声阅读行业战略性问题一般只有 3-5 个。

2) 找准企业发展方向，确定有声阅读是多元化发展还是专业化发展。

3) 确定企业发展目标，根据有声阅读发展趋势和企业综合表现制定。

4) 制定企业整体规章，根据有声阅读行业性质，制定整体运营规章。

3.2 企业产品战略

我公司在有声阅读行业的产品战略主要在产品功能、产品性能、产品外观、产品优势、产品目标、产品规划等方面的要求，需要在用户需求、产品参数、外观、优势、市场营销份额、长期规划等方面具有较为前瞻性和挑战性的计划。

- 1) 产品功能上满足需求达到 100%
- 2) 产品性能上性能参数 99%
- 3) 产品外观上精致美观度达到 95%
- 4) 产品优势在竞争力上达到 100%
- 5) 产品目标上市场开拓达到 98%
- 6) 产品规划上生态建立度达到 100%

3.3 企业年度市场战略

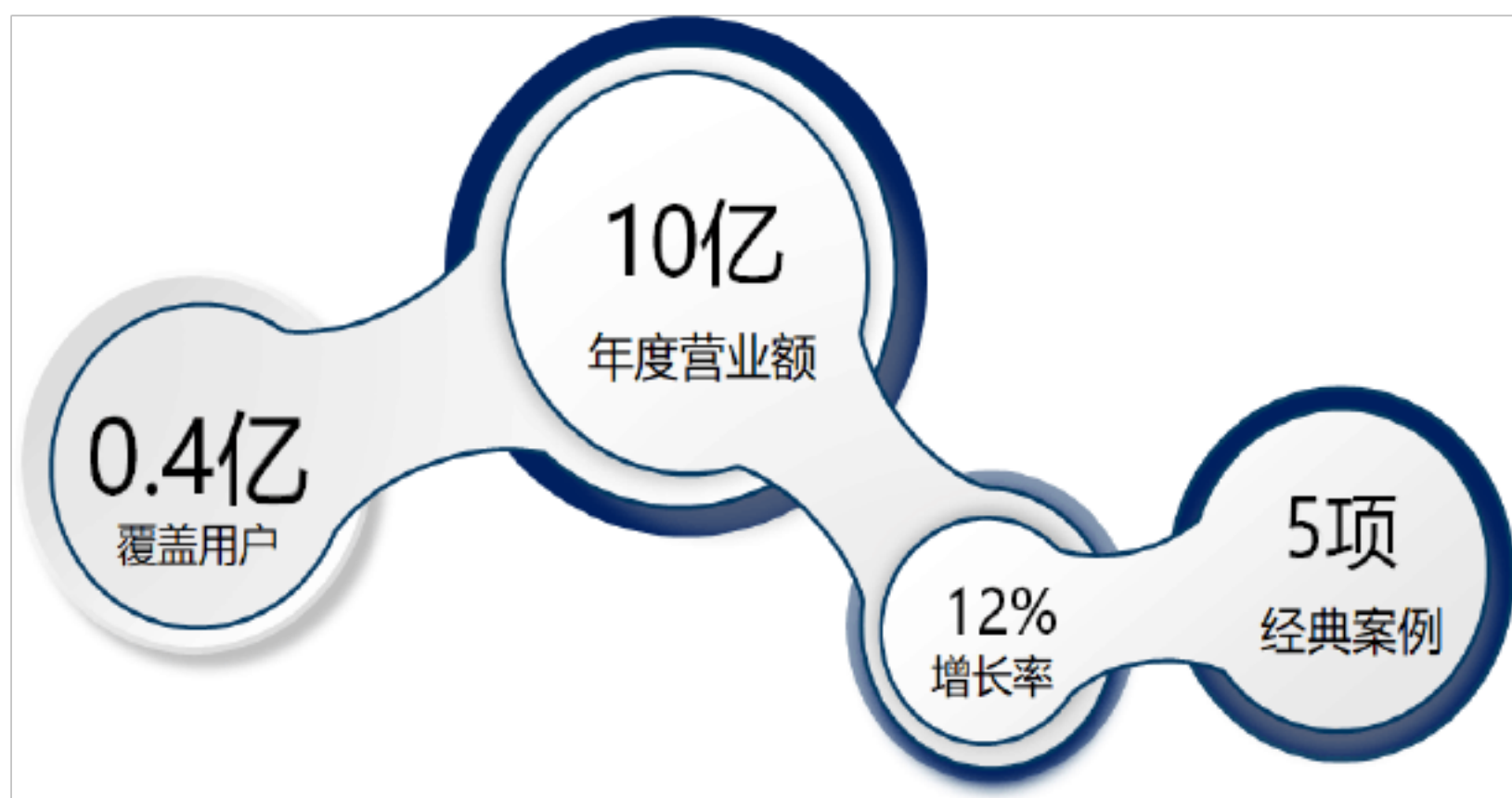
本公司 2020 年的年度市场战略，主要有以下几项指标：

公司在有声阅读行业的覆盖用户到达 4000 万人。

公司在有声阅读行业年度实现营业额超过 10 亿元。

公司在有声阅读行业的年度营收增长率超过 12%。

公司在有声阅读行业的经典项目案例超过 5 项



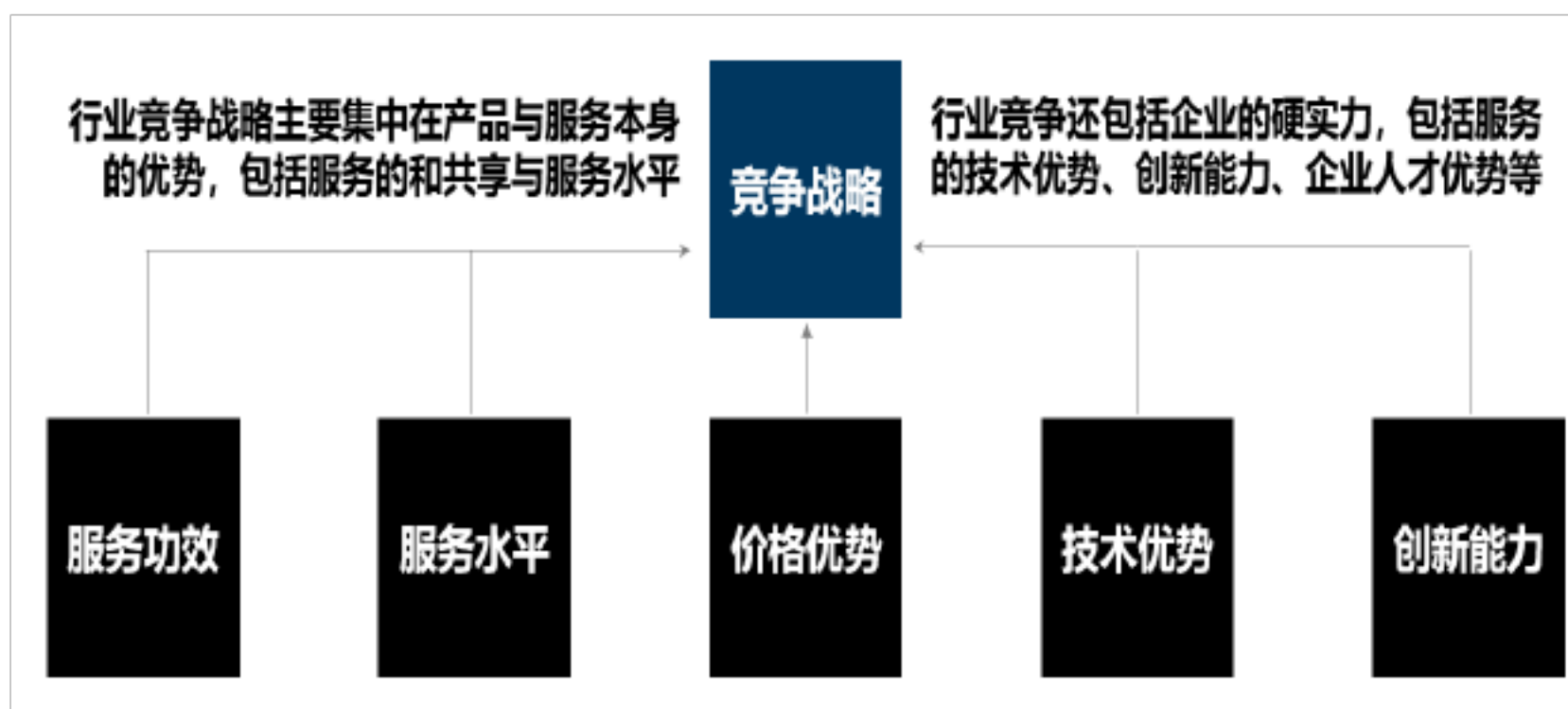
3.4 企业年度营销战略

本公司将在 2020 年在有声阅读行业拟定 5 大营销战略，主要包括绿色营销、创新营销、整合营销、消费联盟营销、连锁经营营销。

- 1) 绿色营销，强调环保、低碳、无公害
- 2) 创新营销，创新服务设计与倡导新理念
- 3) 整合营销，整合有声阅读市场服务，打包营销
- 4) 消费联盟营销，构建行业消费圈，形成消费联盟
- 5) 连锁经营营销，采用连锁直销、渠道销售模式

3.5 企业年度竞争战略

行业竞争战略主要集中在产品与服务本身的优势，包括服务的和共享与服务水平，行业竞争还包括企业的硬实力，包括服务的的技术优势、创新能力、企业人才优势等。



4. 有声阅读企业经营计划

4.1 企业经营目标

企业年度经营目标主要包括培养优质客户、追求产品质量、保持领先地位、持续利润增长。

- 1) 在培养优质客户方面，需要培养有声阅读行业优质用户 10 个
- 2) 在追求产品质量方面，重点研发有声阅读行业拳头产品 3 项，并优化现有功能 10+项

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/397166135021010002>