

# 2017-2022年中国移动音乐市场供需预测及行业前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国移动音乐市场供需预测及行业前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201610/456014.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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%。

智研咨询发布的《2017-2022年中国移动音乐市场供需预测及行业前景预测报告》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

在应用频率分布中，手机网民每周使用4-6次移动音乐应用频率最高，为36.9%。

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韩国移动音也业务应用状况表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：<https://www.chyxx.com/research/201610/456014.html>