

中国数字音乐市场现状分析及投资价值评估报告 (2014-2018)

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《中国数字音乐市场现状分析及投资价值评估报告（2014-2018）》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/177257177257.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

中国报告网发布的《中国数字音乐市场现状分析及投资价值评估报告（2014-2018）》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、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研究分析。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。

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。

目 录

第一章 2011-2012年世界数字音乐市场运行动态分析	1
第一节 2011-2012年世界数字音乐市场运行概况	1
一、全球数字娱乐大幅增长	1
二、全球数字音乐销售情况分析	1
三、新商业模式推进数字音乐产业发展	2
四、唱片公司拟在网上采用捆绑策略销售歌曲	4
第二节 2011-2012年世界在线音乐市场运行透析	4
一、国外在线音乐主要商业发展模式	4
二、全球在线音乐市场规模及预测	6
三、美国在线音乐市场规模情况	6
第三节 2011-2012年世界无线音乐市场运行探析	8
一、全球无线音乐业务特点分析	8
二、美国移动音乐市场出现新产品模式	8
三、日韩无线音乐下载业务扫描	9
四、全球无线音乐市场规模预测	10
第四节 2011-2012年全球数字音乐市场竞争格局分析	11
一、世界数字音乐市场竞争日渐激烈	11
二、数字音乐领域多家厂商纷纷挑战苹果霸主地位	12
三、未来数字音乐市场竞争决战商业模式	12
第五节 2013-2017年世界数字音乐市场前景预测分析	13
第二章 2011-2012年世界部分国家数字音乐产业运行透析	14

第一节 美国 14

- 一、美国数字音乐销量分析 14
- 二、美国唱片及数字音乐市场发展状况 14
- 三、美国数字音乐消费人数持续上升 15
- 四、美国移动数字音乐市场又出现了一种新的产品模式 15
- 五、近三年美国数字音乐市场消费同比分析 15
- 六、美国音乐组织就在线音乐版权费问题达成协议 16

第二节 英国 17

- 一、英国数字音乐消费分析 17
- 二、英国数字音乐下载增长情况 17
- 三、英国唱片业积极探索数字音乐发行新模式 18
- 四、英国数字音乐调查分析 19

第三节 其他国家 19

- 一、德国数字音乐下载市场增长情况 19
- 二、俄罗斯数字音乐商店市场概况 19
- 三、韩国数字音乐市场发展概况 21
- 四、韩国迎来数字化付费音乐时代 21

第三章 2012-2013年中国数字音乐产业运行环境分析 23

第一节 2012年中国宏观经济环境分析 23

- 一、GDP历史变动轨迹分析 23
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 30
- 三、2013年中国经济发展预测分析 33

第二节 2012年中国数字音乐产业政策环境分析 35

- 一、数字音乐新标准分析 35
- 二、数字音乐政策分析 35
- 三、相关产业政策影响分析 37

第三节 2012年中国数字音乐产业技术环境分析 38

第四节 2012年中国数字音乐产业社会环境分析 38

- 一、人口环境分析 38
- 二、教育环境分析 39
- 三、文化环境分析 39
- 四、居民的各种消费观念和习惯 41

第四章 2012-2013年中国数字音乐产业运行形势分析 45

第一节 2012-2013年中国数字音乐产业动态分析 45

- 一、“中国数字音乐年度盛典”聚焦 45

- 二、中国国际数字音乐论坛”热点透析 45
- 三、原创音乐加快数字化转型 46
- 第二节 2012-2013年中国数字音乐市场发展概况 48
 - 一、中国数字音乐产业的演进 48
 - 二、数字音乐步入“专辑时代” 50
 - 三、深圳数字音乐产业极具发展优势 51
- 第三节 2012-2013年中国数字音乐市场经营情况解析 53
 - 一、数字音乐网站主要经营模式 53
 - 二、数字音乐与传统唱片的较量 54
 - 三、数字音乐“第三方力量”发展探析 57
 - 四、探析数字音乐个性化推荐系统 59
 - 五、大国投资滚石进军数字音乐 62
- 第五章 2012-2013年中国数字音乐产业市场动态分析 64
 - 第一节 2012-2013年中国数字音乐产业市场概况 64
 - 一、2012年中国数字音乐市场规模 64
 - 二、“音乐入口”模式的显现 65
 - 三、三大阵营托起数字音乐市场 65
 - 第二节 2011-2012年中国数字音乐产业市场销售分析 66
 - 第三节 2011-2012年中国数字音乐市场面临的问题及发展策略 68
 - 一、中国数字音乐产业发展的制约因素 68
 - 二、人才成数字音乐市场发展瓶颈 70
 - 三、数字音乐领域赢利模式的困惑 71
 - 四、中国数字音乐产业的发展对策 72
- 第六章 2011-2012年中国数字音乐的版权问题探讨 75
 - 第一节 2011-2012年数字音乐盗版状况分析 75
 - 一、全球数字音乐盗版市场情况 75
 - 二、全球音乐非法下载市场现状 75
 - 三、搜索引擎对盗版数字音乐传播影响较大 75
 - 四、版权问题抑制数字音乐市场发展 78
 - 五、数字音乐相关企业探索新模式跨越版权门槛 78
 - 第二节 2011-2012年中国正版数字音乐发展分析 79
 - 一、中国正版数字音乐发展面临较大困难 79
 - 二、酷狗与华纳合作共推我国正版数字音乐发展 80
 - 三、我国正版数字音乐市场消费习惯调查分析 80
 - 第三节 2011-2012年中国数字音乐版权管理发展分析 81

- 一、从百代与苹果合作模式分析数字版权管理 81
- 二、从卡拉OK到百度看我国数字音乐版权发展 81
- 三、文化部将出台网络音频版权管理办法打破格局 84
- 四、中国保护数字音乐版权存在的障碍及发展出路 84
- 第七章 2011-2012年中国在线音乐产业市场态势分析 88
- 第一节2011-2012年中国在线音乐发展概况 88
- 一、中国在线音乐产业链的新构成 88
- 二、中国付费在线音乐下载增长缓慢 89
- 三、在线音乐用户常用的影音播放软件 91
- 四、中国在线音乐市场商业模式探索 91
- 五、用户对在线音乐满意度调查分析 92
- 第二节2011-2012年我国主要类型在线音乐服务提供商分析 93
- 一、下载类的音乐服务 93
- 二、在线类的音乐服务 94
- 三、背景音类的音乐服务 95
- 四、搜索类的音乐服务 95
- 五、广播类的音乐服务 96
- 六、从服务提供商透视在线音乐的发展 96
- 第三节2011-2012年中国在线音乐发展面临的问题及对策 96
- 一、我国在线音乐的发展瓶颈 96
- 二、在线音乐发展的突破点 97
- 三、产业链调整整合将是中国在线音乐的发展方向 98
- 第八章 2011-2012年中国无线音乐产业市场走势分析 100
- 第一节2011-2012年中国无线音乐发展分析 100
- 一、3G商用对无线音乐产业的影响浅析 100
- 二、无线音乐市场未来运营模式探析 101
- 第二节2011-2012年中国无线音乐运营商、服务商发展动态 104
- 一、音乐出版商联盟手机运营商向苹果IPHONE宣战 104
- 二、我国运营商牵手唱片公司进军数字音乐市场 104
- 三、结信牵手中国移动打造无线音乐搜索 106
- 第三节2011-2012年中国无线音乐发展面临的问题 107
- 一、我国无线音乐发展的制约因素 107
- 二、我国无线音乐市场运作中存在的问题 107
- 三、无线音乐下载业务面临的挑战 108
- 第四节2011-2012年中国无线音乐发展对策及趋势 109

- 一、无线音乐应从版权和应用两方面谋求发展 109
- 二、无线数字音乐发行成功的要素 112
- 三、3G时代无线音乐企业发展建议 113
- 四、无线音乐业务发展趋势分析 115
- 第九章 2011-2012年中国数字音乐产业市场竞争格局分析 117
 - 第一节 2011-2012年中国数字音乐市场竞争格局分析 117
 - 一、世界数字音乐市场竞争日渐激烈 117
 - 二、数字音乐领域多家厂商纷纷挑战苹果霸主地位 117
 - 三、未来数字音乐市场竞争决战商业模式 118
 - 第二节 2011-2012年中国数字音乐市场竞争动态分析 118
 - 一、数字音乐竞争激烈逼近行业洗牌 118
 - 二、国内数字音乐各方博弈 120
 - 三、亚马逊推数字音乐服务 122
 - 第三节 2011-2012年中国数字音乐提升产品竞争力策略分析 122
- 第十章 2011-2012年世界数字音乐商家经营情况解析 124
 - 第一节 苹果 124
 - 一、公司概况 124
 - 二、苹果ITUNES成美国最大音乐零售商 125
 - 三、2011-2012年苹果在线音乐ITUNES产品价格分析 125
 - 四、苹果将逐步解除数字音乐版权限制 126
 - 第二节 亚马逊 127
 - 一、公司概况 127
 - 二、亚马逊收购AUDIBLE.COM增强数字内容下载领域的竞争力 128
 - 三、亚马逊欲撼动苹果ITUNES数字音乐霸主地位 129
 - 第三节 微软 131
 - 一、公司概况 131
 - 二、微软数字音乐领域发展探析 131
 - 三、微软加强对数字音乐市场的争夺 132
 - 第四节 GOOGLE 133
 - 一、公司概况 133
 - 二、谷歌中国推出“正版免费”在线音乐搜索 134
 - 三、谷歌为在线数字音乐提供新广告分成模式 135
 - 第五节 诺基亚 138
 - 一、公司概况 138
 - 二、诺基亚推广在线音乐商店 138

三、诺基亚启动“COMES WITH MUSIC”数字音乐服务 139

第六节 其他企业动态 140

- 一、华纳索尼联手进军数字音乐 140
- 二、百思买收购NAPSTER进军数字音乐市场 140
- 三、MYSPACE和华纳音乐合作发展数字音乐 141
- 四、索尼关闭TOTAL MUSIC在线音乐订阅服务 142
- 五、雅虎联合第三方推出新版在线音乐服务 143
- 六、全球主要唱片公司将打造数字音乐平台 143

第十一章 2011-2012年中国数字音乐主要服务商及运营商经营竞争力分析 145

第一节 A8电媒音乐控股有限公司 145

- 一、企业基本概况 145
- 二、2011-2012年A8音乐经营状况分析 145
- 三、经济危机下A8音乐发展分析 146
- 四、A8音乐携手台湾华研抢占3G数字音乐市场 147
- 五、A8音乐华南数字音乐基地正式启动建设 147

第二节 无线星空 148

- 一、企业基本概况 148
- 二、无线星空在数字音乐领域迅速成长 149
- 三、金融危机下无线星空逆势扩张 150

第三节 新浪 151

- 一、企业基本概况 151
- 二、新浪联合五大唱片公司打造数字音乐新平台 151
- 三、新浪音乐大力推出MYCD业务 152

第四节 中国移动 153

- 一、企业基本概况 153
- 二、中国移动无线音乐门户 154
- 三、中国移动“无线音乐随身听”业务发展分析 155
- 四、中国移动谋做无线音乐最大分销商 156
- 五、中国移动：数字音乐前景广阔 156

第五节 中国联通 156

- 一、企业基本概况 156
- 二、联通携手华纳进军无线音乐市场 157
- 三、中国联通无线音乐业务经营分析 157

第六节 腾讯 158

- 一、企业基本概况 158

- 二、腾讯走数字音乐正版化之路 159
- 三、腾讯数字音乐：探索在线音乐市场 159
- 第七节 其它公司动态分析 160
 - 一、索雅与空中网联合拓展数字音乐市场 160
 - 二、音著协与源泉联手共建数字音乐健康推广模式 160
 - 三、源泉与微软合作在线销售欧美音乐 161
- 第十二章 2013-2017年中国数字音乐市场前景趋势分析 163
 - 第一节 2013-2017年中国数字音乐市场前景分析 163
 - 一、全球数字音乐市场预测 163
 - 二、中国数字音乐产业展望 163
 - 第二节 2013-2017年中国数字音乐市场发展趋势 164
 - 一、未来数字音乐将多种服务模式并行 164
 - 二、内容结合服务是大势所趋 165
 - 三、透视数字音乐市场里的桌面化与网络化发展趋势 166
 - 第三节 2013-2017年中国数字音乐市场盈利预测分析 170
 - 一、未来中国数字音乐市场规模预测 170
 - 二、未来中国数字音乐市场盈利预测分析 171
- 第十三章 2013-2017年中国数字音乐产业投资前景预测 172
 - 第一节 2011-2012年中国数字音乐产业投资环境分析 172
 - 第二节 2013-2017年中国数字音乐产业投资机会分析 172
 - 一、数字音乐项目投资升温 172
 - 二、制胜终端：数字音乐新机会 173
 - 第三节 2013-2017年中国数字音乐产业投资风险分析 174
 - 一、数字音乐产业竞争风险 174
 - 二、数字音乐产业技术风险 174
 - 三、数字音乐产业进入退出风险 174
 - 第四节 专家投资建议 175

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinxiang/177257177257.html>