

中国 数字音乐行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2024-2031年）

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 数字音乐行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202411/735702.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

前言：近年来，我国数字音乐行业市场规模快速增长，截止2023年市场规模达到1907.5亿元，但是增速出现一定波动。同时，数字音乐平台歌曲总量不断增加，2023年累计总量约为2.13亿首。随着消费者听歌方式、习惯已经发生转变，抖音、快手等平台对音乐受众的分流效应也日益显著。不过，网易云、QQ音乐、酷狗音乐的版权鏖战始终存在，数字音乐平台该如何破局？

1、我国在线音乐市场稳健增长，但增速出现一定波动

从2018年至今，我国数字音乐行业市场规模快速增长，截止2023年市场规模达到1907.5亿元，但是增速出现一定波动。具体来看，2018-2020年数字音乐市场规模增速从17.1%增长至28.9%，随后增速小幅下降，2021年为21.1%，2022年进一步降至16.8%，其主要原因是受疫情宅家带来的线上红利期、消费者需求呈现阶段性的变化及音乐技术的创新等因素影响。不过，2023年，受在线音乐用户付费意愿持续提升、版权环境的改善以及AIGC浪潮下的技术创新等影响，数字音乐市场增速回升至22.1%。

数据来源：观研天下整理

其中，2023年，我国在线音乐市场增速也创下历史新高，为33.1%，市场规模达到239.8亿元；音乐直播市场增速同比也实现两位数增长，为31.5%，市场规模为1072.2亿元。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

2、数字音乐平台歌曲总量持续增加，增速加快

与此同时，2020-2023年，我国数字音乐平台歌曲总量不断增加。根据数据显示，2023年，我国数字音乐平台歌曲累计总量约为2.13亿首，2023年比2022年增加了约8100万首。从市场增速来看，2020-2021年，歌曲总量增长约36%，2021-2022年增长约37.5%。

数据来源：观研天下整理

3、音乐短视频、社交音乐平台对传统数字音乐APP产生用户分流

目前，市面上常见的音乐平台可大致分为三类：以音乐在线播放功能为主的传统数字音乐流媒体平台、将音乐与短视频融合的短视频音乐平台，以及结合音乐播放和传播等多种功能的社交性音乐平台。随着消费者听歌方式、习惯已经发生转变，一些其他平台对音乐受众的分流效应也日益显著。例如，近些年抖音、快手等短视频应用逐渐成为年轻人发现和消费音乐的重要渠道，而且这些平台还为用户提供更加碎片化、社交化的音乐体验。

因此，自2018年以来，我国音乐短视频市场规模持续扩大，从152.3亿元增长至2023年的48

9.1亿元，显示出市场的强劲增长势头。不过，市场增速却呈现出逐年放缓的趋势，从2018年的18.9%增长至2019年的33%，随后逐年下降至2023年的19.2%，但也说明市场正在逐渐成熟，增长速度趋于平稳。

数据来源：观研天下整理

而不同的短视频平台，也有着不同的音乐策略。例如，字节跳动推出“汽水音乐”APP，通过“免费+广告”的模式抢占市场；快手从版权和创作入手，与上百家音乐版权公司达成合作，平台上近50%歌曲使用量由非爆款歌曲贡献。

从2020年起加大音乐垂类运营的小红书，首先邀请一批说唱歌手入驻，包括刘聪、小鬼王琳凯、马思唯、梁维嘉、李大奔等。待这些歌手发布的内容取得良好效果后，再将品类拓展至电音、乐队、古典、黑胶、氛围音乐等各个细分垂类，同时举办音乐活动以吸引更多音乐人、厂牌、演出主办方等入驻。

而当用户的听歌习惯、注意力一旦发生结构性变化，网易云音乐、QQ音乐、酷狗音乐这些传统数字音乐平台的用户就会被分流。

4、网易云、QQ音乐、酷狗音乐的版权鏖战始终存在，数字音乐平台该如何破局？

在线音乐正版化是构建音乐付费的基石，所以版权是各大数字音乐平台竞争力的关键。而现如今，我国各大数字音乐平台仍然因版权纠纷引战。版权转售事宜上也互有攻防，其中以拥有最多独家版权的腾讯音乐娱乐集团和“新贵”网易云音乐争夺最为激烈。腾讯音乐娱乐集团曾先后三次以版权为由，要求网易云音乐下架歌曲。

最终在国家版权局的“调解”下，腾讯音乐娱乐集团与网易云音乐就网络音乐版权合作事宜达成一致，双方将相互授权占各自独家数量99%以上的音乐作品，并商定进行音乐版权的长期合作。但这仅剩的1%则是各个平台最为核心和差异化的版权，比如周杰伦的作品。其实，早在2010年，酷狗音乐就曾公开指责腾讯旗下QQ音乐抄袭其“歌词逐字精准”技术。

我国主要数字音乐平台因版权纠纷问题梳理

时间

事件

2010年

酷狗音乐就曾公开指责腾讯旗下QQ音乐抄袭其“歌词逐字精准”技术

2014年12月

网易云音乐因200首作品涉嫌侵权，被酷狗音乐起诉，之后网易云音乐反诉酷狗音乐侵权

2019年11月

中国裁判文书网披露，腾讯音乐与网易云音乐因周杰伦作品产生版权纠纷。一案审理终结，腾讯音乐获赔85万元

2021年2月

网易云音乐官方微博曾发布过一封致酷狗音乐的公开信，表示酷狗音乐一直以将网易云音乐

新功能“酷狗化”为首要目标和工作方向

2022年4月

网易云音乐发布《网易云音乐关于起诉腾讯音乐不正当竞争的声明》，从跟随式抄袭产品创新、非法盗播无授权歌曲、批量化冒名洗歌，再到“分区域播放”逃避监管，列出腾讯音乐的诸多不正当竞争行为，并表示已正式提起诉讼

资料来源：观研天下整理

除了版权之外，一些播放器、播放页面等创新，也是各大平台争吵的原因。例如，11月25日，网易云音乐发布长文公开指责QQ音乐“抄袭”其音乐播放器DIY功能以及其他原创设计。而酷狗音乐在微博上“正面硬刚”网易云音乐称：“话说，自定义播放器背景的DIY功能不是我先做的么？”并附了2023年10月发布的关于介绍自定义播放器的视频。此外，网易云音乐还声明详细回顾QQ音乐近年来的“模仿”，例如“模仿”网易云音乐的黑胶播放页面、一起听、故宫主题播放器等。

不难发现，各大音乐平台之间的模仿、指责、抄袭，其根源在于整个行业无论是创新空间还是发展空间都已接近天花板。

面对随着市场的逐渐饱和，数字音乐平台该如何破局？目前，版权充足的曲库仍然是提高自身竞争力的关键，但是更新会员与推荐机制、创新音乐场景及VRAR与AI音乐等方面也重要

。

数字音乐平台破局策略

策略

简介

联合活动与演出

通过平台间互联互通，拓展音乐场景。例如多个平台可联合策划虚拟演唱会，让不同平台的用户能够一起在线观看，并进行互动

丰富会员权益

提供更多个性化的订阅选项或增值服务。例如提供*内容访问、线下活动参与权、高品质音乐体验等

更多跨界合作

与视频、游戏及其他数字媒体结合。例如游戏中的背景音乐选择，让玩家自由选择自己喜欢的音轨，提高平台曝光率

引入VR、AR技术

例如可以利用VR技术举办沉浸式演唱会，使用户能够在虚拟环境中享受现场表演；通过地理位置服务，将AR技术应用于现实场景中，在特定地点收听相关歌曲或查看相关信息

资料来源：观研天下整理（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国 数字音乐行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2024-2031年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023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 特点分析
- 三、 数字音乐 行业基本情况介绍
- 四、 数字音乐 行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、 数字音乐 行业需求主体分析

第二节 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

第三节 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

第二章 2019-2023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 行业市场规模与区域分布情况

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 欧洲 数字音乐 行业地区市场分析

- 一、欧洲 数字音乐 行业市场现状分析
- 二、欧洲 数字音乐 行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲 数字音乐 行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界 数字音乐 行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球 数字音乐 行业市场规模预测

第三章 中国 数字音乐 行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对 数字音乐 行业的影响分析

第三节 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
- 三、主要行业标准

第四节 政策环境对 数字音乐 行业的影响分析

第五节 中国 数字音乐 行业产业社会环境分析

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

第二节 中国 数字音乐 行业市场规模分析

- 一、影响中国 数字音乐 行业市场规模的因素
- 二、中国 数字音乐 行业市场规模
- 三、中国 数字音乐 行业市场规模解析

第三节 中国 数字音乐 行业供应情况分析

- 一、中国 数字音乐 行业供应规模
- 二、中国 数字音乐 行业供应特点

第四节 中国 数字音乐 行业需求情况分析

一、中国 数字音乐 行业需求规模

二、中国 数字音乐 行业需求特点

第五节 中国 数字音乐 行业供需平衡分析

第五章 中国 数字音乐 行业产业链和细分市场分析

第一节 中国 数字音乐 行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、 数字音乐 行业产业链图解

第二节 中国 数字音乐 行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对 数字音乐 行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对 数字音乐 行业的影响分析

第三节 我国 数字音乐 行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国 数字音乐 行业市场竞争分析

第一节 中国 数字音乐 行业竞争现状分析

一、中国 数字音乐 行业竞争格局分析

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 行业市场集中度影响因素分析

二、中国 数字音乐 行业市场集中度分析

第三节 中国 数字音乐 行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国 数字音乐 行业模型分析

第一节 中国 数字音乐 行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国 数字音乐 行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国 数字音乐 行业SWOT分析结论

第三节 中国 数字音乐 行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023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 行业市场动态情况

第二节 中国 数字音乐 行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 数字音乐 行业成本结构分析

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 行业平均价格趋势分析

二、中国 数字音乐 行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国 数字音乐 行业所属行业运行数据监测

第一节 中国 数字音乐 行业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 行业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 行业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

第十章 2019-2023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析

一、影响 数字音乐 行业区域市场分布的因素

二、中国 数字音乐 行业区域市场分布

第二节 中国华东地区 数字音乐 行业市场分析

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 行业市场分析

(1) 华东地区 数字音乐 行业市场规模

(2) 华东地区 数字音乐 行业市场现状

(3) 华东地区 数字音乐 行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区 数字音乐 行业市场分析

(1) 华中地区 数字音乐 行业市场规模

(2) 华中地区 数字音乐 行业市场现状

(3) 华中地区 数字音乐 行业市场规模预测

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 行业市场分析

(1) 华南地区 数字音乐 行业市场规模

(2) 华南地区 数字音乐 行业市场现状

(3) 华南地区 数字音乐 行业市场规模预测

第五节 华北地区 数字音乐 行业市场分析

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 行业市场分析

(1) 华北地区 数字音乐 行业市场规模

(2) 华北地区 数字音乐 行业市场现状

(3) 华北地区 数字音乐 行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区 数字音乐 行业市场分析

(1) 东北地区 数字音乐 行业市场规模

(2) 东北地区 数字音乐 行业市场现状

(3) 东北地区 数字音乐 行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区 数字音乐 行业市场分析

(1) 西南地区 数字音乐 行业市场规模

(2) 西南地区 数字音乐 行业市场现状

(3) 西南地区 数字音乐 行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区 数字音乐 行业市场分析

(1) 西北地区 数字音乐 行业市场规模

(2) 西北地区 数字音乐 行业市场现状

(3) 西北地区 数字音乐 行业市场规模预测

第十一章 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、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031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 行业规模发展预测

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

第十三章 2024-2031年中国 数字音乐 行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 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

第二节 数字音乐 行业风险分析

一、 数字音乐 行业宏观环境风险

二、 数字音乐 行业技术风险

三、 数字音乐 行业竞争风险

四、 数字音乐 行业其他风险

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

第十四章 2024-2031年中国 数字音乐 行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国 数字音乐 行业研究综述

一、 行业投资价值

二、 行业风险评估

第二节 中国 数字音乐 行业进入策略分析

一、 行业目标客户群体

二、 细分市场选择

三、 区域市场的选择

第三节 数字音乐 行业营销策略分析

一、 数字音乐 行业产品策略

二、 数字音乐 行业定价策略

三、 数字音乐 行业渠道策略

四、 数字音乐 行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202411/735702.html>