

播客想把内容送到车主“耳边”，为何上车这么难？

早在2020年底，荔枝FM曾放出消息，要与小鹏汽车达成车载音频方向的合作。到了今年4月初，“荔枝播客”推出了直播功能，并率先上线小鹏智能车载系统。值得注意的是，这是播客直播在车载场景的首次应用。

相比短视频，播客可以算是“小众”需求。据艾媒咨询发布的数据显示，2020年，短视频的用户规模已经超7亿人，在线音频的用户规模预计将达到5.4亿，年增长率或缩小至10.2%，在线音频用户中，只有八成左右收听过播客。

经过了好几年的发展，播客行业仍未摆脱体量小、非风口、变现手法单一的困境。而在播客圈子当中，二八定律同样适用：大部分创业者（团队）依旧避免不了“用爱发电”的现实。

播客需求在“车上”？

“我特别希望未来能成为智能汽车上面的一个杀手级应用。”来自广州某内容创作团队的负责人大颜踌躇满志地说道。

2018年六月份，大颜叫上三五同窗，一同创业，团队最主要的产品，是在线音频播客，涵盖了知识类、小说类等内容。与其它播客内容团队不同，自打开始创业，他便将播客应用的场景牢牢地锁定在汽车上。

在他看来，开车的人几乎都喜欢在车上弄出点“动静”。有公开数据显示，只有10%的车主，在开车时不收听任何音乐广播、音频节目。

“事实上，开车听听音乐、节目，有助于放松精神、舒缓情绪以及提高注意力。”大颜说，以往，很多车主在开车时都会收听传统的广播，以及时知悉路况等信息，代价是，同时需要收听商家、企业在电台投放的广告。

但随着导航应用的发展，车主出行也开始依赖导航大数据，任何交通、路况信息，也都可以应用当中查询到，而且是实时的。传统电台提供的具有一定滞后性的交通、路况信息，也显得有些鸡肋。

“尤其在智能车机出现之后，车主对于开车时收听音频、节目都有了新的需求。”据一年前，大颜团队在汽车论坛上所发起的一项“万人调查”数据显示，近四成车主，不再

收听传统的电台广播，四成车主选择通过车机流量、U盘听听音乐。

还有将近三成的车主，希望利用上下班、路上通勤的时间，通过收听播客的方式，汲取新的知识。尤其在塞车时，用播客收听知识科普类的内容，会让一部分车主觉得不那么浪费时间。

至于以往有看书习惯的车主，也会选择利用通勤的时间，以“听”代“看”的方式，听听故事、小说、世界名著等。如果说，短视频是居家“杀时间”利器，那播客便是有车一族“杀时间”利器。

“知道车主的大致需求后，针对相应需求，创作音频播客的内容并不是难题。”由于当时的播客主要以音乐鉴赏、有声小说为主，大颜与团队便差异化瞄准向高端人群，针对希望借播客学习知识的车主，推出了人文类、科普类的播客内容。

包括有职场经验、生活常识、科技扫盲等等，每则音频播客的时长，均为9分钟。2018年，全国各主流城市平均通勤时长（含驾车、公交）北京、上海、重庆分别为56、54、54分钟，苏州、广州、深圳分别为45、45、44分钟。平均通勤时长普遍集中在54.45分钟区间，刚好可以完整收听五六则音频播客内容。

然而，当团队推出了相应内容之后，他却开始为新的问题犯难了。按理说，许多车主都有收听网络音频播客的需求，但如何将创作的内容，送到车主“耳边”成了不少创作团队最头疼的问题。

内容“上车”并不容易

最近几年，许多车机系统都是基于安卓系统定制的，所谓智能车机自然也不例外。为了让针对用车场景开发的播客内容出现在车机系统上，大颜参照自媒体运营的方式，注册机构账号，进驻了尽可能多的行业主流播客应用。

但偶然的一次机会，他发现自己通过进驻播客应用，试图让内容送达车主“耳边”的想法，有些想当然了。别说播客应用是否推荐其内容，部分车机甚至无法下载应用，“发现问题之后，我和同事借试驾之名，疯了一样到4S店测试车机系统。”

大颜指出，部分车机只能下载、安装厂

商应用商场中指定的车载应用，即便有播客，也是他以及团队都未曾听闻过的“非主流”产品，而有的智能车机系统，甚至连应用都不给下载、安装，而理由是为了“安全”着想。

即便在部分车机系统更为“开放”的造车新势力车型上，内置或可供下载的播客应用，也是针对车机系统深度定制的，与手机的应用并不相同，只能够收听由播客应用推荐、指定的热门内容。

“只有第三方改装、加装的原生安卓车机，车主可以随意下载任何的安卓应用。”他透露，团队还曾在不同的车机上，测试利用蓝牙、手机映射收听播客的操作步骤，试图探究类似的收听方式是否可行。

结果发现，部分智能车机尽管开着蓝牙，但每次都要重复操作，才能连上手机。至于映射的方式，操作更是繁杂，而且车主常用手机作为导航，同时使用手机听播客，体验也并不良好。

“每当导航有提示时，通常会压低音乐、播客应用的音量，的确让人感到别扭。”在实际的调研中，的确也有许多车主表示，若每次启动车辆，都需要重新操作映射，重新连蓝牙的话的确会放弃听音乐、播客。

而且，如果没有提前在WIFI环境下下载好相应内容的话，通过手机映射听播客，浪费手机流量不说，还放着车机系统赠送的流量，白白浪费。在得出的一系列结论后，他和团队甚至推翻了另外两项尝试。

“本想通过网盘，让车主打包下载内容，现在看也是不可能的，操作过于繁琐。”除此之外，他还打消了自行开发播客小程序、APP的想法，其一是车机无法下载、安装，其二是车主也不会为了收听播客，而下载并非主流的应用。

音频播客是最适合车载环境的应用，包括大颜在内，许多内容创作者都心知肚明。但只要无法将内容送达车主的“耳边”，就意味着创作者之间的差异化竞争难以拉开。用户瓶颈难以突破，无论是付费或是广告的正反方式，似乎都无从谈起。

也因为车机系统的特殊性，除了播客之外，还有很多应用服务、车载网络产品，难以送达车主面前。

智能车机是盘“大生意”

根据公安部交通管理局数据显示，2020年，我国汽车保有量达到2.81亿辆。若按照14亿人口计算，相当于每5个人当中，就有1人拥有汽车。更有机构大胆分析，2021年我国汽车的保有量或将突破3亿辆。

更有数据显示，2015-2019年，国内智能车机行业市场规模，由145.5亿元，增长至230.2亿元，年复合增长率12.1%，前装智能车机往中低端车型渗透的趋势明显。显然，智能车机系统，已经成为了一盘“大生意”。

“对于主机厂而言，车机应用市场也有利可图，所以开始重视各自的车机生态。”有曾参与过车机系统开发工作的业内人士告诉懂懂笔记，目前，智能车机系统呈两极分化，有的极为开放，广开大门吸引应用入驻；有的则相对封闭，只能下载官方自研的应用，或是指定产品。前者多为新造车，后者多为传统造车企业。

然而随着新造车智能车机提供的车载应用日趋多样化，用户也渐渐愿为部分高级、增值功能买单，有很多传统造车企业也逐渐意识到，卖车载“软件”其实也能够赚钱，“相比前两年，如今的车机系统，可玩性高了很多。”

早在去年，威马汽车曾推出过4款仪表盘主题皮肤，原价分别为299元和499元，用户可以个性化选择购买并设置。除了极为专业的自动驾驶软件、辅助驾驶软件之外，主机厂或逐渐开放车机应用生态，往手机应用市场的方向上靠拢。

再如“安卓税”、“苹果税”那样，通过应用、服务收费的方式，获取相应的抽成，创造新的盈利空间。同时也有传统主机厂青睐寻找互联网巨头合作，拓宽车机的生态。早在2020年11月，阿里对斑马网络提出新目标，车载操作系统AliOS三年内装机量，要达到1000万辆。

显然，随着车机生态的逐步开放与完善，车主或将在座舱里见到更多的车载服务、应用产品。但是对于针对车载场景开发内容、应用甚至是服务的播客创业团队和企业而言，能否“用爱发电”撑到那一天的确是一个难题。

科天探路下一个风口：音视频技术将创造万物无界协作的未来

2020年，视频会议呈现爆发式增长，2020年亦被称之为视频会议爆发元年。艾瑞咨询数据显示，中国视频会议市场规模将由2020年的161.5亿元上升至2023年的218.9亿元，云视频会议系统与硬件视频会议系统分别实现24.8%与9.3%的复合增长率。

在视频会议爆发性增长的背后，既有“黑天鹅”——蔓延全球的新冠疫情催化了远程办公协作，但在笔者看来，技术的发展：5G、AR、VR、音视频技术进入实践应用期似乎才是更为底层的逻辑。

视频会议“出圈”之后，人们发现“视频会议”已从多人沟通向远程协作、客户服务、直播、智能家居等更多应用场景拓展。探究近几年站在风口的领域，它们的背后都离不开音视频技术。2018-2019年超级风口直播行业飞速发展，不仅造就了虎牙、斗鱼、映客等企业的上市，更让实时音视频深入渗透到社交、游戏、泛娱乐等领域。电商、社交、教育乃至传统行业等都在借助音视频技术寻求新的突破以适应不断变化的经济、文化、社会环境，构建不可替代的增长体系。

毋庸置疑，支撑市场规模万亿元级别包括电商、社交、泛娱乐行业的音视频技术，已经成为互联网产业的底层新基建之一。音视频技术主要是通过声音、图像数据的采集、处理、传输及编解码、渲染，达到画面和声音实时沟通交互的效果，在过去本质上是解决人与人交流的问题。而经过5G、AI、大数据、VR等新兴技术和音视频技术的融合，应用场景将不止局限在人和人的连接，会碰撞出更具想象空间的发展机遇。

在刚刚举办的音视频技术大会上，来自上海交通大学的宋利教授表示，实时音视频现在还处于1.0时代，未来还有无限空间，实时音视频赛道至少还可以干20年。

音视频技术重新定义沟通交流

进入数字时代后，人与人、人与物、物与物的关系都发生了变化。比如，实时聊天以及视频会议等工具在云端搭建了突破时间、

地域、交互方式的多人对话空间，不论是更高清、更实时还是更便捷的体验，本质上都是在构建更趋近于面对面沟通的体验。智能家居的出现拓展了人与物的连接，打开智能生活之门。

音视频技术运用在传统人与人、人与物、物与物连接的场景，将突破传统沟通方式的边界，拓展更丰富、深入的交互方式，以此为商业社会带来新的体验和业务增长点。

正如国内领先的音视频服务和解决方案商科天CTO雷潍所说：“技术在商业上的核心价值是成为为企业发掘附加价值的重要手段，更高效解决问题的手段，为客户赢得更多意想不到的价值和爆发空间。”

作为音视频技术解决方案提供商，科天已经在企业协作领域深耕近十年，为金融、零售、地产、教育等行业提供基于音视频技术的整合解决方案，提供视频会议、客服、音视频物联网、音视频中台等产品和服务。服务过世界五百强、行业龙头等十万家企业客户的科天，正在成为引领音视频技术发展和场景创新的中坚力量。

音视频技术如何为企业赋能

“过去音视频技术在企业内部的应用主要在远程沟通层面，集中在人与人的交流层面。现在我们通过科天音视频中台将底层音视频技术，像乐高积木一样应用到不同的业务应用场景中，与企业OA、IM、客户服务等现有信息系统集成，并嵌入到客户的视频会议终端中，让企业快速获得音视频能力，适应其在远程沟通、客户服务、人、物协同等不同应用场景的需求，实现企业精细化运营管理。”雷潍补充道。

例如在金融领域，将音视频技术嵌入到ATM工控机和金融企业APP中，用户有任何疑问时可以直接一键远程求助客服，与传统语音客服不同的是，金融企业的客服人员不仅能实时了解客户的面部表情和状态，及时安抚情绪，而且还能实时分享操作界面和文档分享，甚至通过远程协作解决实际问题等。

对于企业来说，这不仅仅是提高客户服务品质的方式，还是实现降本增效和数字化转型的破局之道。通过远程视频客服的配置，可以逐步减轻线下营业厅的服务工作量和人员，而客户反馈的数字化产品操作和使用问题，也可以及时准确的被记录，给企业CIO、产品经理提供产品优化迭代的数据基础，帮助企业将自身的服务直达用户的桌面。

谈及音视频技术重新定义物与物的连接，雷潍认为音视频技术将在工业互联网、智慧城市、智慧园区等领域得到深度的应用。在工业互联网基础设施搭建过程中，工业现场物设备的接入和物数据的获取是数据积累不可或缺的基石，“音视频技术将创造万物无界协作的未来”。

科天提出“工业互联网全媒体信息”获取的理念，将音视频技术与工业互联网体系、边缘计算相融合，通过更广泛的信息、数据的获取范围，实现更强劲的信息、数据的解析能力，更多元化的交互方式，为数据处理、分析提供可靠的数据支撑。

比如在油气长输管线无人值守中，利用完整的IoT方案，获取场站的全系列数据，如生产数据、设备数据、环境数据、能耗数据、安防数据、消防安全数据、图像/音频/视频数据等。音视频技术的应用将指数级放大场站现场数据的收集，借助音频、视频信息数据，可以实时获知现场生产线的运营情况、周围环境情况和突发状况，为场站状态的深入分析和场站事件的快速响应奠定基础。尤其是后疫情时代，必将发挥更大的作用。

在音视频技术赋能和IoT互联方面，科天解决方案在龙湖地产停车云等业务场景中有成功的应用，并在其全国范围内物业推广复制。

“技术的融合运用是用来解决客户的问题的，科天卖的不仅是产品，而是在具体场景解决问题的方法，本质上一种服务。”雷潍补充道。科天观察到大中型企业在数字化转型中的认知和准备相对更充分，也正在积

极探索在不同场景引入新的方式方法促进业务进展和管理效率的提升。

音视频商业模式持续迭代

企业客户的需求和场景应用，从传统的远程视频会议、全员线上大会，升级到客户服务、产品发布，乃至生产制造、资产管理等各个环节，正在实现从单一场景到多场景，再到全场景的跃迁。

音视频商业模式也已经发生了根本性的转变，从传统的直接使用标准化产品，到以软硬件、数据和服务为主的三位一体，场景应用一直贯穿其中，与企业客户对于灵活性、易部署、安全可靠、可扩展的诉求高度一致。科天也正在深入企业的实际应用场景中，以音视频技术作为企业数字化转型的新型基础设置，提供定制化解决方案。

展望未来，协作无疆界

始于技术创新，沉淀于场景应用，专注于服务模式的创新和全流程服务，丰富的服务经验和专业化的团队，让科天更容易被大中型企业接受。科天的专业人才结构也不局限在云通信行业，而是非常鼓励多元化人才的融合，吸纳了思科、华为、中科软、Avaya等通讯行业的专家，以及腾讯、百度的技术人才。

科天研发骨干团队在音视频领域技术积淀和实践经验超过15年，持续加强音视频技术与新兴技术的融合应用，凭借对于垂直行业的深入理解和服务经验，持续研发、孵化和应用音视频技术和解决方案，以实现“探索音视频技术的无限可能”的技术愿景，而这一切的底层支撑，都来自科天对“突破界限，创新无疆界”孜孜不倦的追求。

谈及未来，雷潍说道：“随着群体技术如AIoT、5G、区块链、AR/VR技术等的爆发，以及技术融合速度的明显加快，如今，我们已习惯在虚拟和现实两个平行世界间切换。未来，虚拟与现实将再无边界，音视频将使人与人、人与物、物与物实现更深层次、更逼真的无界连接。我们期待，音视频技术赋予各类产业新的生命力。”