

2020-2026年中国数字音乐 行业发展态势与市场运营趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国数字音乐行业发展态势与市场运营趋势报告》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.cction.com/report/202007/174845.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

2015年，数字音乐规模达到67.0美元，其中下载服务收入占比为45%，流媒体服务收入占比达到43%，虽然数字音乐中下载服务收入比去年下降了10.5%，但受流媒体音乐45.2%增速的影响，数字音乐整体规模仍保持了9.8%的增长。从未来发展情况看，受智能手机用户大规模增长、高品质音乐订阅服务增加及相关乐迷向正版音乐服务迁移等的影响，未来，流媒体收入将很快超过下载服务收入，成为数字音乐的主要收入来源。2010-2019年全球数字音乐行业收入规模及增长率走势 目前音乐产业在经历了柱式唱片、胶片、卡带、CD时代后，迎来了全新的数字时代。数字音乐是指以数字化方式进行创作、编辑、存储，通过互联网和无线网络传播的音乐形式，主要分为在线音乐和移动音乐两大类。截至2017年6月，网络音乐用户规模达到5.24亿，较去年底增加2101万，占网民总体的69.8%。其中手机网络音乐用户规模达到4.89亿，较去年底增加2138万，占手机网民的67.6%。2015年国内数字音乐产业市场规模达到498.2亿元，约占核心层规模比重的74.9%。国内数字音乐产业市场份额占比

中企顾问网发布的《2020-2026年中国数字音乐行业发展态势与市场运营趋势报告》共十四章。首先介绍了中国数字音乐行业市场发展环境、数字音乐整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国数字音乐行业发展趋势与投资预测。您若对数字音乐产业有个系统的了解或者想投资中国数字音乐行业，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 2014-2019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
- 第五节 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019年中国数字音乐产业运行环境分析

第一节 2014-2019年中国宏观经济环境分析

- 一、2019年中国GDP增长情况分析
- 二、2014-2019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 2014-2019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 2014-2019年中国数字音乐产业市场动态分析

第一节 2014-2019年中国数字音乐产业市场概况目前中国数字音乐用户意愿整体来看不是非常乐观。尽管目前已有57.7%的用户为数字音乐付过费，但就个人付费意愿而言，仍有近6成用户不愿意为此付费。未来，如何引导这一部分人为正规版权数字音乐付费还是一大问题，但同时毋庸置疑的是，这也是一个潜力巨大的市场。国内数字音乐用户付费意愿情况

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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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、2014-2019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 2014-2019年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、2019年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、2019年企业经营情况
- 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 2014-2019年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、2019年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、2019年腾讯qq音乐在线人数取得突破

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、2019年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 2014-2019年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

- 第一节 2014-2019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：2014-2019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：2014-2019年美国数字音乐销售统计
- 图表：2014-2019年美国主要音乐主体销售统计
- 图表：2014-2019年各季度数字音乐分类销售量统计
- 图表：2014-2019年中国国内生产总值及增长速度
- 图表：2014-2019年中国居民消费价格指数变化分析
- 图表：2014-2019年中国城镇居民家庭人均可支配收入分析
- 图表：2014-2019年中国农村居民家庭人均纯收入分析
- 图表：2014-2019年中国社会消费品零售总额及增长速度分析

图表：2014-2019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：2002-2019年中国互联网网民规模及普及率分析

图表：2014-2019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：2014-2019年中国无线音乐sp营收增长分析

图表：2014-2019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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/174845.html>