

# 2021-2026年中国数字音乐行业深度分析及投资规划研究建议报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国数字音乐行业深度分析及投资规划研究建议报告》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.huaon.com/channel/media/698042.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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。

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 2016-2020年全球数字音乐市场分析

#### 1.1全球音乐市场发展综述

##### 1.1.1产业收入规模

##### 1.1.2细分市场格局

##### 1.1.3区域市场分析

#### 1.2全球数字音乐市场发展概况

##### 1.2.1数字化程度

##### 1.2.2用户数量规模

##### 1.2.3市场结构分析

##### 1.2.4流媒体市场规模

##### 1.2.5数字音乐分发渠道

#### 1.3美国

#### 1.4英国

#### 1.5日韩

#### 1.6印度

### 第二章 2016-2020年中国数字音乐市场发展环境

#### 2.1社会消费环境

##### 1.1.1居民人均收入上升

##### 1.1.2文娱消费支出增加

##### 1.1.3现代消费成新动力

##### 1.1.4互联网付费习惯养成

#### 2.2音乐产业环境

##### 2.2.1音乐产业规模

#### 2.2.2核心层行业规模

#### 2.2.3关联层行业规模

#### 2.2.4拓展层行业规模

### 2.3互联网产业环境

#### 2.3.1网民规模

#### 2.3.2手机网民规模

#### 2.3.3网络音乐用户规模

#### 2.3.4网络直播兴起

### 2.4粉丝经济兴起

#### 2.4.1粉丝经济的特点

#### 2.4.2粉丝经济下的音乐形态

#### 2.4.3粉丝经济推动付费收视

#### 2.4.4粉丝经济保障音乐版权

#### 2.4.5粉丝经济重构音乐产业

## 第三章 2016-2020年中国数字音乐市场发展分析

### 3.1数字音乐产业链条介绍

#### 3.1.1音乐产业链介绍

#### 3.1.2数字音乐产业链

#### 3.1.3数字音乐价值链

### 3.2 2016-2020年中国数字音乐发展综述

#### 3.2.1数字音乐概念

#### 3.2.2产业特征介绍

#### 3.2.3行业发展历程

#### 3.2.4市场发展现状

### 3.3 2016-2020年中国数字音乐行业运行情况

#### 3.3.1产业发展规模

#### 3.3.2产业消费结构

#### 3.3.3消费用户规模

### 3.4中国数字音乐用户行为分析

#### 3.4.1音乐播放设备选择

#### 3.4.2听音乐时间段选择

#### 3.4.3听音乐的场景选择

#### 3.4.4付费消费行为选择

#### 3.4.5用户付费意愿展望

#### 3.4.6用户消费需求分析

### 3.5中国数字音乐市场面临的挑战

#### 3.5.1数据库不完善

#### 3.5.2收入分成问题

#### 3.5.3服务模式待开发

#### 3.5.4提高用户黏性

### 3.6中国数字音乐产业发展对策

#### 3.6.1采用先进数字系统

#### 3.6.2完善版权保护机制

#### 3.6.3支持音乐创作

#### 3.6.4培育消费市场

## 第四章 2016-2020年中国音乐内容版权市场分析

### 4.1 2016-2020年中国音乐版权问题分析

#### 4.1.1盗版音乐现象经济学成因

#### 4.1.2正版音乐商业模式的缺失

#### 4.1.3盗版影响中国音乐产业

#### 4.1.4音乐版权保护政策出台

#### 4.1.5相关版权保护政策汇总

### 4.2音乐版权收入分成情况

#### 4.2.1版权所有者的权利

#### 4.2.2版权方收益分成模型

#### 4.2.3数字音乐发行分成模型

#### 4.2.4版权方收益低的成因分析

### 4.3 2016-2020年中国音乐内容市场发展现状

#### 4.3.1音乐内容市场规模

#### 4.3.2唱片公司发展现状

#### 4.3.3版权代理商发展现状

### 4.4 2016-2020年数字音乐内容市场竞争格局

#### 4.4.1版权代理商市场份额

#### 4.4.2版权方龙头企业格局

#### 4.4.3音乐内容资源分布

## 第五章 2016-2020年中国数字音乐平台发展分析

### 5.1 2016-2020年中国数字音乐平台竞争格局

#### 5.1.1主流数字音乐平台介绍

#### 5.1.2典型音乐平台特征对比

#### 5.1.3数字音乐平台市场格局

- 5.1.4数字音乐平台实力矩阵
- 5.1.5数字音乐平台市场认知度
- 5.1.6数字音乐平台用户粘性对比
- 5.1.7付费消费对音乐平台选择
- 5.2 2016-2020年中国数字音乐平台版权布局
  - 5.2.1版权布局动态
  - 5.2.2版权储备对比
  - 5.2.3版权合作情况
  - 5.2.4争夺独家版权
- 5.3 2016-2020年中国数字音乐平台商业模式分析
  - 5.3.1版权和社交制胜
  - 5.3.2抢占上游音乐人资源
  - 5.3.3互联网“直播演唱会”模式
- 5.4 2016-2020年中国数字音乐平台盈利模式分析
  - 5.4.1盈利模式综述
  - 5.4.2面向用户收费
  - 5.4.3会员模式
  - 5.4.4数字专辑销售
  - 5.4.5演出直播模式
  - 5.4.6现下O2O模式
- 5.5数字音乐平台服务模式创新
  - 5.5.1个性化服务
  - 5.5.2全民互动参与
  - 5.5.3结合智能硬件
- 第六章 2016-2020年中国在线音乐市场发展分析
  - 6.1 2016-2020年中国在线音乐市场综述
    - 6.1.1产业链介绍
    - 6.1.2产业链特征
    - 6.1.3产业链上各方关系
  - 6.2 2016-2020年中国在线音乐市场发展规模
  - 6.3 2016-2020年中国在线音乐商业模式分析
    - 6.3.1数字专辑
    - 6.3.2扶植音乐人
    - 6.3.3现场音乐
- 第七章 2016-2020年中国数字音乐细分市场发展分析

## 7.1 电信音乐增值业务

### 7.1.1 业务介绍

### 7.1.2 合作模式

### 7.1.3 业务资费

### 7.1.4 发展现状

## 7.2 音乐流媒体服务

### 7.2.1 流媒体的概念

### 7.2.2 音乐流媒体发展现状

### 7.2.3 流媒体生产销售模式

### 7.2.4 音乐流媒体商业模式

### 7.2.5 音乐流媒体发展前景

### 7.2.6 音乐流媒体案例分析——Spotify

## 7.3 音乐下载服务

### 7.3.1 音乐下载市场现状

### 7.3.2 用户选择情况

### 7.3.3 音乐下载服务案例分析——AppleMusic

## 7.4 在线音乐电台

### 7.4.1 移动电台产业链

### 7.4.2 移动电台用户规模

### 7.4.3 移动电台竞争格局

### 7.4.4 移动电台商业模式

### 7.4.5 音乐电台案例分析——豆瓣FM

## 7.5 演唱会在线直播

### 7.5.1 市场发展现状

### 7.5.2 企业布局情况

### 7.5.3 盈利模式介绍

### 7.5.4 主打粉丝经济

### 7.5.5 演唱会在线直播案例分析——乐视音乐

## 7.6 在线K歌

### 7.6.1 在线K歌发展背景

### 7.6.2 在线K歌发展历程

### 7.6.3 在线K歌用户规模

### 7.6.4 在线K歌市场格局

### 7.6.5 在线K歌商业模式

### 7.6.6 在线K歌案例分析——唱吧

## 第八章 国内外重点唱片公司经营分析

### 8.1 环球唱片

#### 8.1.1 企业发展概况

#### 8.1.2 企业经营分析

#### 8.1.3 数字音乐业务

### 8.2 索尼公司

#### 8.2.1 企业发展概况

#### 8.2.2 企业经营分析

#### 8.2.3 数字音乐业务

### 8.3 华纳音乐集团

#### 8.3.1 企业发展概况

#### 8.3.2 企业经营分析

#### 8.3.3 数字音乐业务

### 8.4 华谊兄弟

#### 8.4.1 企业发展概况

#### 8.4.2 经营效益分析

#### 8.4.3 业务经营分析

#### 8.4.4 财务状况分析

#### 8.4.5 未来前景展望

### 8.5 太合音乐集团

#### 8.5.1 企业发展概况

#### 8.5.2 企业经营情况

#### 8.5.3 企业整合重组

#### 8.5.4 企业合作动态

## 第九章 中国数字音乐重点企业经营分析

### 9.1 QQ音乐

#### 9.1.1 企业发展概况

#### 9.1.2 企业经营分析

#### 9.1.3 音乐产品分析

#### 9.1.4 业务覆盖人群

#### 9.1.5 企业竞争优势

#### 9.1.6 企业发展动态

### 9.2 阿里音乐

#### 9.2.1 企业发展概况

#### 9.2.2 企业经营分析



### 9.2.3音乐领域布局

### 9.2.4企业竞争优势

### 9.2.5企业合作动态

## 9.3海洋音乐

### 9.3.1企业发展概况

### 9.3.2企业经营分析

### 9.3.3音乐产品分析

### 9.3.4企业竞争优势

## 9.4网易云音乐

### 9.4.1企业发展概况

### 9.4.2企业经营分析

### 9.4.3音乐产品分析

### 9.4.4企业竞争优势

## 9.5音悦台

### 9.5.1平台发展概况

### 9.5.2音乐产品介绍

### 9.5.3平台竞争优势

## 第十章 中国数字音乐市场投资及前景趋势展望

### 10.1中国数字音乐市场投资分析（AK ZJH）

#### 10.1.1数字音乐领域投资并购

#### 10.1.2在线K歌领域投融资情况

#### 10.1.3新型服务领域融资动态

### 10.2中国数字音乐市场投资机会

#### 10.2.1付费音乐市场

#### 10.2.2原创音乐领域

#### 10.2.3音乐移动端开发

#### 10.2.4在线演艺领域

### 10.3数字音乐市场前景分析

#### 10.3.1数字音乐市场发展机遇

#### 10.3.2用户付费市场潜力巨大

#### 10.3.3独立音乐发展前景广阔

#### 10.3.4数字音乐市场发展方向

### 10.4数字音乐发展趋势展望

#### 10.4.1版权市场差异化

#### 10.4.2场景化服务优化

10.4.3全产业链生态化

10.4.4探索粉丝经济

10.5中国数字音乐平台发展趋势展望

10.5.1向产业链上游延伸

10.5.2挖掘新式盈利模式

10.5.3打通用户连接场景

10.5.4满足用户体验需求

10.6 2021-2026年中国数字音乐产业预测

10.6.1中国数字音乐产业发展因素分析

10.6.2 2021-2026年中国音乐产业市场规模预测

10.6.3 2021-2026年中国数字音乐产业市场规模预测

图表目录：

图表：2016-2020年全球音乐产业收入

图表：2016-2020年全球音乐产业细分市场收入

图表：2016-2020年音乐领域数字化份额与其他领域对比

图表：2016-2020年全球数字音乐付费服务用户数

图表：2016-2020年美国音乐市场收入对比

图表：2016-2020年全球流媒体市场规模及增速

图表：2016-2020年全球数字音乐APP排行榜

图表：2016-2020年美国数字音乐与实体音乐市场规模对比

图表：2016-2020年美国数字单曲以及专辑下载销售额

图表：2016-2020年全美数字单曲销量TOP

图表：2016-2020年全美数字单曲流媒体播放量TOP

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/698042.html>