

2020-2026年中国音乐行业 前景展望与市场需求预测报告

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年中国音乐行业前景展望与市场需求预测报告》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/202005/163518.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

在国家、省市一系列产业政策规范、引导、扶持下，2019年中国音乐产业也继续保持稳健增长，音乐原创活力进一步提升，推动产业链向多元领域延展、升级和融合。同时，以音乐创作、表演、装备制造、消费、传播为内核的产业集聚效应和联动效应进一步彰显，音乐产业日益成为拉动中国泛娱乐消费经济的重要力量。

统计数据显示，截止到2019年中国音乐产业总规模约为3470.94亿元，比2019年增长了6.7%，产业整体发展稳定，发展质量、增长速度好于预期。在核心层中传统音像出版产业规模趋于下滑，关联层、拓展层产业增速放缓的形势下，以音乐演出、数字音乐为核心的音乐消费活力进一步彰显，实现了高于同期GDP增速的快速增长，体现出未来音乐产业实现稳定、协调、可持续发展的动力来源。

报告目录：

第一章 音乐产业相关概述

1.1 音乐产业简述

1.1.1 产业概念

1.1.2 产业起源

1.1.3 产业链分析

1.1.4 与娱乐业关系

1.2 音乐产业相关概念

1.2.1 乐坛

1.2.2 数字音乐

1.2.3 Live House

第二章 2018-2019年全球音乐产业发展状况分析及其经验借鉴

2.1 全球音乐产业发展综述

2.1.1 市场规模

2.1.2 发展变革

2.1.3 发展特点

2.1.4 数字音乐发展

2.1.5 发展趋势

2.2 全球音乐产业商业模式分析

2.2.1 音乐下载收费模式

2.2.2 数字音乐收入模式

2.2.3 流媒体音乐盈利模式

2.3 美国

2.3.1 产业发展历程

2.3.2 产业发展概况

2.3.3 产业发展特征

2.3.4 流音乐的兴起

2.3.5 在线音乐盈利模式

2.4 日本

2.4.1 产业结构

2.4.2 产业链分析

2.4.3 音乐产业发展现状

2.4.4 唱片行业发展现状

2.5 英国

2.5.1 产业发展概况

2.5.2 产业发展现状

2.5.3 音乐旅游关联发展

2.6 韩国

2.6.1 产业发展概况

2.6.2 产业发展特征

2.6.3 产业市场规模

2.7 印度

2.7.1 产业发展概况

2.7.2 产业发展特征

2.7.3 产业发展形势

2.7.4 市场格局分析

2.7.5 数码音乐运营模式

第三章 2018-2019年中国音乐产业发展PEST分析

3.1 政策环境 (Political)

- 3.1.1 重视文化建设
- 3.1.2 音乐产业推进政策
- 3.1.3 加强版权监督管理
- 3.2 经济环境 (Economic)
- 3.2.1 国民经济发展态势
- 3.2.2 城乡居民收入水平
- 3.2.3 社会消费品零售额
- 3.2.4 经济发展未来走势
- 3.3 社会环境 (Social)
- 3.3.1 文化消费需求升级
- 3.3.2 用户音乐需求提高
- 3.3.3 大众休闲时间宽裕
- 3.4 技术环境 (Technological)
- 3.4.1 音乐云技术
- 3.4.2 智能终端技术
- 2.4.3 “三网融合”技术

第四章 2018-2019年中国音乐产业发展现状全方位分析

- 4.1 中国音乐产业发展综述
- 4.1.1 产业发展历程
- 4.1.2 载体演变过程
- 4.1.3 产业的国际地位
- 4.2 2018-2019年中国音乐产业市场格局探析
- 4.2.1 总体市场规模
- 4.2.2 市场发展特征
- 4.2.3 市场变革发展
- 4.2.4 企业市场部署
- 4.3 中国音乐产业的商业模式分析
- 4.3.1 商业模式的探索
- 4.3.2 商业模式的革新
- 4.3.3 盈利模式的尝试
- 4.3.4 独家正版的盈利模式

- 4.3.5 新商业模式逐渐形成
- 4.4 中国音乐产业的营销分析
 - 4.4.1 音乐消费市场分析
 - 4.4.2 音乐销售方式变化
 - 4.4.3 O2O渐成消费主渠道
 - 4.4.4 粉丝经济的营销方式
 - 4.4.5 音乐产业自媒体模式
- 4.5 中国盗版音乐的行业形势
 - 4.5.1 中国音乐盗版史
 - 4.5.2 盗版音乐产品泛滥原因
 - 4.5.3 国外反盗版的策略借鉴
- 4.6 中国音乐产业的发展问题分析
 - 4.6.1 音乐产业存在价值缺口
 - 4.6.2 原创音乐进市场难度大
 - 4.6.3 音乐版权的收益率较低
 - 4.6.4 音乐原创作品缺失严重
- 4.7 中国音乐产业的发展对策分析
 - 4.7.1 音乐产业健康发展建议
 - 4.7.2 培养网民良性消费习惯
 - 4.7.3 加大音乐内容原创力度

第五章 2018-2019年中国数字音乐行业深度透析

- 5.1 中国数字音乐行业发展综述
 - 5.1.1 业务类型
 - 5.1.2 产品特征
 - 5.1.3 出版模式
 - 5.1.4 传播链分析
- 5.2 2018-2019年中国数字音乐行业发展新态势
 - 5.2.1 数字音乐进入高速发展期
 - 5.2.2 网络音乐版权正规化发展
 - 5.2.3 数字专辑开拓市场新蓝海
 - 5.2.4 数字音乐的创新发​​展道路

5.3 2018-2019年中国数字音乐市场运行状况

5.3.1 行业市场规模

5.3.2 市场竞争格局

5.3.3 投资并购显现

5.3.4 企业积极部署

5.4 中国数字音乐行业的盈利模式分析

5.4.1 主要盈利模式

5.4.2 付费模式案例

5.4.3 收费模式的尝试

5.5 中国数字音乐发展存在的问题及对策

5.5.1 音乐创作门槛低

5.5.2 行业运营难度大

5.5.3 行业良性发展对策

5.5.4 提高音乐产品质量

5.5.5 加强音乐版权保护

第六章 2018-2019年中国唱片行业发展现状综述

6.1 2018-2019年中国唱片市场运行状况

6.1.1 行业市场规模

6.1.2 市场竞争格局

6.1.3 行业市场变革

6.2 2018-2019年中国唱片行业发展新态势

6.2.1 新音频格式的应用

6.2.2 数字时代技术更新

6.2.3 回归黑胶唱片老载体

6.3 中国唱片行业发展存在的问题及对策

6.3.1 盗版问题严重

6.3.2 数字音乐冲击

6.3.3 产业链分布不均

6.3.4 市场的应对措施

第七章 2018-2019年中国音乐演出行业发展现状综述

7.1 2018-2019年中国音乐演出行业的市场格局

7.1.1 行业市场规模

7.1.2 行业市场结构

7.1.3 大型演唱会运营

7.1.4 Live House发展规模

7.1.5 户外音乐节市场规模

7.2 中国音乐演出行业运营模式探索

7.2.1 行业变革发展

7.2.2 行业盈利模式

7.2.3 行业营销策略

7.2.1 在线演唱会新模式

7.3 中国音乐演出行业发展问题及对策

7.3.1 行业运营风险

7.3.2 音乐节运作难度

7.3.3 挖掘演出直播潜在价值

7.3.4 亮化音乐节的兴办意义

第八章 2018-2019年中国音乐关联层细分行业发展潜力分析

8.1 音乐图书出版行业

8.1.1 市场规模

8.1.2 数据化转型发展

8.1.3 首家音乐出版社发展

8.1.4 行业发展建议

8.2 乐器行业

8.2.1 行业市场规模

8.2.2 2019年行业运营状况

8.2.3 2019年行业运营状况

8.2.4 行业十强企业排名情况

8.2.5 行业存在问题及对策

8.3 音乐教育培训行业

8.3.1 市场规模

8.3.2 市场现状

- 8.3.3 市场壁垒
- 8.3.4 在线市场分析
- 8.4 专业音响行业
 - 8.4.1 市场规模
 - 8.4.2 行业转型发展
 - 8.4.3 行业发展机遇

第九章 2018-2019年中国音乐拓展层细分行业发展潜力分析

- 9.1 广播电视音乐节目行业
 - 9.1.1 市场规模
 - 9.1.2 音乐综艺领衔发展
 - 9.1.3 音乐广播节目的追捧
 - 9.1.4 电视音乐选秀节目运作
- 9.2 卡拉OK行业
 - 9.2.1 市场规模
 - 9.2.2 市场变迁发展
 - 9.2.3 互联网式KTV崛起
 - 9.2.4 KTV O2O的探寻
- 9.3 影视剧游戏动漫音乐行业
 - 9.3.1 市场规模
 - 9.3.2 影视音乐市场状况
 - 9.3.3 游戏音乐发展概况
 - 9.3.4 动漫音乐发展概况

第十章 2018-2019年国家音乐产业基地的运作分析

- 10.1 国家音乐产业基地发展综述
 - 10.1.1 发展概况
 - 10.1.2 总体运营状况
 - 10.1.3 基地存在问题
 - 10.1.4 基地发展对策
- 10.2 北京国家音乐产业基地
 - 10.2.1 基地简介

- 10.2.2 建设意义
- 10.2.3 园区建设
- 10.3 上海国家音乐产业基地
 - 10.3.1 基地简介
 - 10.3.2 建设意义
 - 10.3.3 园区建设
- 10.4 广东国家音乐产业基地
 - 10.4.1 基地简介
 - 10.4.2 建设意义
 - 10.4.3 园区建设
- 10.5 成都国家音乐产业基地
 - 10.5.1 基地简介
 - 10.5.2 建设意义
 - 10.5.3 园区建设

第十一章 2018-2019年国外标杆企业经营状况解析

- 11.1 环球唱片公司
 - 11.1.1 企业发展概况
 - 11.1.2 2019年环球唱片公司经营状况
 - 11.1.3 2019年环球唱片公司经营状况
 - 11.1.4 2019年环球唱片公司经营状况
- 11.2 索尼音乐娱乐公司
 - 11.2.1 企业发展概况
 - 11.1.2 2019年环球唱片公司经营状况
 - 11.1.3 2019年环球唱片公司经营状况
 - 11.1.4 2019年环球唱片公司经营状况
- 11.3 华纳音乐集团
 - 11.3.1 企业发展概况
 - 11.1.2 2019年环球唱片公司经营状况
 - 11.1.3 2019年环球唱片公司经营状况
 - 11.1.4 2019年环球唱片公司经营状况

第十二章 2018-2019年国内重点企业运营状况解析

12.1 摩登天空

12.1.1 企业发展概况

12.1.2 企业发展战略

12.1.3 企业业务动态

12.1.4 未来前景展望

12.2 百度音乐

12.2.1 企业发展概况

12.2.2 企业发展战略

12.2.3 企业业务动态

12.2.4 未来前景展望

12.3 阿里音乐

12.3.1 企业发展概况

12.3.2 企业发展战略

12.3.3 企业业务动态

12.3.4 未来前景展望

12.4 乐视音乐

12.4.1 企业发展概况

12.4.2 企业业务动态

12.4.3 企业运营创新

12.4.4 未来前景展望

12.5 多米音乐

12.5.1 企业发展概况

12.5.2 企业发展战略

12.5.3 企业业务动态

12.5.4 未来前景展望

12.6 其他企业

12.6.1 QQ音乐

12.6.2 咪咕音乐

12.6.3 豆瓣音乐

第十三章 中国音乐产业投资剖析及前景趋势展望

- 13.1 中国音乐产业的投资潜力
 - 13.1.1 行业发展推动力
 - 13.1.2 市场现新盈利点
 - 13.1.3 商业模式的转变
 - 13.1.4 互联网激发的市场潜力
 - 13.1.5 数字音乐市场空间巨大
- 13.2 中国音乐产业投资机会点
 - 13.2.1 发展多角色音乐机构
 - 13.2.2 音乐产业的未来投资方向
 - 13.2.3 数字音乐未来的投资方向
 - 13.2.4 传统音乐产业开辟新颖路径
- 13.3 中国音乐产业的发展趋势
 - 13.3.1 音乐产业未来发展方向
 - 13.3.2 音乐与互联网深度融合
 - 13.3.3 商业模式继续创新发展
 - 13.3.4 数字音乐正版付费成趋势
- 13.4 2020-2026年音乐产业预测分析
 - 13.4.1 2020-2026年音乐产业规模预测
 - 13.4.2 2020-2026年数字音乐行业规模预测
 - 13.4.3 2020-2026年唱片行业规模预测

附录：

附录一：关于大力推进我国音乐产业发展的若干意见

附录二：关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐的通知

附录三：关于进一步加强和改进网络音乐内容管理工作的通知

图表目录：

图表：音乐产业链示意图

图表：2019年数字音乐收入占比

图表：2018-2019年美国流媒体音乐点播数量

图表：2019年全球音乐市场结构

图表：2009-2019年全球数字音乐收入

图表：全球数字音乐收入结构

图表：2019年数字音乐各细分领域增速

图表：流媒体订阅和广告支持流媒体的年收入增速

图表：2019年美国在线音乐产业收入统计表

图表：日本音乐产业链

图表：推进音乐产业发展的10项任务

图表：音乐版权保护时间路径

图表：2018-2019年国内生产总值增长速度

图表：2018-2019年规模以上工业增加值增速

图表：2018-2019年固定资产投资（不含农户）及房地产开发投资名义增速

图表：2018-2019年社会消费品零售总额名义增速

图表：2018-2019年居民消费价格上涨情况

图表：2018-2019年工业生产者出厂价格涨跌情况

图表：用户每天在移动音乐上花费的时间

图表：中国音乐产业细分行业的市场规模

图表：2019年数字音乐消费群体增长

图表：2018-2019年音乐演出观众人次及消费费用

图表：中国音乐产品载体演进

图表：2019年手机音乐App付费用户占比

图表：版权收益占整个产值的比重

图表：2018-2019年中国数字音乐市场规模及增长率

图表：中国移动音乐用户渗透率

图表：主要数字音乐平台曲库规模

图表：知名音乐平台独家版权合作概况

图表：主要数字音乐平台独家版权内容收听占比

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/163518.html>