

2020年中国数字音乐行业分析报告- 市场竞争现状与发展商机研究

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《2020年中国数字音乐行业分析报告-市场竞争现状与发展商机研究》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/523071523071.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

数字音乐是一种用数字格式存储的，可以通过网络来进行传输的音乐。在我国数字音乐产业链中，主要可以分为音乐创作方、音乐录制方、音乐版权方和音乐分发方，最终应用于行业用户领域。

中国数字音乐产业链

数据来源：公开资料整理

从2014年到2019年我国数字音乐用户规模逐年增长，到2018年达到7.4亿人，较2017年增长4.23%；2019年我国数字音乐用户规模增长至7.7亿人，同比增长4.05%；预计到2020年我国数字音乐用户规模将达到7.8亿人次左右。

2014-2020年中国数字音乐用户规模及预测

数据来源：公开资料整理

在行业用户规模的增长的同时，我国数字音乐付费用户规模持续上升，到2018年用约达3877万人，同比增长41.14%，付费渗透率为5.3%；2019年我国数字音乐付费用户规模达到4772万人，同比增长23.08%，渗透率上升至6.3%；预计2020年中国数字音乐付费用户规模将达到6183万人，渗透率约达8%左右。

2013-2020年中国数字音乐付费用户规模及渗透率

数据来源：公开资料整理

随着用户规模及付费渗透率的上升，我国数字音乐市场规模也稳定的增长，到2018年我国数字音乐市场规模达到812亿元，同比增长5.52%；2019年中国数字音乐市场规模达到664亿元，同比增长8.5%；预计到2020年我国数字音乐市场规模将突破700亿元。

2014-2020年中国数字音乐市场规模及预测

数据来源：公开资料整理

在我国数字音乐整体产业市场规模中，2019年泛娱乐音乐直播排名第一，市场规模达到397.3亿元，占整体行业比重的50%以上；其次是在线K歌，市场规模占比为20.1%；然后是短视频音乐直播与数字音乐收入，市场规模占比分别为13.77%、13.39%。

2019年中国数字音乐产业市场规模构成

数据来源：公开资料整理

从行业平台上来看，我国数字音乐市场渗透率最高的平台是QQ音乐，占整体市场比重的40.7%；酷狗音乐排名第二，渗透率占比为25.4%；然后是网易云音乐和酷我音乐，占比分别为15.6%、10.0%；其他音乐平台市场渗透率较低，共占8.3%。

中国数字音乐平台市场渗透率占比

数据来源：公开资料整理

在网络用户活跃度上，2020年上半年，酷狗音乐和QQ音乐位居第一梯队，排名第一，月活用户数在26000万人以上；酷我音乐和网易云音乐位于第二梯队，月活用户数分别为16

422.9万人和13834.4万人；其他APP月活用户数相对较少，均在5000万人以下。

2020年H1中国主要数字音乐APP月活用户数

数据来源：公开资料整理

近年来，国家先后出台相关政策，为数字音乐产业的发展保驾护航，2017年5月，《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》发布，首次将“音乐产业发展”列入“重大文化产业工程”；到2020年5月，全国人大代表提交了《关于促进我国数字音乐发展开放著作权集体管理竞争》的议案，建议完善线上音乐付费机制，提高网络音乐付费率。

2015-2020年中国数字音乐相关政策

时间

政策

具体内容

2015年7月

《关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐的通知》
开展“剑网2015”专项行动，责令未经授权网络音乐提供商停止服务。

2015年11月

《关于加强和改进网络音乐内容管理工作的通知》
要求要建立网络音乐自审工作流程和责任制度，并严格按照文化行政部门同意制定的内容审核标准和规范。

2015年12月

《关于大力推进我国音乐产业发展的若干意见》
加强版权保护和市场监管。推动《著作权法》的第三次修订，加强对音乐作品特别是数字音乐作品的版权保护。

2017年2月

《关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》
成为首个明确提出“数字文化产业”概念的政策文件，涵盖动漫游戏、网络文学、网络音乐、网络视频等数字文化产品。

2017年5月

《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》
首次将“音乐产业发展”列入“重大文化产业工程”

2019年

《关于强化知识产权保护的意见》
明确提出加大文化市场知识产权之大力度，深入开展数字音乐、网络表演和网络动漫市场规范整治行动,严查侵犯支持产权案件并持续推进落实。

2020年5月

提交《关于促进我国数字音乐发展开放著作权集体管理竞争》的建议

全国人大代表关注数字音乐发展，建议完善线上音乐付费机制，提高网络音乐付费率。数据来源：公开资料整理（LJ）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国数字音乐行业分析报告-市场竞争现状与发展商机研究》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。

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家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 2017-2020年中国数字音乐行业发展概述

第一节 数字音乐行业发展情况概述

- 一、数字音乐行业相关定义
- 二、数字音乐行业基本情况介绍
- 三、数字音乐行业发展特点分析

第二节 中国数字音乐行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、数字音乐行业产业链条分析

三、中国数字音乐行业上游环节分析

四、中国数字音乐行业下游环节分析

第三节 中国数字音乐行业生命周期分析

一、数字音乐行业生命周期理论概述

二、数字音乐行业所属的生命周期分析

第四节 数字音乐行业经济指标分析

一、数字音乐行业的赢利性分析

二、数字音乐行业的经济周期分析

三、数字音乐行业附加值的提升空间分析

第五节 中国数字音乐行业进入壁垒分析

一、数字音乐行业资金壁垒分析

二、数字音乐行业技术壁垒分析

三、数字音乐行业人才壁垒分析

四、数字音乐行业品牌壁垒分析

五、数字音乐行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球数字音乐行业市场发展现状分析

第一节 全球数字音乐行业发展历程回顾

第二节 全球数字音乐行业市场区域分布情况

第三节 亚洲数字音乐行业地区市场分析

一、亚洲数字音乐行业市场现状分析

二、亚洲数字音乐行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲数字音乐行业市场前景分析

第四节 北美数字音乐行业地区市场分析

一、北美数字音乐行业市场现状分析

二、北美数字音乐行业市场规模与市场需求分析

三、北美数字音乐行业市场前景分析

第五节 欧盟数字音乐行业地区市场分析

一、欧盟数字音乐行业市场现状分析

二、欧盟数字音乐行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟数字音乐行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界数字音乐行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球数字音乐行业市场规模预测

第三章 中国数字音乐产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品数字音乐总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国数字音乐行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国数字音乐产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国数字音乐行业运行情况

第一节 中国数字音乐行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析
- 四、行业发展动态

第二节 中国数字音乐行业市场规模分析

第三节 中国数字音乐行业供应情况分析

第四节 中国数字音乐行业需求情况分析

第五节 中国数字音乐行业供需平衡分析

第六节 中国数字音乐行业发展趋势分析

第五章 中国数字音乐所属行业运行数据监测

第一节 中国数字音乐所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国数字音乐所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国数字音乐所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国数字音乐市场格局分析

第一节 中国数字音乐行业竞争现状分析

一、中国数字音乐行业竞争情况分析

二、中国数字音乐行业主要品牌分析

第二节 中国数字音乐行业集中度分析

一、中国数字音乐行业市场集中度分析

二、中国数字音乐行业企业集中度分析

第三节 中国数字音乐行业存在的问题

第四节 中国数字音乐行业解决问题的策略分析

第五节 中国数字音乐行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国数字音乐行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020年中国数字音乐行业需求特点与动态分析

第一节 中国数字音乐行业消费者基本情况

第二节 中国数字音乐行业消费者属性及偏好调查

第三节 数字音乐行业成本分析

第四节 数字音乐行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节 中国数字音乐行业价格现状分析

第六节 中国数字音乐行业平均价格走势预测

- 一、中国数字音乐行业价格影响因素
- 二、中国数字音乐行业平均价格走势预测
- 三、中国数字音乐行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国数字音乐行业区域市场现状分析

第一节 中国数字音乐行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区数字音乐市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区数字音乐市场规模分析
- 四、华东地区数字音乐市场规模预测

第三节 华北地区市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区数字音乐市场规模分析
- 四、华北地区数字音乐市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区数字音乐市场规模分析
- 四、华南地区数字音乐市场规模预测

第九章 2017-2020年中国数字音乐行业竞争情况

第一节 中国数字音乐行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国数字音乐行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国数字音乐行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 数字音乐行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国数字音乐行业发展前景分析与预测

第一节 中国数字音乐行业未来发展前景分析

一、数字音乐行业国内投资环境分析

二、中国数字音乐行业市场机会分析

三、中国数字音乐行业投资增速预测

第二节 中国数字音乐行业未来发展趋势预测

第三节 中国数字音乐行业市场发展预测

- 一、中国数字音乐行业市场规模预测
- 二、中国数字音乐行业市场规模增速预测
- 三、中国数字音乐行业产值规模预测
- 四、中国数字音乐行业产值增速预测
- 五、中国数字音乐行业供需情况预测

第四节 中国数字音乐行业盈利走势预测

- 一、中国数字音乐行业毛利润同比增速预测
- 二、中国数字音乐行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国数字音乐行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 数字音乐产业投资面临的机遇

- 一、政策机遇
- 二、技术创新机遇
- 三、市场机遇
- 四、其他机遇

第二节 数字音乐行业投资风险分析

- 一、数字音乐行业政策风险分析
- 二、数字音乐行业技术风险分析
- 三、数字音乐行业竞争风险分析
- 四、数字音乐行业其他风险分析

第三节 数字音乐行业企业经营发展分析及建议

- 一、数字音乐行业经营模式
- 二、数字音乐行业销售模式
- 三、数字音乐行业创新方向

第四节 数字音乐行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国数字音乐行业发展战略及规划建议

第一节 中国数字音乐行业品牌战略分析

- 一、数字音乐企业品牌的重要性
- 二、数字音乐企业实施品牌战略的意义
- 三、数字音乐企业品牌的现状分析

四、数字音乐企业的品牌战略

五、数字音乐品牌战略管理的策略

第二节 中国数字音乐行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国数字音乐行业战略综合规划分析

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

第十四章 2021-2026年中国数字音乐行业发展策略及投资建议

第一节 中国数字音乐行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国数字音乐行业定价策略分析

第三节 中国数字音乐行业营销渠道策略

一、数字音乐行业渠道选择策略

二、数字音乐行业营销策略

第四节 中国数字音乐行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国数字音乐行业重点投资区域分析

二、中国数字音乐行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinxiang/523071523071.html>