

2017-2022年中国数字音乐 市场评估及未来发展趋势报告

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年中国数字音乐市场评估及未来发展趋势报告》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/V81894CLNP.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

音乐市场受益于版权保护和数字市场催化快速增长，预计到2020年可达762亿。随着互联网的高速发展，我国的音乐产业从实体唱片模式进入数字音乐时代。我国在线音乐用户数量2015年约5亿，预计到2020年达到6亿左右。目前我国核心音乐市场可分为四部分，即实体唱片、数字音乐、演唱会（音乐现场）以及互联网演艺，其中除去实体唱片其他各子类别预计将会有较快增长。为了预测我国音乐市场未来规模，我们根据艾瑞咨询和《2016中国音乐产业发展报告》数据和预测，结合我们的估算参数，包括实体唱片、数字音乐（PC和移动端，不包括电信增值）、演唱会和互联网演艺等在内的核心音乐市场2015年为255.59亿元，我们预计到2020年这一市场规模可达762.76亿元，CAGR约为25%。

2017-2022年我国核心音乐市场规模及预测（亿元）

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国数字音乐市场评估及未来发展趋势报告》共十四章。首先介绍了数字音乐产业相关概念及发展环境，接着分析了中国数字音乐行业规模及消费需求，然后对中国数字音乐行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国数字音乐行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国数字音乐行业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 数字音乐概述

第一节 数字音乐相关概述12

一、数字音乐定义与优点12

二、数字音乐的优点13

三、数字音乐产业结构13

四、数字音乐产业价值链14

第二节 2013-2016年世界数字音乐市场运行概况14

一、全球数字娱乐大幅增长14

二、2016年全球数字音乐销售规模分析15

- 三、新商业模式推进数字音乐产业发展15
- 四、唱片公司网上采用捆绑策略销售歌曲17
- 五、2016年全球知名企业抢占“音乐云计算”18
- 六、惠普在欧洲十国推数字音乐服务19
- 第三节 2016年世界在线音乐市场运行透析19
 - 一、国外在线音乐主要商业发展模式19
 - 二、2016年全球在线音乐市场规模预测20
 - 三、2016年美国在线音乐市场规模预测21
- 第四节 2016年世界无线音乐市场运行探析21
 - 一、全球无线音乐业务特点分析21
 - 二、日韩无线音乐下载业务扫描22
 - 三、全球无线音乐市场发展面临的挑战23
 - 四、全球无线音乐市场发展趋势预测24
- 第五节 2013-2016年全球数字音乐市场竞争格局分析24
 - 一、世界数字音乐市场竞争日渐激烈24
 - 二、数字音乐领域多家厂商纷纷挑战苹果霸主地位26
 - 三、未来数字音乐市场竞争决战商业模式27
- 第六节 2017-2022年世界数字音乐市场前景预测分析27

第二章 2013-2016年世界主要国家数字音乐产业运行透析30

第一节 美国30

- 一、美国数字音乐市场销售概况30
- 二、2016年美国唱片及数字音乐市场销量30
- 三、美国数字音乐用户增长情况35
- 四、美国移动数字音乐市场新产品模式诞生35
- 五、美国音乐组织就在线音乐版权费问题达成协议36
- 六、美国在线音乐商出售甲壳虫乐队音乐被判侵权37
- 七、美国在线音乐市场itunes所占份额过半37
- 八、美数字音乐行业获5700万美元投资38

第二节 英国39

- 一、2016年英国数字音乐市场发展分析39
- 二、2016年英国数字音乐下载量分析39

三、英国唱片业积极探索数字音乐发行新模式40

四、美国mog.com抢滩英国音乐市场40

第三节 其他国家41

一、德国数字音乐下载市场增长情况41

二、日本数字音乐市场发展特点41

三、韩国迎来数字化付费音乐时代42

四、韩国开发mt9新格式欲取代mp343

第三章 2013-2016年中国数字音乐产业运行环境分析45

第一节 2013-2016年中国宏观经济环境分析45

一、2016年中国gdp增长情况分析45

2015年，我国国民经济稳定增长。初步核算，全年国内生产总值676708亿元，比上年增长6.9%。其中，第一产业增加值60863亿元，增长3.9%；第二产业增加值274278亿元，增长6.0%；第三产业增加值341567亿元，增长8.3%。第一产业增加值占国内生产总值的比重为9.0%，第二产业增加值比重为40.5%，第三产业增加值比重为50.5%，首次突破50%。2015年以来，面对错综复杂的国际形势和国内经济下行压力加大的困难局面，稳中求进成为2015年的工作总基调，中国进入以提高质量效益为中心，调整产业结构，深化改革开放的发展阶段。

2011-2016年中国国内生产总值及其增长速度

二、2013-2016年中国居民消费价格走势45

三、2016年城乡居民收入与消费分析46

四、2016年中国社会消费品零售总额48

五、2016年全社会固定资产投资分析48

六、2016年进出口总额及增长率分析49

第二节 2016年中国数字音乐产业政策环境分析49

一、数字音乐整个文化产业中的地位49

二、数字娱乐产业与“三网融合”政策50

三、2016年中国网络音乐市场监管加强51

四、2016年在线音乐网站相关政策51

第三节 2016年中国数字音乐产业社会环境分析52

一、人口环境分析52

二、网络环境分析53

三、文化环境分析55

四、社会环境分析55

第四章 2013-2016年中国数字音乐产业运行形势分析57

第一节 中国数字音乐产业动态分析57

一、 “中国数字音乐年度盛典”聚焦57

二、 中国国际数字音乐论坛热点透析57

三、 原创音乐加快数字化转型58

第二节 中国数字音乐市场发展概况59

一、 中国数字音乐产业演进59

二、 数字音乐步入“专辑时代”60

三、 深圳数字音乐产业极具发展优势60

第三节 2016年中国数字音乐市场经营情况解析62

一、 数字音乐网站主要经营模式62

二、 数字音乐与传统唱片的较量64

三、 探析数字音乐个性化推荐系统65

第五章 2013-2016年中国数字音乐产业市场动态分析69

第一节 2013-2016年中国数字音乐产业市场概况69

一、 2016年中国数字音乐用户规模69

二、 三大阵营托起数字音乐市场69

三、 成都成中国数字音乐之都70

四、 中国首座数字音乐博物馆成立71

第二节 2016年中国数字音乐市场销售分析71

第三节 2016年中国数字音乐市场面临的问题及发展策略72

一、 中国数字音乐市场存在的问题72

二、 消费者音乐付费消费习惯分析73

三、 数字音乐领域赢利模式困惑73

四、 中国数字音乐产业发展对策75

第六章 2013-2016年中国数字音乐版权问题探讨77

第一节 2016年数字音乐盗版状况分析77

- 一、全球数字音乐盗版市场情况77
- 二、全球音乐下载市场现状78
- 三、数字音乐下载用户习惯的改变分析78
- 四、搜索引擎对盗版数字音乐传播影响较大79
- 五、版权问题抑制数字音乐市场发展79
- 第二节 2016年中国正版数字音乐发展分析80
 - 一、业内数字音乐版权意识加强80
 - 二、版权音乐专业搜索版权保护措施80
 - 三、“十三五”中国音乐版权服务趋向成熟82
 - 四、淘宝网涉足数字音乐版权交易82
 - 五、我国正版数字音乐市场消费习惯调查分析83
- 第三节 2016年中国数字音乐版权管理发展分析84
 - 一、解决版权问题是数字音乐发展的基础84
 - 二、中国数字音乐版权保护与管理概况84
 - 三、中国数字音乐版权问题存在的因素分析85
 - 四、数字音乐版权利益管理机制的构建86

第七章 2013-2016年中国在线音乐产业市场态势分析91

- 第一节 2016年中国在线音乐发展综述91
 - 一、中国在线音乐行业发展概况91
 - 二、2016年中国在线音乐市场规模分析91
 - 三、在线音乐市场的发展动力分析92
 - 四、中国在线音乐产业盈利模式分析92
- 第二节 2016年中国在线音乐市场调研分析93
 - 一、中国在线音乐产业链构成93
 - 二、中国在线音乐服务商分类对比95
 - 三、中国三大音乐搜索类网站对比96
 - 四、中国主要综合门户网站对比98
 - 五、中国主要专业音乐网站对比99
 - 六、中国主要pc端音乐播放器对比101
 - 七、中国在线音乐用户行为特征分析104
- 第三节 2016年中国在线音乐发展面临的问题及对策109

- 一、我国在线音乐发展存在的问题分析109
- 二、中国在线音乐的盈利困境分析110
- 三、在线音乐发展主要趋势分析110
- 四、中国在线音乐的发展方向111

第八章 2013-2016年中国无线音乐产业市场走势分析112

第一节 2016年中国无线音乐发展分析112

- 一、2016年中国无线音乐市场规模分析112
- 二、中国无线音乐产业链分析113
- 三、中国无线音乐市场发展现状分析115
- 四、3g商用对无线音乐产业影响浅析116

第二节 2016年中国无线音乐运营商服务商发展动态117

- 一、中国电信爱音乐客户端运营分析117
- 二、中移动无线音乐成南非世界杯歌曲官方推广者118
- 三、优酷结盟中移动、诺基亚发展无线音乐119

第三节 2016年中国无线音乐发展面临的问题119

- 一、我国无线音乐发展制约因素119
- 二、我国无线音乐市场运作中存在问题120
- 三、无线音乐下载业务面临挑战120

第四节 2016年中国无线音乐发展对策及趋势121

- 一、3g时代无线音乐企业发展建议121
- 二、电信运营商无线音乐运营建议122
- 三、中国无线音乐产业发展的低碳化分析122
- 四、无线音乐业务发展趋势分析124

第九章 2013-2016年中国数字音乐产业市场竞争格局分析125

第一节 2016年中国数字音乐市场竞争格局分析125

- 一、spotify成为付费音乐服务商125
- 二、未来数字音乐市场竞争决战商业模式126

第二节 中国数字音乐市场竞争动态分析126

- 一、数字音乐竞争激烈逼近行业洗牌126
- 二、中国数字音乐市场竞争格局127

三、2013-2016年巨鲸网增资抢占数字音乐市场	130
第三节 2016年中国数字音乐提升产品竞争力策略分析	130
一、细分音乐市场策略	130
二、音乐产品+服务营销策略	131
三、音乐品牌化盈利策略	132
第十章 2013-2016年世界数字音乐商家经营情况解析	134
第一节 苹果	134
一、公司概况	134
二、苹果ipod引发数字音乐革命	134
三、ipod产品的成功开发及影响	136
四、ipod产品的定价策略	137
五、ipod产品的质量支撑体系	138
六、ipod+itunes产业价值链分析	140
七、2016年苹果数字音乐销售市场份额	141
八、苹果提升数字音乐音质	141
第二节 亚马逊	142
一、公司概况	142
二、2016年企业经营情况	143
三、亚马逊数字音乐商店发展历程	144
四、亚马逊收购在线音乐商店amiestreet	145
五、亚马逊欲撼动苹果itunes数字音乐霸主地位	145
第三节 微软	146
一、公司概况	146
二、微软数字音乐领域发展探析	146
三、微软加强对数字音乐市场争夺	148
第四节 google	148
一、公司概况	148
二、谷歌与巨鲸网数字音乐业务合作分析	148
三、谷歌推音乐服务与itunes竞争	149
第五节 诺基亚	149
一、公司概况	149

- 二、诺基亚数字音乐业务发展概述150
- 三、诺基亚“乐随享”音乐服务业务概况150

第六节 其他企业动态151

- 一、索尼推出“云端”音乐串流服务151
- 二、索尼在线音乐播放服务计划152
- 三、百思买napster数字音乐服务运营分析152
- 四、myspacemusic音乐经营分析153
- 五、雅虎联合三方推出新版在线音乐服务153
- 六、spotify与唱片公司的合作分析154

第十一章 2013-2016年中国数字音乐主要服务商经营竞争力分析156

第一节 a8电媒音乐控股有限公司156

- 一、企业基本概况156
- 二、2016年a8音乐经营状况分析156
- 三、a8音乐正在创立唱片业发行新规则158
- 四、a8音乐积极开拓3g数字音乐市场161
- 五、a8音乐华南数字音乐基地正式启动建设161
- 六、2016年a8音乐数字音乐发展规划162

第二节 无线星空163

- 一、企业基本概况163
- 二、无线星空在数字音乐领域迅速成长164
- 三、无线星空数字发行平台优势分析164

第三节 新浪165

- 一、企业基本概况165
- 二、上海新汇携手联通新浪进军数字音乐166

第四节 腾讯166

- 一、企业基本概况166
- 二、腾讯走数字音乐正版化之路167
- 三、2016年腾讯qq音乐在线人数取得突破167

第五节 其它公司动态分析168

- 一、酷狗科技数字音乐发展迅速168
- 二、2016年酷我达成音乐游戏合作168

- 三、热波传媒创新音乐交易平台170
- 四、盛大推网盘everbox支持在线音乐播放170
- 五、草根音乐网站经营状况分析171

第十二章 2013-2016年中国数字音乐运营商竞争力分析173

第一节 中国移动173

- 一、企业基本概况173
- 二、中国移动无线音乐业务体系174
- 三、移动无线音乐业务体系发展历程178
- 四、中国移动无线音乐盈利能力分析181
- 五、中国移动无线音乐市场表现分析183
- 六、中国移动无线音乐竞争力分析186
- 七、中国移动无线音乐业务swot分析186
- 八、中国移动做大数字音乐业务的建议187

第二节 中国电信187

- 一、企业基本概况187
- 二、中国电信无线音乐业务体系189
- 三、中国电信无线音乐体系发展历程191
- 四、中国电信无线音乐盈利能力分析192
- 五、中国电信无线音乐市场表现分析193
- 六、中国电信无线音乐竞争力分析195
- 七、中国电信无线音乐业务swot分析196
- 八、中国电信做大数字音乐业务的建议196

第三节 中国联通197

- 一、企业基本概况197
- 二、联通无线音乐模式创新分析197
- 三、中国联通无线音乐业务经营分析197

第十三章 2017-2022年中国数字音乐市场前景趋势分析199

第一节 2017-2022年中国数字音乐市场前景分析199

- 一、全球数字音乐市场预测199
- 二、中国数字音乐产业展望199

第二节 2017-2022年中国数字音乐市场发展趋势200

一、未来中国数字音乐的应用趋势200

二、未来数字音乐服务模式创新201

三、数字音乐市场里桌面化与网络化发展趋势202

第三节 2017-2022年中国数字音乐市场盈利预测分析204

一、未来中国数字音乐市场规模预测204

二、未来中国数字音乐市场盈利模式预测分析204

第十四章 2017-2022年中国数字音乐产业投资前景预测207 (ZY CW)

第一节 2016年中国数字音乐产业投资环境分析207

第二节 2017-2022年中国数字音乐产业投资机会分析207

一、数字音乐项目投资升温207

二、制胜终端：数字音乐新机会209

第三节 2017-2022年中国数字音乐产业投资风险分析210

一、数字音乐产业政策风险210

二、数字音乐产业版权风险210

三、数字音乐产业链利益分成风险210

第四节 权威专家投资建议211

部分图表目录：

图表1数字音乐分类12

图表2 2006-2016年全球数字音乐收入规模增长趋势图15

图表3 2017-2022年全球在线音乐市场规模预测20

图表4 2009-2016年美国数字音乐销售统计31

图表5 2009-2016年美国主要音乐主体销售统计31

图表6 2008-2016年各季度数字音乐分类销售量对比32

图表7 2009-2016年美国各大唱片市场份额结构图34

图表8 2009-2016年美国各大唱片市场销量对比35

图表9 2006-2016年中国国内生产总值及增长速度45

图表10 2006-2016年中国居民消费价格指数变化趋势图46

图表11 2006-2016年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图46

图表12 2006-2016年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图47

图表13 2006-2016年中国城镇居民消费与恩格尔系数47

图表14 2006-2016年中国农村居民家庭恩格尔系数47

图表15 2006-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度48

图表16 2006-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图49

图表17 2006-2016年中国进出口总额及增长速度49

图表18 2016年中国人口数及其构成情况53

图表19 2006-2016年中国城市人口及所占比例趋势图53

图表20 2002-2016年中国互联网网民规模及普及率54

图表21 2009-2016年中国宽带网民规模54

图表22 2009-2016年中国各类网络应用使用率55

图表23 开源的irate音乐推荐系统示意图67

图表24 2009-2016年中国网络音乐网民用户规模增长情况69

图表25 2016年中国数字音乐市场结构71

图表26 2007-2016年中国数字音乐市场规模增长趋势图72

图表27 2007-2016年中国在线音乐市场规模增长趋势图91

图表28 中国在线音乐产业链94

图表29 2016年中国网民获取音乐的途径94

图表30 2016年中国网民在互联网上获取音乐的付费情况95

图表31 中国三类在线音乐服务商的优劣势分析95

图表32 中国三大音乐搜索类网站优劣势96

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/V81894CLNP.html>