

2018年中国版权音乐行业分析报告- 市场运营态势与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国版权音乐行业分析报告-市场运营态势与投资前景研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/yinxiang/360498360498.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

2018年清明节前夕，网易云音乐由于版权问题，下架涉及周杰伦等艺人的杰威尔公司版权的歌曲。腾讯音乐娱乐集团随后发表声明称，由于网易云音乐在2017年4月1日至2018年3月31日，与腾讯音乐就杰威尔音乐版权转授权合作期间屡次发生侵权及超出授权范围使用行为，因此2018年3月31日网易云版权转授权到期后，作为版权代理方腾讯音乐与杰威尔达成共识之后，本着尊重及维护数字音乐正版化原则，暂停与网易云音乐的转授权合作洽谈。由于版权问题网易云音乐与腾讯音乐近两年摩擦不断，虽然网易云音乐凭借着乐评，在近几年赢得广泛年轻用户的好评和青睐，迅速走红，但数字音乐平台的流量黏度其最大羁绊还是与版权授至息息相关，所以网易云音乐在与腾讯音乐的交锋中也一直处于被动。

现阶段腾讯音乐和阿里音乐在版权方面拥有绝对的话语权。2017年9月份阿里音乐与腾讯音乐宣布，双方达成版权转授权合作，这意味着中国两大音乐版权巨头时隔两年终于握手言和。腾讯音乐独家代理的环球、华纳、索尼、YG娱乐、杰威尔音乐、LOEN等音乐版权转授至阿里音乐，而阿里音乐独家代理的滚石、华研、相信、寰亚等音乐版权则转腾讯音乐。此次合作也让阿里旗下韬光养晦多年的虾米音乐出现在大众视野，占据着数字音乐市场的一方天地。

当众互联网音乐App在版权战场打得水深火热时，国内早期流行的音乐网站也在悄然摸索着自身的转型之路。移动智能终端尚未普及之初，免费音乐试听下载网站是大众最方便最常用的听歌途径，如百度音乐、咪咕音乐、爱音乐、5SING、一听音乐网等老牌音乐网站。

百度音乐的雏形是搜索引擎，提供页面播放器和下载链接。随着业务的扩展，2006年百度收购了曾经在音乐播放器领域风靡一时的千千静听，发展音乐播放器客户端。但近年来QQ音乐、酷我音乐等播放器出现，在线听歌、提供高品质音乐逐渐成为潮流，千千静听主打的本地播放模式已很难满足用户音乐需求。2013年7月，千千静听正式更名为百度音乐，伴随此次更名，百度音乐在原有版本基础上推出百度音乐V7.1.0，此版本也是百度音乐在PC端软件的起始版本。百度音乐的转型路可谓一波三折，日受关注的在线音乐版权问题又成为百度音乐的最大牵制。2015年底，百度音乐宣布将与传统音乐公司太合音乐合并，内容方合并平台方，要打通音乐产业上下游的资源整合，弥补百度在音乐版权市场的短板，而在借力太合音乐之后，百度音乐也迎来浴血重生，重返一线战场。

而爱音乐、5SING、一听音乐网等除了纷纷向互联网数字音乐共享靠拢以外，也在音乐版权方面做了调整，如中国原创音乐基地5SING主攻原创、伴奏、翻唱三个音乐市场方向，同时与酷狗音乐、爱音乐建立合作伙伴关系，打通资源共享的渠道。又如一听音乐网和九

酷音乐的大部分歌曲都是来自网友共享上传，而网站只提供在线试听，不提供 MP3 下载。由此可见，如今的在线音乐版权问题已经成为互联网音乐企业不敢碰触的红线。

各家版权动作及版权数量

图表来源：公开资料整理

随“互联网+”时代一同到来的，是用户正在潜移默化养成的知识产权付费观念，数字音乐产业链将体现出更多价值，使不同格式的音乐内容具有足够的开放性。数字音乐在互联网大规模普及、服务提供商广泛介入等因素的推动下，也出现了更多新事物、新终端和新应用。

2018互联网音乐企业排行榜

排名

名称

类型

1

酷狗音乐

互联网音乐APP

2

QQ音乐

互联网音乐APP

3

网易云音乐

互联网音乐APP

4

虾米音乐

互联网音乐APP

5

咪咕音乐

互联网音乐APP

6

百度音乐

互联网音乐APP

7

天翼爱音乐

音乐云服务平台

8

酷我音乐

互联网音乐APP

9

豆瓣音乐

互联网音乐社区

10

中国原创音乐基地5SING

原创音乐网站

11

音悦Tai

音乐MV网站

12

库客音乐

古典音乐网站

13

九酷音乐网

互联网音乐网站

14

echo回声

3D音乐平台

15

一听音乐网

互联网音乐网站

16

趣乐科技

互联网音乐教学平台

17

365音乐网

互联网音乐网站

18

落网

独立音乐网站

19

5ND音乐网

互联网音乐网站

20

歌者盟

音乐教学平台

21

麦田音乐

音乐分享网站

22

看见音乐

独立音乐平台

23

牛班网

音乐教育平台

24

A8音乐网

音乐人服务提供商

25

嗨翻屋音乐

音乐版权交易平台 图表来源：观研天下整理

数字音乐运营的商业模式清晰明了，盈利点将主要体现在付费下载、流媒体订阅服务和个性化音乐定制服务三方面。但在线音乐APP一直未能探索出理想的商业模式，不管是广告、还是用户增值服务等，除去版权费和产品运营成本，剩下的利润并非十分丰厚。因此，众多互联网音乐平台开始纷纷向线下探索，如推出周边产品，布局线下KTV、演唱会、音乐综艺节目等。如今的互联网音乐企业发展趋势呈现数字音乐运营走向，玩法逐渐多元化。

自行业竞争局势紧张以来，多数互联网音乐公司开始专注某一业务方向，音乐人服务平台便是其中之一。近几年掀起的音乐版权大战，让多米音乐等玩家连番出局，而天天动听、虾米、酷狗、酷我等也各自站好阵营，但靠点评、发现及同好交流而广受用户青睐的豆瓣音乐却在这场大战中“卧薪尝胆”。不久前，有媒体报道，豆瓣音乐已从豆瓣分拆，并与音乐版权服务平台 V.Fine 合并，重点业务方向仍然是原创音乐人服务平台。凭借着豆瓣音乐在原创音乐人服务上长久以来的经验积累，再加上V.Fine在音乐版权上的专注技术，新的豆瓣音乐或会迎来一次蜕变成蝶的机会。

随着音乐版权大战接近尾声，在国家的监管下，音乐版权市场秩序正由混乱走向规范，除了原创音乐人服务，近两年也出现了专注版权服务的新生企业。2016年初成立的嗨翻

屋在上游代理国内外的版权公司与音乐人；运营上以人工智能+机器学习的底层技术搭建平台，沉淀和管理曲库；下游将版权信息标签化地开放给B端用户，以B2B的模式销售和管理版权。这在如今三分天下的互联网音乐市场不失为一个新看点。

数字音乐版权政策的收缩，诚然伴随着阵痛，但毋庸置疑的是行业将会走上一条健康的发展道路，这无论对于跻身其中的企业，亦或是热衷于音乐的听众，都是一个云开雾散的明天。

观研天下发布的《2018年中国版权音乐行业分析报告-市场运营态势与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 版权音乐行业发展概述

第一节 行业相关概念

一、版权音乐产业定义

二、版权音乐产业产品范围

三、版权音乐产业的外延及其所隶属的大行业

第二节 版权音乐产业产品与服务

一、版权音乐产业主要业态

二、版权音乐产业组织形式

三、版权音乐产品种类与生产数量

第三节 版权音乐产业投资特性分析

一、版权音乐产业赢利性

二、版权音乐产业成长性

三、版权音乐产业风险性

四、版权音乐业进入壁垒

第四节 版权音乐业现行管理体制分析

一、现行管理体制制约版权音乐业的发展

二、版权音乐协会在市场管理中的作用

三、对版权音乐行业行政管理体制改革的建议

第二章 全球版权音乐市场发展分析

第一节 2018年全球版权音乐市场分析

一、2017年全球版权音乐市场回顾

二、2018年全球版权音乐市场环境

三、2018年全球版权音乐格局分析

四、2018年全球版权音乐行业发展分析

第二节 2018年全球版权音乐市场分析

一、2018年全球版权音乐需求分析

二、2018年全球版权音乐行业发展分析

三、2018年全球版权音乐市场环境

四、2018年中外版权音乐市场对比

第三节 主要国家地区版权音乐市场分析

一、2016-2018年美国版权音乐市场分析

二、2016-2018年欧洲版权音乐市场分析

三、2016-2018年日本版权音乐市场分析

四、2016-2018年韩国版权音乐市场分析

第三章 2016-2018年我国版权音乐行业发展现状

第一节 版权音乐市场的发展情况

一、版权音乐市场的发展现状

- 二、我国版权音乐产业体系情况
- 三、中国版权音乐行业面临的困难局面
- 四、关于版权音乐行业产业链的分析
- 五、2018年版权音乐市场新情况
- 六、2018年转型中的版权音乐产业市场发展情况
- 七、版权音乐市场外的利润增长点分析
- 八、网上音乐下载收费已成版权时代的常态

第二节 2016-2018年版权音乐业发展情况分析

第三节 农村版权音乐市场发展分析

- 一、农村版权音乐市场发展情况
- 二、科学规范农村版权音乐市场
- 三、农村版权音乐市场建设和管理的建议

第四节 版权音乐的供需分析

- 一、版权音乐市场的需求情况
- 二、版权音乐产品需求影响因素
- 三、版权音乐产品供给的要素
- 四、我国版权音乐产品供给情况

第五节 中国版权音乐的问题和危机

- 一、当前版权音乐市场面临的主要问题
- 二、版权音乐出版社面临的结构性困局
- 三、光盘产业的发展的危机

第六节 中国版权音乐产业发展的机遇和建议

- 一、我国版权音乐产业的机遇
- 二、我国版权音乐行业发展的建议
- 三、版权音乐游商、地摊和无证照经营场所的存在原因及对策建议

第四章 我国版权音乐市场调查分析

第一节 2018年我国版权音乐市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、厂商分析

第二节 2018年1季度我国版权音乐市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、整体市场调查

第五章 我国版权音乐行业进出口分析

第一节 我国版权音乐进口分析

一、进口情况分析

二、进口结构分析

第二节 我国版权音乐出口分析

一、出口情况分析

二、出口结构分析

第三节 我国版权音乐进出口预测

一、权音乐进口预测

二、权音乐出口预测

第六章 2018年中国版权音乐市场消费者偏好深度实地调查

第一节 中国版权音乐消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、消费者收入水平

三、2016-2018年消费者信心指数分析

第二节 中国版权音乐市场消费需求分析

一、版权音乐市场的消费需求变化

二、版权音乐行业的需求情况分析

三、2016-2018年版权音乐品牌市场消费需求分析

第三节 中国版权音乐消费市场状况分析

一、版权音乐行业消费特点

二、版权音乐消费者分析

三、版权音乐消费结构分析

四、版权音乐消费的市场变化

五、版权音乐市场的消费方向

第四节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节 版权音乐行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对版权音乐产品的品牌偏好调查

三、消费者对版权音乐品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、版权音乐品牌忠诚度调查

六、版权音乐品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第七章 关联产业发展分析

第一节 录放音机和收音机

一、2016-2018年我国录放音机产量情况

二、收音机产业和市场的发展情况

三、2018-2024年数字卫星收音机发展预测

第二节 组合音响

一、2018年我国组合音响产量情况

二、2018年我国组合音响产量和销量分析

三、2018年我国组合音响的品牌发展情况

四、2018年我国组合音响的市场价格情况

五、2018年我国组合音响的销售渠道情况

六、未来组合音响的发展趋势

第三节 dvd机和电视机

一、2018年日本dvd机市场发展情况

二、我国的dvd机市场发展情况

三、2016-2018年我国电视机的产量情况

四、2018年我国电视机销量情况

五、2018年中国网络电视机市场需求分析

六、2018年全球oled电视机市场预测

七、2018-2024年等离子电视机市场预测

八、2018-2024年我国数字电视机市场发展预测

第八章 版权音乐行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 中国版权音乐行业竞争格局综述

一、2018年版权音乐行业集中度

二、2018年版权音乐行业竞争程度

三、2018年版权音乐企业与品牌数量

四、2018年版权音乐行业竞争格局分析

第四节 2016-2018年版权音乐行业竞争格局分析

一、2016-2018年国内外版权音乐竞争分析

二、2016-2018年我国版权音乐市场竞争分析

三、2016-2018年我国版权音乐市场集中度分析

第九章 版权音乐企业竞争策略分析

第一节 版权音乐市场竞争策略分析

一、2018年版权音乐市场增长潜力分析

二、2018年版权音乐主要潜力品种分析

三、现有版权音乐产品竞争策略分析

四、潜力版权音乐品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 版权音乐企业竞争策略分析

一、殴债危机对版权音乐行业竞争格局的影响

二、殴债危机后版权音乐行业竞争格局的变化

三、2016-2018年我国版权音乐市场竞争趋势

四、2016-2018年版权音乐行业竞争格局展望

五、2016-2018年版权音乐行业竞争策略分析

六、2016-2018年版权音乐企业竞争策略分析

第十章 版权音乐重点企业竞争分析

第一节 百代版权音乐

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 华纳版权音乐

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 环球版权音乐

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 bertelsmann music group

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 太合麦田公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节 松巴音乐

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第七节 华谊兄弟

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第八节 橙天娱乐

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第九节 其他企业

- 一、吉神文化传播公司
- 二、华视伟业文化发展有限公司

第十一章 版权音乐行业发展趋势分析

第一节 我国版权音乐行业前景与机遇分析

- 一、我国版权音乐行业发展前景
- 二、我国版权音乐发展机遇分析
- 三、2018年版权音乐的发展机遇分析
- 四、欧债危机对版权音乐行业的影响分析

第二节 2016-2018年中国版权音乐市场趋势分析

- 一、2016-2018年版权音乐市场趋势总结
- 二、2016-2018年版权音乐发展趋势分析
- 三、2016-2018年版权音乐市场发展空间
- 四、2016-2018年版权音乐产业政策趋向
- 五、2016-2018年版权音乐技术革新趋势
- 六、2016-2018年版权音乐价格走势分析
- 七、2016-2018年国际环境对行业的影响

第十二章 版权音乐行业投资现状分析

第一节 2015年版权音乐行业投资情况分析

- 一、2015年总体投资及结构
- 二、投资规模情况
- 三、投资增速情况
- 四、分行业投资分析
- 五、分地区投资分析
- 六、外商投资情况

第二节 2018年版权音乐行业投资情况分析

- 一、2018年总体投资及结构
- 二、2018年投资规模情况
- 三、2018年投资增速情况
- 四、2018年分行业投资分析
- 五、2018年分地区投资分析
- 六、2018年外商投资情况

第十三章 版权音乐行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2016-2018年我国宏观经济运行情况
- 二、2016-2018年我国宏观经济形势分析
- 三、2016-2018年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2018年版权音乐行业政策环境分析
- 二、2018年国内宏观政策对其影响
- 三、2018年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

- 一、国内版权音乐技术现状

- 二、2018年版权音乐技术发展分析
- 三、2016-2018年版权音乐技术发展趋势分析
- 第四节 社会发展环境分析
 - 一、国内社会环境发展现状
 - 二、2018年社会环境发展分析
 - 三、2016-2018年社会环境对行业的影响分析

第十四章 版权音乐行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2018年相关产业活力系数比较
- 二、2016-2018年行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2018年相关产业投资收益率比较
- 二、2016-2018年行业投资收益率分析

第三节 版权音乐行业投资效益分析

- 一、2016-2018年版权音乐行业投资状况分析
- 二、2018-2024年版权音乐行业投资效益分析
- 三、2018-2024年版权音乐行业投资趋势预测
- 四、2018-2024年版权音乐行业的投资方向
- 五、2018-2024年版权音乐行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响版权音乐行业发展的主要因素

- 一、2018-2024年影响版权音乐行业运行的有利因素分析
- 二、2018-2024年影响版权音乐行业运行的稳定因素分析
- 三、2018-2024年影响版权音乐行业运行的不利因素分析
- 四、2018-2024年我国版权音乐行业发展面临的挑战分析
- 五、2018-2024年我国版权音乐行业发展面临的机遇分析

第五节 版权音乐行业投资风险及控制策略分析

- 一、2018-2024年版权音乐行业市场风险及控制策略
- 二、2018-2024年版权音乐行业政策风险及控制策略
- 三、2018-2024年版权音乐行业经营风险及控制策略
- 四、2018-2024年版权音乐行业技术风险及控制策略
- 五、2018-2024年版权音乐同业竞争风险及控制策略
- 六、2018-2024年版权音乐行业其他风险及控制策略

第十五章 版权音乐行业投资战略研究

第一节 版权音乐行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国版权音乐品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、版权音乐实施品牌战略的意义
- 三、版权音乐企业品牌的现状分析
- 四、我国版权音乐企业的品牌战略
- 五、版权音乐品牌战略管理的策略

第三节 版权音乐企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略
- 六、人力资源
- 七、财务管理
- 八、国际化策略

第四节 我国版权音乐业发展的对策

- 一、中国版权音乐走出去的问题与对策
- 二、版权音乐出版社产业化发展意识定位分析
- 三、版权音乐市场“打建并举”
- 四、资源总库助力教育版权音乐数字化
- 五、强强联合专职管理
- 六、风险应降低政策待倾斜
- 七、参与体制改革进军网络领域
- 八、保护知识产权
- 九、多元化战略拓展生存空间
- 十、大力开发原创产品

第五节 版权音乐行业投资战略研究

- 一、2018年文化产业投资战略
- 二、2018年版权音乐行业投资战略
- 三、2018-2024年版权音乐行业投资战略
- 四、2018-2024年细分行业投资战略

部分图表目录：

图表：中国版权音乐业组织形式

图表：2015年版权音乐行业发展情况分析

图表：2018年版权音乐行业发展情况分析

图表：2018年版权音乐行业发展情况

图表：2012-2018年我国版权音乐产品供给情况

图表：2018年我国版权音乐市场结构分析

图表：消费者对版权音乐品牌认知度宏观调查

图表：消费者对版权音乐产品的品牌偏好调查

图表：消费者对版权音乐品牌的首要认知渠道

图表：消费者的消费理念调研

图表：2018年全国数字激光音、视盘机产量分省市统计表

图表：2018年中国数字激光音、视盘机产量分省市统计

图表：2018年全国组合音响产量分省市统计表

图表：2018年中国组合音响产量分省市统计（GYZQJP）

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinxiang/360498360498.html>