

2017-2022年中国在线音乐 行业分析及投资可行性报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国在线音乐行业分析及投资可行性报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/E171616XXS.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

2015年中国在线音乐市场规模为40.2亿元，增长67.2%。随着版权市场逐渐规范，特别是2015年7月以来国家对在线音乐版权市场的监管力度逐渐加大，在线音乐市场发展将更为正规有序。在音乐市场收入结构中，广告、游戏联运等模式比较成熟，增长稳定；直播、用户付费等增长快速，是企业重要的收入来源，预计未来仍将保持较快增长；另外，O2O演出、衍生商品售卖等虽然目前在市场中占比较小，但未来也有较大成长空间。在市场商业模式多元化的作用下，用户付费、广告、直播、音乐周边产品销售等收入模式将共同促进市场继续平稳快速增长。

2010-2018年中国在线音乐市场收入规模及增长率

2015年中国在线音乐用户付费市场规模为10.5亿元，增速达到121.8%。2015年高增长主要是因为2015年7月以来国家对版权音乐的监管力度加大，为了确保音乐作品版权受到保护，国内主流音乐平台开始对部分获得授权的音乐作品进行收费，一定程度上促进了用户付费行为的产生。未来随着版权市场逐渐规范，用户在音乐消费上的付费意识及习惯逐渐形成，用户付费收入将持续增长，将成为推动在线音乐市场增长的重要动力。

2010-2018年中国在线音乐用户付费市场规模及增长率

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国在线音乐行业分析及投资可行性报告》共十二章。首先介绍了在线音乐相关概念及发展环境，接着分析了中国在线音乐规模及消费需求，然后对中国在线音乐市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国在线音乐面临的机遇及发展前景。您若想对中国在线音乐有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 2016年世界数字音乐市场运行动态分析

第一节 2016年世界数字音乐市场运行概况

一、全球数字娱乐大幅增长

- 二、全球数字音乐销售情况分析
- 三、新商业模式推进数字音乐产业发展
- 四、唱片公司拟在网上采用捆绑策略销售歌曲

第二节 2016年世界在线音乐市场运行透析

- 一、国外在线音乐主要商业发展模式
- 二、全球在线音乐市场规模及预测
- 三、美国在线音乐市场规模情况

第三节 2016年世界无线音乐市场运行探析

- 一、全球无线音乐业务特点分析
- 二、美国移动音乐市场出现新产品模式
- 三、日韩无线音乐下载业务扫描
- 四、全球无线音乐市场规模预测

第四节 2016年全球数字音乐市场竞争格局分析

- 一、世界数字音乐市场竞争日渐激烈
- 二、数字音乐领域多家厂商纷纷挑战苹果霸主地位
- 三、未来数字音乐市场竞争决战商业模式

第五节 2017-2022年世界数字音乐市场前景预测分析

第二章 2016年全球在线音乐市场概况

第一节 全球互联网及互联网娱乐发展状况分析

- 一、全球互联网概况
- 二、国外在线音乐主要商业发展模式
- 三、全球在线音乐市场规模及预测
- 四、iTunes已占据美国在线音乐66.2%份额

第二节 2016年全球主要国家与地区在线音乐发展情况

- 一、美国
- 二、欧洲
- 三、日本
- 四、韩国

第三节 2017-2022年全球在线音乐产业发展趋势分析

第三章 2016年中国在线音乐行业市场发展环境分析

第一节 2016年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

过去 10 年各季度中国 GDP 增长速度可以明显看出，目前中国在“调结构、促转型”的经济软着陆情况下，经济增速出现明显下降。政府工作报告指出，2016 年经济增长预期目标 6.5%-7%，国家宏观经济增速明显趋缓，而 GDP 增速与钢材需求存在相关性，增速下降意味着市场对钢材需求强度可能减弱，这也将会影响到作为基础工业原材料生产环节钢铁企业的生存环境。

过去 10 年中国 GDP 增速情况（%）

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

2015年我国城镇居民人均可支配收入3.12万元，2010-2015年复合增速10.30%，2015年我国农村居民人均可支配收入1.14万元，2010-2015年复合增速14.05%，我国居民收入仍保持较快增长。

城镇居民人均可支配收入近5年复合增速10%

农村居民人均可支配收入近5年复合增速14%

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、中国汇率调整（人民币升值）

八、对外贸易&进出口

第二节 2016年中国在线音乐行业政策环境分析

一、数字音乐标准分析

二、在线音乐政策分析

三、相关产业政策影响分析

第三节 2016年中国在线音乐行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四章 2016年中国在线音乐市场运行动态分析

第一节 2016年中国在线音乐运行综述

- 一、中国在线音乐产业链的新构成
- 二、中国付费在线音乐下载增长缓慢
- 三、中国在线音乐市场商业模式探索
- 四、在线音乐用户常用的影音播放软件
- 五、用户对在线音乐满意度调查分析

第二节 2016年中国主要类型在线音乐服务提供商分析

- 一、下载类的音乐服务
- 二、在线类的音乐服务
- 三、背景音类的音乐服务
- 四、搜索类的音乐服务
- 五、广播类的音乐服务
- 六、从服务提供商透视在线音乐的发展

第三节 2016年在线音乐发展面临的问题及对策

- 一、中国在线音乐的发展瓶颈
- 二、在线音乐发展的突破点
- 三、产业链调整整合将是中国在线音乐的发展方向

第五章 2016年中国在线音乐市场现状分析

第一节 2016年中国在线音乐发展现状概述

- 一、市场规模近年来呈不断增长趋势
- 二、商业模式和盈利模式尚未成熟

第二节 2016年中国在线音乐市场情况分析

- 一、中国在线音乐市场类型
- 二、中国在线音乐市场特点
- 三、国外十个在线音乐网站的竞争策略
- 四、索尼近日发布在线音乐播放服务
- 五、在线音乐成硅谷新热点

第三节 2016年中国在线音乐市场问题及对策分析

- 一、国内音乐风格单一和内容匮乏
- 二、加大对网民版权意识培养
- 三、加强在线音乐的立法和监管工作

第四节 2016年中国在线音乐盗版现状及趋势分析

第六章 2016年中国在线音乐用户情况分析

第一节 2016年中国在线音乐用户基本属性

- 一、在线音乐用户与互联网用户属性对比
- 二、在线音乐核心用户和整体用户属性对比

第二节 2016年中国在线音乐用户使用习惯

一、喜欢的音乐种类

用户在使用在线音乐网站时，收听、搜索、下载等关于围绕音乐内容的需求仍最为强烈，占比均超过50%，而用户对于如歌曲推荐、歌词海报、评论分享及个性化设置等更偏向个人风格的功能，也存在一定的好感，占比均超过20%。在用户互动行为方面，转发音乐与好友分享成为成本最低也最为主流的方式，占比超过70%。同时，67.4%用户也会对自身喜爱的音乐进行评论，66.9%用户会以音乐作为交流手段，意在得到更多的回应与共鸣。优质音乐内容较易激发用户的分享欲望，未来音乐产品的“音乐+社交”功能还具有很大发展空间。

2016年中国在线音乐用户经常使用的音乐内容分布

2016年中国在线音乐用户互动行为分布

二、喜欢的收听方式

三、音乐获取方式

四、喜欢的推荐方式

五、常用的播放软件

第三节 2016年中国在线音乐用户消费行为

一、版权态度

二、付费观念和行

三、广告兴趣

四、付费与未付费用户对广告态度不同

五、付费与未付费用户音乐周边产品消费不同

第四节 2016年中国在线音乐用户满意度及需求调查

第五节 2016年中国在线音乐用户特点分析

- 一、年轻化
- 二、高学历
- 三、中等收入比重大

第六节 2016年中国在线音乐网站认知和改进意见

第七章 2016年中国在线音乐竞争格局与博客音乐市场分析

第一节 2016年中国数字音乐市场竞争格局分析

- 一、世界数字音乐市场竞争日渐激烈
- 二、数字音乐领域多家厂商纷纷挑战苹果霸主地位
- 三、未来数字音乐市场竞争决战商业模式

第二节 2016年中国播客音乐现状分析

- 一、概念辨别
- 二、国外播客音乐的市场现状及发展趋势
- 三、国内播客规模的现状及发展趋势

第八章 2016年中国在线音乐产业链成员分析

第一节 2016年在线音乐内容提供商

- 一、中国唱片总公司
- 二、太和麦田
- 三、华纳唱片
- 四、滚石唱片

第二节 2016年在线音乐服务提供商

- 一、新浪乐库
- 二、爱国者数码音乐网
- 三、百度MP3搜索
- 四、TOM音乐频道
- 五、娱乐基地
- 六、A8音乐网
- 七、中国移动无线音乐门户
- 八、SOGUA

第三节 2016年数字音乐版权管理机构分析

- 一、中国音乐著作权协会
- 二、数字版权管理技术

第九章 2016年中国数字音乐产业运行状况透析

第一节 2016年中国数字音乐市场整体概况

- 一、中国数字音乐产业的演进
- 二、数字音乐网站主要经营模式
- 三、数字音乐与传统唱片的较量
- 四、深圳数字音乐产业极具发展优势
- 五、数字音乐步入“专辑时代”
- 六、数字音乐“第三方力量”发展探析
- 七、探析数字音乐个性化推荐系统

第二节 2016年数字音乐市场发展状况

- 一、中国数字音乐市场盘点
- 二、正版数字音乐市场分析
- 三、中国数字音乐市场规模分析

第三节 2016年数字音乐市场面临的问题及发展策略

- 一、中国数字音乐产业发展的制约因素
- 二、人才成数字音乐市场发展瓶颈
- 三、数字音乐领域赢利模式的困惑
- 四、中国数字音乐产业的发展对策

第十章 2017-2022年中国在线音乐发展趋势预测分析

第一节 2017-2022年中国数字音乐市场发展趋势

- 一、未来数字音乐将多种服务模式并行
- 二、内容结合服务是大势所趋
- 三、透视数字音乐市场里的桌面化与网络化发展趋势

第二节 2017-2022年中国在线音乐发展趋势分析

- 一、数字音乐出现多元化的应用形式
- 二、在线音乐和移动音乐融合趋势分析
- 三、个性化音乐服务将更好地满足需求
- 四、第三方监测机构形成将促进产业链各方之间紧密协作

五、在线音乐网站盈利模式趋势分析

第十一章 2017-2022年中国在线音乐行业投资机会与风险分析

第一节 2017-2022年中国在线音乐行业投资环境分析

第二节 2017-2022年中国在线音乐行业投资机会分析

一、在线音乐投资潜力分析

二、在线音乐投资吸引力分析

第三节 2017-2022年中国在线音乐行业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、政策风险分析

三、技术风险分析

第十二章 专家建议 (ZY ZM)

第一节 对唱片公司的建议

一、短期盈利的发展建议

二、长期的发展建议

第二节 对在线音乐服务商的建议

第三节 中国数字音乐企业融资情况分析

一、数字音乐企业VC进入情况

二、总结及投资建议

图表目录：

图表：2014-2016年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2014-2016年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2014-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2014-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2014-2016年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2014-2016年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2014-2016年我国工业增加值分季度增速

图表：2014-2016年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2014-2016年我国财政收入支出走势图

图表：2016年美元兑人民币汇率中间价

图表：2014-2016年中国货币供应量月度走势图

图表：2014-2016年中国外汇储备走势图

图表：2014-2016年央行存款利率调整统计表

图表：2014-2016年央行贷款利率调整统计表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2014-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2014-2016年我国货物进出口总额走势图

图表：2014-2016年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2014-2016年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：2014-2016年我国总人口数量增长趋势图

图表：2016年人口数量及其构成

图表：2014-2016年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2014-2016年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：2014-2016年中国城镇化率走势图

图表：2014-2016年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：在线音乐与移动音乐

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/E171616XXS.html>