

2020-2026年中国数字音乐行业市场发展规划及投资前景趋势报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国数字音乐行业市场发展规划及投资前景趋势报告》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/201912/824212.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

数字音乐，是用数字格式存储的，可以通过网络来传输的音乐。无论被下载、复制、播放多少遍，其品质都不会发生变化。数字音乐产业已经确立了它在我国数字内容产业中的重要地位，传统音乐产业、电信运营企业和数字技术新贵们争相进入这一领域，一批具有一定规模、拥有各自竞争优势的代表性企业相继涌现，对在中国市场条件下发展数字音乐产业进行了大量的探索和尝试。

在政策与企业平台的双重推动下，2018年中国音乐版权市场规模预计将达到196亿元。而基于所保有的大量正版音乐内容，数字音乐平台未来将在版权运营方面进行探索。一方面深入产业链上游，通过投资/收购唱片公司、持续孵化独立音乐人等方式节省版权成本，同时进一步扩大版权内容库，加强自身对于版权的控制。另一方面将在下游与包括音乐节、综艺、影视剧、游戏等更多的泛娱乐板块形成联动，活跃开发并利用音乐版权价值，更重视乐IP的孵化与挖掘。最终将能够形成一条围绕数字音乐平台而运营的完整的数字音乐版权产业链，并且带动中国音乐版权价值在未来持续的增长。

2013-2023年中国数字音乐版权市场规模及增长率预测

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2020-2026年中国数字音乐行业市场发展规模及投资前景趋势报告》共十五章。首先介绍了数字音乐行业市场发展环境、数字音乐整体运行态势等，接着分析了数字音乐行业市场运行的现状，然后介绍了数字音乐市场竞争格局。随后，报告对数字音乐做了重点企业经营状况分析，最后分析了数字音乐行业发展趋势与投资预测。您若想对数字音乐产业有个系统的了解或者想投资数字音乐行业，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：

第一部分 行业发展现状

第一章 数字音乐行业概述

第一节 数字音乐行业定义及特征

一、数字音乐定义

二、数字音乐的特征分析

三、数字音乐产业结构

四、数字音乐产业价值链

第二节 2015-2019年世界数字音乐市场运行概况

- 一、全球数字娱乐发展状况分析
- 二、2019年全球数字音乐销售规模分析
- 三、新商业模式推进数字音乐产业发展
- 四、唱片公司网上采用销售方式分析
- 五、2019年全球知名企业抢占“音乐云计算”竞争分析

六、惠普在欧洲十国推数字音乐服务分析

第三节 2019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分析
- 二、2019年全球在线音乐市场规模预测
- 三、2019年中国在线音乐市场规模预测

第四节 2019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、全球无线音乐市场发展面临的挑战
- 三、全球无线音乐市场发展趋势预测

美国有记录的数字音乐用户付费营收最早出现在2005年，并在随后的几年里快速增长，逐渐取代了传统的EP、专辑等实体唱片收入，成为美国录制音乐产业的主要营收来源。而在中国，数字音乐出现的时间并不晚于世界的脚步，最初几年在盗版猖獗、政策监管缺失、以及用户付费意识没有养成的情况下一直没有形成规模性的营收，直到2014年前后才迎来第一批爆发式增长，晚于美国近十年之久。因此，中国数字音乐的发展与全球相比仍处在起步阶段，未来还有十分庞大的增长空间。

2012-2018年中国与全球数字音乐收入增长率对比

数据来源：公开资料整理

第五节 2015-2019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状况分析
- 二、数字音乐领域多家厂商的行为分析
- 三、未来数字音乐市场竞争性分析

第六节 2020-2026年世界数字音乐市场前景预测分析

第二章 2015-2019年世界主要国家数字音乐产业运行透析

第一节 美国

- 一、美国数字音乐市场销售概况
- 二、2019年美国唱片及数字音乐市场销量分析
- 三、美国数字音乐用户增长情况分析
- 四、美国移动数字音乐市场新产品模式分析
- 五、美国音乐组织就在线音乐版权费形式分析

六、美国在线音乐商出售甲壳虫乐队音乐分析

七、美国在线音乐市场itunes所占份额分析

八、美数字音乐行业获得投资状况分析

第二节 英国

一、2019年英国数字音乐市场发展分析

二、2019年英国数字音乐下载量分析

三、英国唱片业数字音乐发行新模式分析

四、美国mog.com抢滩英国音乐市场分析

第三节 其他国家

一、德国数字音乐下载市场增长分析

二、日本数字音乐市场发展特点

三、韩国数字化付费音乐分析

四、韩国开发mt9新格式欲取代mp3分析

第二部分 行业深度分析

第三章 2015-2019年中国数字音乐产业运行环境分析

第一节 2015-2019年中国宏观经济环境分析

一、2019年中国GDP增长情况分析

二、2015-2019年中国居民消费价格走势分析

三、2019年城乡居民收入与消费分析

四、2019年中国社会消费品零售总额分析

五、2019年全社会固定资产投资分析

六、2019年进出口总额及增长率分析

第二节 2019年中国数字音乐产业政策环境分析

一、数字音乐在整个文化产业中的地位分析

二、数字娱乐产业与“三网融合”政策分析

三、2019年中国网络音乐市场监管分析

四、2019年在线音乐网站相关政策分析

第三节 2019年中国数字音乐产业社会环境分析

一、人口环境分析

二、网络环境分析

三、文化环境分析

四、社会环境分析

第四章 2015-2019年中国数字音乐产业运行形势分析

第一节 中国数字音乐产业动态分析

一、“中国数字音乐年度盛典”聚焦

二、中国国际数字音乐论坛热点透析

三、原创音乐加快数字化转型分析

第二节 中国数字音乐市场发展概况

一、中国数字音乐产业演进分析

二、数字音乐步入“专辑时代”分析

三、深圳数字音乐产业极具发展优势分析

第三节 2019年中国数字音乐市场经营情况解析

一、数字音乐网站主要经营模式分析

二、数字音乐与传统唱片的较量分析

三、探析数字音乐个性化推荐系统分析

第五章 2015-2019年中国数字音乐产业市场动态分析

第一节 2015-2019年中国数字音乐产业市场概况

一、2019年中国数字音乐用户规模分析

二、三大阵营托起数字音乐市场分析

三、成都成中国数字音乐之都分析

四、中国首座数字音乐博物馆成立的意义

第二节 2019年中国数字音乐市场销售分析

第三节 2019年中国数字音乐市场面临的问题及发展策略

一、中国数字音乐市场存在的问题

二、消费者音乐付费消费习惯分析

三、数字音乐领域赢利模式分析

四、中国数字音乐产业发展对策

第六章 2015-2019年中国数字音乐版权问题探讨

第一节 2019年数字音乐盗版状况分析

一、全球数字音乐盗版市场情况

二、全球音乐下载市场现状

三、数字音乐下载用户习惯的改变分析

四、搜索引擎对盗版数字音乐传播影响性分析

五、版权问题抑制数字音乐市场发展分析

第二节 2019年中国正版数字音乐发展分析

一、业内数字音乐版权意识分析

二、版权音乐专业搜索版权保护措施分析

三、“十三五”中国音乐版权服务趋向分析

四、淘宝网涉足数字音乐版权交易分析

五、我国正版数字音乐市场消费习惯调查分析

第三节 2019年中国数字音乐版权管理发展分析

- 一、中国数字音乐发展的版权问题分析
- 二、中国数字音乐版权保护与管理概况分析
- 三、中国数字音乐版权问题存在的因素分析
- 四、中国数字音乐版权利益管理机制的构建分析

第七章 2015-2019年中国在线音乐产业市场态势分析

第一节 2019年中国在线音乐发展综述

- 一、中国在线音乐行业发展概况
- 二、2019年中国在线音乐市场规模分析
- 三、中国在线音乐市场的发展动力分析
- 四、中国在线音乐产业盈利模式分析

第二节 2019年中国在线音乐市场调研分析

- 一、中国在线音乐产业链构成
- 二、中国在线音乐服务商分类对比
- 三、中国三大音乐搜索类网站对比
- 四、中国主要综合门户网站对比
- 五、中国主要专业音乐网站对比
- 六、中国主要pc端音乐播放器对比
- 七、中国在线音乐用户行为特征分析

第三节 2019年中国在线音乐发展面临的问题及对策

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

第八章 2015-2019年中国无线音乐产业市场走势分析

第一节 2019年中国无线音乐发展分析

- 一、2019年中国无线音乐市场规模分析
- 二、中国无线音乐产业链分析
- 三、中国无线音乐市场发展现状分析

第二节 2019年中国无线音乐运营商服务商发展动态分析

- 一、中国电信爱音乐客户端运营分析
- 二、中移动咪咕音乐客户端运营分析
- 三、优酷结盟中移动、诺基亚发展无线音乐分析

第三节 2019年中国无线音乐发展面临问题分析

- 一、我国无线音乐发展制约因素分析

二、我国无线音乐市场运作中存在问题分析

三、无线音乐下载业务面临挑战分析

第四节 2019年中国无线音乐发展对策及趋势

一、4g时代无线音乐企业发展建议

二、电信运营商无线音乐运营建议

三、中国无线音乐产业发展的低碳化分析

四、无线音乐业务发展趋势分析

第九章 2015-2019年中国数字音乐产业市场竞争格局分析

第一节 2019年中国数字音乐市场竞争格局分析

一、中国媒体付费音乐服务商竞争状况分析

二、中国媒体付费音乐服务商的新模式分析

第二节 中国数字音乐市场竞争动态分析

一、数字音乐竞争激烈逼近行业洗牌

二、中国数字音乐市场竞争格局分析

三、2015-2019年巨鲸网增资抢占数字音乐市场分析

第三节 2019年中国数字音乐提升产品竞争力策略分析

一、细分音乐市场策略分析

二、音乐产品+服务营销策略分析

三、音乐品牌化盈利策略分析

第十章 世界数字音乐商家经营情况解析

第一节 苹果公司

一、苹果公司概况分析

二、苹果ipod数字音乐革命分析

三、ipod产品的成功开发及影响分析

四、ipod 产品的定价策略分析

五、ipod 产品的质量支撑体系

六、ipod+itunes 产业价值链分析

七、苹果数字音乐销售市场份额

八、苹果提升数字音乐音质

第二节 亚马逊公司

一、公司概况

二、企业经营情况

三、亚马逊数字音乐商店发展历程

四、亚马逊收购在线音乐商店amie street

五、亚马逊欲撼动苹果itunes数字音乐霸主地位

第三节 微软公司

- 一、公司概况
- 二、微软数字音乐领域发展探析
- 三、微软加强对数字音乐市场争夺

第四节 谷歌公司

- 一、公司概况
- 二、谷歌与巨鲸网数字音乐业务合作分析
- 三、谷歌推音乐服务与itunes竞争

第五节 诺基亚

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

第六节 其他企业动态

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

第三部分 行业竞争格局

第十一章 中国数字音乐主要服务商经营竞争力分析

第一节 A8电媒音乐控股有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2019年A8音乐经营状况分析
- 三、A8音乐正在创立唱片业发行新规则分析
- 四、A8音乐积极开拓4g数字音乐市场分析
- 五、A8音乐华南数字音乐基地正式启动建设状况分析
- 六、A8音乐数字音乐发展规划分析

第二节 无线星空

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

第三节 新浪

- 一、企业基本概况
- 二、上海新汇携手联通新浪进军数字音乐

第四节 腾讯

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

腾讯音乐与其他音乐流媒体平台最大的不同之处，在于它拥有庞大的下游资源。腾讯音乐是目前国内第一个，可能也会是唯一一个成功盈利的音乐流媒体平台。2017年腾讯音乐的总收入为109.81亿元，其中超过70%由其下游业务产生，显现出下游业务的巨大空间。

2017-2018年腾讯音乐娱乐集团收入与成本状况

数据来源：公开资料整理

第五节 其它公司动态分析

- 一、酷狗科技数字音乐发展迅速
- 二、酷我达成音乐游戏合作
- 三、热波传媒创新音乐交易平台
- 四、盛大推网盘everbox支持在线音乐播放
- 五、草根音乐网站经营状况分析

第十二章 中国数字音乐运营商竞争力分析

第一节 中国移动

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

第二节 中国电信

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

第三节 中国联通

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

第四部分 行业投资前景

第十三章 2020-2026年中国数字音乐市场前景趋势分析

第一节 2020-2026年中国数字音乐市场前景分析

- 一、全球数字音乐市场预测
- 二、中国数字音乐产业展望

第二节 2020-2026年中国数字音乐市场发展趋势

- 一、未来中国数字音乐的应用趋势
- 二、未来数字音乐服务模式创新
- 三、未来数字音乐市场里桌面化与网络化发展趋势

第三节 2020-2026年中国数字音乐市场盈利预测分析

- 一、未来中国数字音乐市场规模预测
- 二、未来中国数字音乐市场盈利模式预测分析

第十四章 2020-2026年中国数字音乐产业投资前景预测

第一节 2019年中国数字音乐产业投资环境分析

第二节 2020-2026年中国数字音乐产业投资机会分析

- 一、数字音乐项目投资升温
- 二、制胜终端：数字音乐新机会

第三节 2020-2026年中国数字音乐产业投资风险分析

- 一、数字音乐产业政策风险
- 二、数字音乐产业版权风险
- 三、数字音乐产业链利益分成风险

第十五章 观点与结论(ZYZS)

第一节 2015-2019年中国数字音乐行业研究结论

第二节 2020-2026年中国数字音乐行业投资价值评估

第三节 中国数字音乐行业投资建议

图表目录：

图表：2015-2019年全球数字音乐收入规模增长分析

图表：2020-2026年全球在线音乐市场规模分析

图表：2015-2019年美国数字音乐销售统计

图表：2015-2019年美国主要音乐主体销售统计

图表：2015-2019年各季度数字音乐分类销售量统计

- 图表：2015-2019年中国国内生产总值及增长速度
 - 图表：2015-2019年中国居民消费价格指数变化分析
 - 图表：2015-2019年中国城镇居民家庭人均可支配收入分析
 - 图表：2015-2019年中国农村居民家庭人均纯收入分析
 - 图表：2015-2019年中国社会消费品零售总额及增长速度分析
 - 图表：2015-2019年中国全社会固定资产投资增长趋势图分析
 - 图表：2019年中国人口数及其构成情况
 - 图表：2015-2019年中国互联网网民规模及普及率分析
 - 图表：2015-2019年中国网络音乐网民用户规模增长分析
 - 图表：2019年中国数字音乐市场结构分析
 - 图表：2019年中国网民获取音乐的途径分析
 - 图表：2019年中国网民在互联网上获取音乐的付费情况分析
 - 图表：中国四大主流音乐播放器内容分析
 - 图表：中国四大主流音乐播放器功能分析
 - 图表：2015-2019年中国无线音乐sp营收增长分析
 - 图表：2015-2019年中国无线音乐市场规模增长分析
 - 图表：2019年按服务提供商分在线音乐市场结构分析
 - 图表：2019年按营收方式分在线音乐市场结构分析
 - 图表：2019年三大运营商无线音乐用户市场份额
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201912/824212.html>