

2017-2022年中国移动音乐 行业分析与投资潜力分析报告

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年中国移动音乐行业分析与投资潜力分析报告》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/yidong/M932712XAW.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

中国移动音乐处于新型商业模式探索阶段;电信运营商以崭新形式介入产业链。

音乐内容的版权问题逐步改善，版权方的话语权提升。音乐正版服务漫长曲折但逐渐好转;移动音乐付费意识仍需培养;新型音乐服务的涌现促使产品创新、差异化竞争明显。

2015Q2中国手机音乐客户端用户规模

酷狗音乐凭借其知名度以及渠道优势，在移动音乐应用安装率上占据一定优势，占比为31.5%。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国移动音乐行业分析与投资潜力分析报告》共九章。首先介绍了移动音乐行业市场发展环境、移动音乐整体运行态势等，接着分析了移动音乐行业市场运行的现状，然后介绍了移动音乐市场竞争格局。随后，报告对移动音乐做了重点企业经营状况分析，最后分析了移动音乐行业发展趋势与投资预测。您若想对移动音乐产业有个系统的了解或者想投资移动音乐行业，本报告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：

第一章移动音乐概述10

1.1.移动音乐的定义10

1.2.移动音乐的特点10

1.3.移动音乐的分类11

第二章全球移动音乐市场发展状况12

2.1.美国12

2.2.韩国13

2.3.日本15

2.4.美日韩三国移动音乐业务发展的借鉴意义分析17

第三章中国移动音乐市场发展现状18

3.1.移动增值业务市场发展环境分析18

3.1.1.政治法律环境18

3.1.2.经济环境19

3.1.3.社会文化环境20

3.1.4.技术环境20

3.2.竞争分析21

3.2.1.传统音乐市场现状21

3.2.2.在线音乐市场现状23

3.2.3.移动音乐SWOT分析26

3.3.发展状况27

第四章用户分析30

4.1.移动新业务的用户行为及特征分析30

4.1.1.手机用户来源及上网用户比例分析30

4.1.2.用户特征分析32

4.1.3.用户使用新业务的消费行为与习惯分析36

4.2.移动音乐的用户行为和需求分析38

4.2.1.对移动音乐的接受度分析38

4.2.2.移动音乐业务的使用行为分析38

4.2.3.对移动音乐业务的偏好分析41

4.2.4.对移动音乐业务的需求分析42

4.3.手机下载音乐业务的消费与行为特征分析43

4.3.1.使用分析43

4.3.2.需求分析44

4.4.手机广播音乐业务的消费与行为特征分析45

4.4.1.使用分析45

4.4.2.需求分析47

4.4.3.偏好分析48

第五章中国移动音乐主要细分市场分析50

- 5.1.彩铃51
 - 5.1.1.用户规模51
 - 5.1.2.市场规模52
 - 5.1.3.发展趋势53
- 5.2.IVR音乐点播53
 - 5.2.1.市场规模53
 - 5.2.2.发展趋势55
- 5.3.WAP音乐下载56
 - 5.3.1.市场规模56
 - 5.3.2.发展趋势57
- 5.4.手机广播音乐57

第六章中国移动音乐市场产业链状况分析59

- 6.1.目前产业链总体结构分析59
- 6.2.主要价值链及主要商业模式分析61
 - 6.2.1.SP运营模式62
 - 6.2.2.运营商自营模式62
 - 6.2.3.独立服务提供商模式63
- 6.3.产业链关键环节分析64
 - 6.3.1.运营商64
 - 6.3.2.SP66
 - 6.3.3.内容提供商67
 - 6.3.4.终端厂商68

第七章中国移动音乐市场重点企业研究72

- 7.1.唱片公司72
 - 7.1.1.华友飞乐72
 - 7.1.2.太合麦田73
 - 7.1.3.百代75
 - 7.1.4.华纳音乐77
 - 7.1.5.A8音乐集团79
- 7.2.SP80

- 7.2.1.TOM80
- 7.2.2.搜狐82
- 7.2.3.滚石84
- 7.2.4.掌上灵通85
- 7.2.5.新浪86

第八章中国移动音乐市场策略建议89

8.1. 移动音乐市场策略建议

第九章中国移动音乐市场规模预测91 (ZY GXH)

- 9.1.整体市场规模91
- 9.2.CMCC移动音乐市场规模预测93
- 9.3.CUC移动音乐市场规模预测94 (ZY GXH)

图表目录：

- 图表1移动音乐业务分类及定义11
- 图表2美国移动音乐业务细分情况12
- 图表3美国现有移动音乐市场用户及其发展趋势13
- 图表4韩国移动音乐市场业务细分图14
- 图表5韩国移动音乐业务应用状况表14
- 图表6韩国2009-2016年无线音乐市场规模15
- 图表7日本移动音乐市场细分16
- 图表8日本移动音乐市场用户发展状况图17
- 图表9传统音乐市场产业链结构图22
- 图表102001年-2016年中国音像产品发行情况统计23
- 图表11在线音乐现有产业链结构图24
- 图表12中国在线音乐用户规模25
- 图表13中国在线音乐市场规模26
- 图表14移动音乐SWOT分析27
- 图表15中国音乐市场产业链27
- 图表16手机用户中上网手机比例30
- 图表17中国移动和中国联通移动用户市场份额31

图表18被调查用户年龄分布32

图表19被调查用户性别状况32

图表20被调查用户文化程度33

图表21被调查用户婚姻状况33

图表22被调查用户职业分布34

图表23被调查用户收入状况34

图表24被调查用户手机费用35

图表25被调查用户通信费用来源35

图表26被调查用户通信费用性质36

图表27手机用户使用新业务的原因36

图表28被调查用户月均新业务费用支出情况37

图表29被调查用户使用新业务最担心的问题37

图表30用户对音乐的态度38

图表31用户听音乐的频率38

图表32手机用户听音乐的方式39

图表33手机用户在音乐上的月均支出39

图表34手机用户所了解的听音乐的途径40

图表35手机用户听音乐的方式40

图表36手机用户喜欢的音乐类型41

图表37手机用户喜欢的手机音乐业务41

图表38手机用户喜欢某种手机音乐业务的原因42

图表39手机用户更换手机后对于手机音乐业务的选择性42

图表40下载音乐的使用情况43

图表41没有使用手机下载音乐业务的原因44

图表42能接受的手机下载音乐资费方式44

图表43能接受的包月资费范围45

图表44能接受的单首音乐资费范围45

图表45收听广播的频率46

图表46收听广播的方式46

图表47收听广播遇到的问题47

图表48尝试音乐广播业务的倾向性47

图表49对于手机音乐广播业务资费的接受方式48

图表50对于手机音乐广播业务资费的接受程度48

图表51喜欢的音乐广播节目49

图表52中国移动音乐业务细分市场具体情况列表50

图表532009-2016年年中国CRBT用户发展现状及预测51

图表542009-2016年中国电信运营商CRBT收入及预测52

图表552009-2016年中国SP信息费收入及预测52

图表562009-2016年中国移动IVR用户规模53

图表572009-2016年中国移动IVR业务收入54

图表58中国联通语音增值业务细分收入及C/G网比例54

图表592016年中国联通累计语音增值业务收入排名前十位的省公司55

图表602009-2016年中国WAP用户规模及预测56

图表612009-2016年中国WAP信息费收入规模57

图表62移动音乐市场现有产业链结构图59

图表63三种移动音乐商务模式下的价值链分析图61

图表64SP运营模式职责分工及利益分配62

图表65运营商自营模式职责分工及利益分配63

图表66独立服务提供商模式职责分工及利益分配63

图表67MOTO音乐手机列表68

图表68诺基亚音乐手机列表69

图表69索爱音乐手机列表69

图表70三星音乐手机列表70

图表71联想音乐手机列表70

图表72波导音乐手机列表70

图表73康佳音乐手机列表70

图表74大显音乐手机列表71

图表75夏新音乐手机列表71

图表76多普达音乐手机列表71

图表77华友世纪业务收入情况图73

图表78太合麦田子网页访问量情况列表74

图表79太合麦田最新主页访问量情况图74

图表80太合麦田近三年收入情况统计75

图表812016年百代集团地区收入比例图76

图表822016年百代集团各地区收入情况统计77
图表832016年华纳音乐全球各地区收入比例78
图表842016年华纳全球各地区收入情况统计78
图表852016年TOM业务收入情况统计表81
图表862016年TOM业务收入比例82
图表872016年搜狐业务收入情况统计83
图表88SOHU2016年收入及增值业务收入份额83
图表89近5年掌上灵通毛营收情况85
图表902016年各季度掌上灵通收入及业务收入情况86
图表91新浪子网页访问量情况列表2006年8月19日87
图表92新浪最新主页访问量图87
图表932016年新浪收入及增值业务收入状况88
图表94SINA2016年收入及增值业务收入份额88
图表95已开发的业务内容举例89
图表96多种形式的业务提供方式举例90
图表97中国数字音乐市场规模91
图表98中国各类型数字音乐市场规模92
图表99CMCC移动音乐细分业务市场用户规模预测93
图表100CMCC移动音乐细分业务市场收入规模预测93
图表1012016年联通语音增值业务细分收入及C/G网比例94
图表1022016年中国联通各省炫铃收入情况95

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yidong/M932712XAW.html>