



音樂串流新紀元

亞普達企劃部

2013 June 分析報告



本期摘要

1. 全球影音串流服務現況
2. 主要音樂串流服務簡介
3. 音樂串流作為增值服務
4. 音樂串流服務發展趨勢

Section 1

全球影音串流服務現況

影音、音樂串流

01. 什麼是串流服務？

串流服務把影音檔案像「水流」一樣分段傳送至你的播放器中，邊傳邊播，而不用等整個檔案下載完畢，不佔硬碟空間。

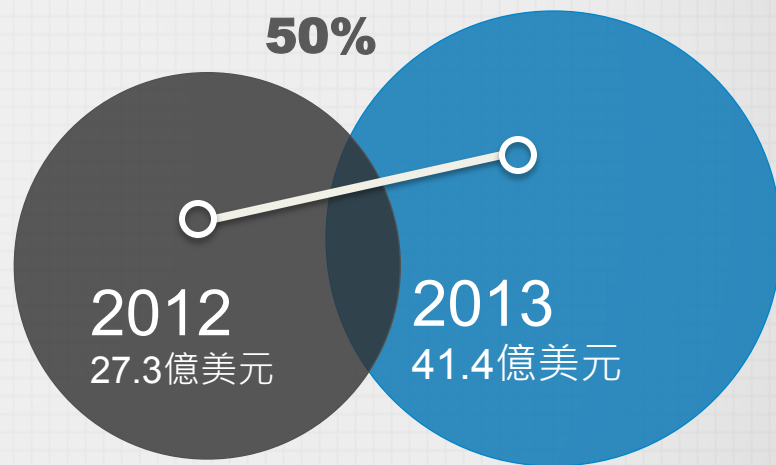
02. 商機無限

隨著影音串流服務的急遽成長，2013年全球數位影音廣告營收成長率上看50%。

03. 影音有別

國內較知名的影音串流服務有 YouTube、風行網；音樂串流則屬 KKBOX 規模最大。Google 今年也以音樂串流服務 All Access 加入這場全球戰局。

全球數位影音廣告營收

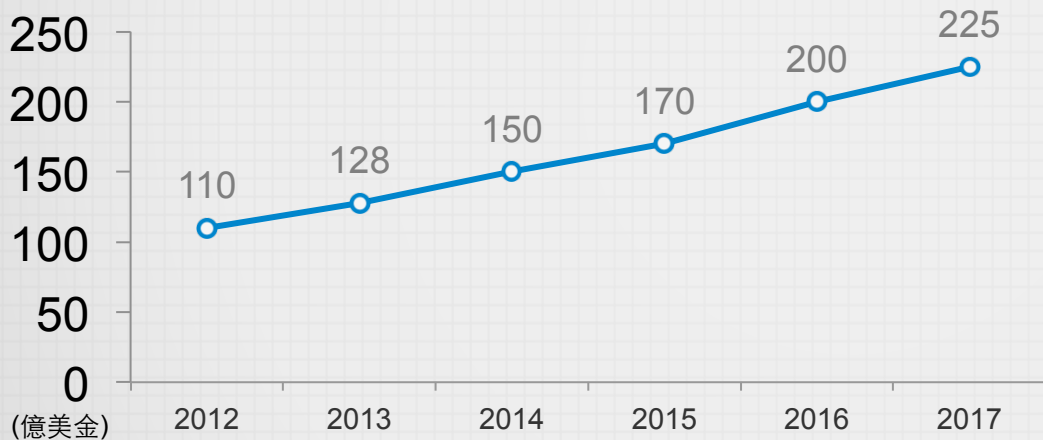


資料來源: 天下雜誌¹

數位音樂

Apple 的 iTunes 穩坐數位音樂市場龍頭多年，但「全曲買斷下載」的模式已逐漸受到音樂串流服務的挑戰，自全盛期佔數位音樂市場總營收 69% 降至 2012 年的 63%，顯示消費者的使用習慣有所改變。

全球數位音樂市場成長預測



音樂串流成長力道強勁

- 根據 Ovum 的分析預測，自 2012 年起，全球數位音樂市場將有每年約 15% 的成長率，並於 2017 年到達 225 億美元的規模。
- 其中，**音樂串流服務**是促成這個成長率的最強勁力道。
- 根據 Juniper Research 分析指出，今年串流音樂服務的營收將超越買斷下載的模式。

資料來源: Ovum²

資料來源: Ovum² / Juniper Research³

串流服務新局面

- 串流服務的快速發展，有賴於行動網路與手持裝置普及。
- 串流服務更適合消費者「多裝置」的使用習慣，手機、電腦不必再下載一堆音樂。
- 隨著 Google 的加入，音樂串流服務市場競爭將更為激烈。
- 中國有最大的數位音樂需求，但礙於盜版猖獗，多數外國服務仍遲遲不敢進駐。

Section 2

主要音樂串流服務簡介



PANDORA



All Access

曲庫

2,000萬首

100萬首

1,600萬首

少於1,000萬首

免費服務

有

有

有

無

付費服務
(美金)

\$4.99 / 月
\$9.99 / 月*

\$0.99 / 40小時
\$36.00 / 年

\$10 / 月

\$9.99 / 月

用戶數

2,400萬

7,000萬

--

--

服務範圍

歐、美、亞洲共22國

美國、澳洲、紐西蘭

美國

美國

* Spotify \$4.99方案僅供一台 PC 收聽。\$9.99的方案則支援多裝置收聽。

了解弱點，掌握競爭優勢

- 前述幾大音樂串流服務商，除了 Google All Access 之外，皆採「Freemium (Free + Premium)」的模式經營，透過 Free 服務吸引大量用戶，再以進階的 Premium 服務促使用戶付費享用，但付費用戶的比例偏低，獲利仍是大問題。
- 鉅額音樂版權費是當前服務商面臨的最大困境。
- 反觀亞洲地區，小規模的音樂串流服務商眾多，競爭優勢是「在地音樂庫」與「在地化服務」，如來自台灣的 KKBOX 就擁有最大的華語音樂量、韓國的 MelOn 則將服務與韓國音樂界緊密結合。

Section 3

音樂串流作為增值服務

與各產業巧妙結合

與電信業

音樂串流服務非常依賴行動網路，因此與電信業合作可大大增加彼此的價值。

如：KKBOX + 中華電信

- ◆ 中華電信 3G 用戶申請 KKBOX 可享 24H 免費試聽，並有優惠月租費。

與汽車工業

新一帶汽車強調人性化操控，音樂串流順勢成為車用音樂的來源。

如：Spotify + 福特汽車

- ◆ Spotify 的曲庫直接整合進福特的車上軟體 SYNC AppLink，開車時可直接語音操控收聽。

與網路社群平台

社群平台蒐集使用者的喜好，音樂串流服務則豐富社群平台的內容。

如：KKBOX + Facebook

- ◆ 使用者可以看到朋友正在 KKBOX 上聽的音樂，並按讚、回應。

音樂讓內容更豐富

- 聽音樂適合與各種活動同時進行，這種附屬性質使其很容易與各產業結合。
- 音樂串流服務的發展帶動了音樂產業整體的成長。
- 透過異業結合，提高了其對使用者的價值。

資料來源: IFPI⁴

Final

音樂串流服務發展趨勢

- 串流服務市場仍在快速成長，**經營模式漸趨成熟**。
- 除了期待音樂產業的版權費降低，多數開放免費使用的串流服務將**逐漸提高免費門檻**，促使免費用戶轉為付費使用，以維持營運。
- 為了架構更全面的服務以增加消費者價值、提高付費意願，**與不同產業、平台的密切結合**是必然趨勢。
- 各大服務**進軍亞洲**是現在進行式，以華語曲庫作為優勢的台灣業者將面臨嚴峻挑戰。

參考資料

1. 天下雜誌: YouTube 推付費頻道，包月 0.99 美元起跳
<http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5049000>
2. Ovum: Ovum predicts subscriptions to drive 15% growth in digital music
http://ovum.com/press_releases/music-feels-the-benefit-of-bundling-as-ovum-predicts-subscriptions-to-drive-15-growth-in-digital/
3. Juniper Research: Mobile Streamed Music Revenues to Rise More Than 40% This Year
<http://www.bloomberg.com/article/2013-04-17/awUwOjskvOxo.html>
4. IFPI: Digital Music Report 2013
http://www.ifpi.org/content/section_resources/dmr2013.html

聯絡資訊

台北總公司

地址: 台北市南港區三重路19之9號3樓
(南港軟體園區B棟)

信箱: market@allproducts.com

客服電話: +886-2-2789-2000

官方網站: home.allproducts.com

