

2017-2022年中国数字音乐行业分析及投资前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国数字音乐行业分析及投资前景分析报告》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/201701/486502.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

报告目录：

第一部分 数字音乐市场发展分析

第一章 全球数字音乐市场分析

第一节 全球数字音乐市场发展概况

- 一、2015年全球数字音乐市场发展状况
- 二、2015年全球数字音乐市场发展分析
- 三、2016年数字音乐市场发展状况
- 四、2016年全球合法数字音乐销售额增幅远低于往年
- 五、2016年数字音乐销量将超CD唱片
- 六、新商业模式推进数字音乐产业发展

第二节 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

第三节 美国

- 一、2015年美国数字音乐市场强势增长
- 二、2016年美国唱片及数字音乐市场发展状况
- 三、2016年美国数字音乐消费人数持续上升
- 四、2016年美国音乐组织就在线音乐版权费问题达成协议

第四节 英国

- 一、英国数字音乐消费分析
- 二、2016年数字音乐推动英国音乐版税收入
- 三、英国唱片业积极探索数字音乐发行新模式

第五节 其他国家

- 一、德国数字音乐下载市场增长情况
- 二、俄罗斯数字音乐商店市场概况
- 三、韩国数字音乐市场发展概况
- 四、韩国迎来数字化付费音乐时代

第二章 中国数字音乐市场分析

第一节 数字音乐市场发展概况

- 一、中国数字音乐产业的演进
- 二、数字音乐还处在初级发展阶段
- 三、数字音乐网站主要经营模式

四、数字音乐与传统唱片的较量

五、深圳数字音乐产业极具发展优势

六、数字音乐步入“专辑时代”

七、数字音乐“第三方力量”发展探析

第二节 2015-2016年数字音乐市场发展回顾

一、2015年中国数字音乐市场盘点

二、2016年中国数字音乐市场分析

三、2016年数字音乐市场发展状况

第三节 2016年中国数字音乐行业发展调研

一、中国数字音乐市场规模及市场结构

二、中国在线音乐市场规模及市场结构

三、中国无线音乐市场规模及市场结构

四、中国网民获取音乐的途径

五、中国无线音乐产业链运作方式

六、中国网民对互联网上搜索服务的重要性评价

七、中国网民使用PC端音乐播放器的情况

八、中国手机网民选择的彩铃音乐类型

九、中国手机网民开通彩铃服务的原因

十、2016年中国在线音乐热点事件点评

第四节 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

第二部分 数字音乐版权及细分市场分析

第三章 数字音乐的版权问题分析

第一节 数字音乐盗版状况分析

一、2015年全球数字音乐盗版市场情况

二、2016年全球音乐非法下载市场现状

三、搜索引擎对盗版数字音乐传播影响较大

四、版权问题抑制数字音乐市场发展

五、数字音乐相关企业探索新模式跨越版权门槛

第二节 中国正版数字音乐发展分析

一、中国正版数字音乐发展面临较大困难

二、酷狗与华纳合作共推我国正版数字音乐发展

三、我国正版数字音乐市场消费习惯调查分析

第三节 数字音乐版权管理发展分析

- 一、从百代与苹果合作模式分析数字版权管理
- 二、从卡拉OK到百度看我国数字音乐版权发展
- 三、文化部将出台网络音频版权管理办法打破格局
- 四、中国保护数字音乐版权存在的障碍及发展出路

第四章 在线音乐

第一节 国际在线音乐发展概况

- 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

第二节 中国在线音乐发展概况

- 一、中国在线音乐产业链的新构成
- 二、中国在线音乐发展回顾
- 三、2016年我国在线音乐市场发展分析
- 四、中国付费在线音乐下载增长缓慢
- 五、中国在线音乐市场商业模式探索
- 六、在线音乐用户常用的影音播放软件
- 七、用户对在线音乐满意度调查分析

第三节 我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

第四节 在线音乐发展面临的问题及对策

- 一、我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 无线音乐

第一节 国际无线音乐发展分析

- 一、全球无线音乐业务发展概况
- 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

第二节 中国无线音乐发展分析

- 一、中国无线音乐市场发展状况
- 二、浅析3G商用对无线音乐产业的影响
- 三、无线音乐市场未来运营模式探析

第三节 无线音乐运营商、服务商发展动态

- 一、音乐出版商联盟手机运营商向苹果iPhone宣战
- 二、我国运营商牵手唱片公司进军数字音乐市场
- 三、结信牵手中国移动打造无线音乐搜索

第四节 无线音乐发展面临的问题

- 一、我国无线音乐发展的制约因素
- 二、我国无线音乐市场运作中存在的问题
- 三、无线音乐下载业务面临的挑战

第五节 无线音乐发展对策及趋势

- 一、无线音乐应从版权和应用两方面谋求发展
- 二、无线数字音乐发行成功的要素
- 三、3G时代无线音乐企业发展建议
- 四、无线音乐业务发展趋势分析

第三部分 数字音乐企业经营状况分析

第六章 国际数字音乐商家经营分析

第一节 苹果

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第二节 亚马逊

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第三节 微软

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第四节 Google

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 诺基亚

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第六节 其他企业动态

- 一、华纳索尼联手进军数字音乐
- 二、百思买收购Napster进军数字音乐市场
- 三、MySpace和华纳音乐合作发展数字音乐
- 四、索尼关闭Total Music在线音乐订阅服务
- 五、2016年雅虎联合第三方推出新版在线音乐服务
- 六、全球主要唱片公司将打造数字音乐平台

第七章 中国数字音乐主要服务商及运营商经营分析

第一节 A8电媒音乐控股有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第二节 无线星空

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第三节 新浪

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第四节 中国移动

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第五节 中国联通

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第六节 其他企业动态

- 一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四部分 数字音乐市场前景及趋势预测

第八章 2017-2022年数字音乐市场前景及趋势预测

第一节 2017-2022年数字音乐市场前景分析

一、2017-2022年全球数字音乐市场预测

二、2017-2022年中国数字音乐产业展望

第二节 2017-2022年数字音乐市场发展趋势

一、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（ZY LT）

图表目录：

图表：数字音乐分类图

图表：2004-2016年全球数字音乐市场增长情况

图表：中国数字音乐市场规模发展情况

图表：中国在线音乐与移动音乐市场规模对比

图表：在线数字音乐的价值链分析

图表：在线音乐产业链构成

图表：中国在线音乐的主要商业模式

图表：用户对在线音乐满意度分析

图表：KDDI的auLISTEN MOBILE SERVICE业务功能

图表：无线音乐价值链

图表：各个年龄段使用Chakuuta Full业务的情况

图表：2004年-2015年国内无线音乐市场规模

图表：2015-2016年中国数字音乐市场规模

图表：2016年中国数字音乐市场结构

图表：2015-2016年中国在线音乐市场规模

图表：2016年中国在线音乐市场结构——按收入方式划分

图表：2015-2016年中国无线音乐SP营收规模

图表：2016年中国无线音乐市场结构——按照服务商划分

图表：2016年中国网民获取音乐的途径

图表：2016年中国网民在互联网上获取音乐的途径

图表：2016年中国无线音乐产业链运作方式

图表：2016年中国网民对互联网上搜索服务的重要性评价

图表：2016年中国网民使用PC端音乐播放器的情况

图表：2016年中国手机网民经常使用的彩铃类型

图表：2016年中国手机网民开通彩铃服务的原因

图表：2015-2016年中国网页搜索请求量市场份额

图表：2016年A8音乐综合损益表

图表：中国联通发展无线音乐业务主要意图

图表：2016年全球数字音乐销售收入占音乐销售收入比例

图表：迅雷看看桌面版

图表：千千音乐窗

图表：搜狗音乐盒

图表：一听音乐盒

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201701/486502.html>