

2020年中国电子音乐市场调研报告- 产业竞争格局与前景评估预测

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年中国电子音乐市场调研报告-产业竞争格局与前景评估预测》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/wentiule/526022526022.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

电子音乐是制作者使用电吉他、电贝斯、电钢琴、特雷门琴、效果器、合成器等电子乐器及电子音乐技术制作而成的音乐。

电子乐器种类

数据来源：公开资料整理

按照制作手段和演出方式分类，电子音乐可分为电子声学音乐（工作室音乐）、磁带音乐、现场电子音乐。电子声学音乐主要由作曲家和工程师共同完成，现场电子音乐则是电子声学音乐和演奏家现场表演结合而成的音乐。

电子音乐分类

数据来源：公开资料整理

电子音乐风格主要包括House、Techno、Trance、Dubstep、Trap。House即浩室舞曲，源自Disco舞曲文化，是电子音乐人可在房间独立完成乐曲制作的音乐，其分支有Ambient House、Deep House和Acid House；Techno即科技舞曲，是电脑和合成器合成的多种特殊音效组合而成的音乐；Trance即迷幻舞曲，是从德国高科技舞曲和硬核音乐中分离出来的，其分支包括Progressive Trance、Tech Trance、Acid Trance；Dubstep即回响贝斯，分支包括Melodic Dubstep、Brostep等；Trap即陷阱舞曲，风格多变，听感阴暗。

电子音乐风格分类

数据来源：公开资料整理

近年来，我国网络渗透率不断提高，根据数据显示，2019年上半年我国互联网普及率为61.2%，2020年上半年我国互联网普及率为67%。网络渗透率的上升，使得人们对电子音乐的接受程度提高，为国内电子音乐行业的发展助力。

2017-2020年H1我国互联网普及率

数据来源：公开资料整理

同时，逐年增长的人均教育文化娱乐支出为电子音乐行业的发展奠定了坚实的物质基础。根据数据显示，2019年，我国人均教育文化娱乐支出为2226元，2020年1-9月，我国人均教育文化娱乐支出为1276元。

2015-2020年1-9月我国教育文化娱乐支出

数据来源：公开资料整理

此外，由于电子音乐版权运营是电音厂商的主要收入来源，因此，近年来我国加大版权保护力度也促进了电子音乐行业的发展。

根据数据显示，2018年，我国电子音乐厂商收入中电子音乐版权运营的占比达到50.4%，电子音乐艺人占比为37.1%，电子音乐制品占比为12.5%。

2018年我国电音厂商收入占比情况

数据来源：公开资料整理

在多重利好因素下，我国电子音乐行业持续向好发展。根据数据显示，2018年，我国电子音乐用户规模为3.5亿人，较上年同比增长34.6%，2019年，我国电子音乐用户规模为*亿人，较上年同比增长**%。

2015-2019年我国电子音乐用户规模及增速

数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国电子音乐行业市场规模为148.1亿元，较上年同比增长43.5%；2019年，我国电子音乐行业市场规模为180.9亿元，较上年同比增长22.1%。预计2020年我国电子音乐行业市场规模将达到221.2亿元。

2015-2020年我国电子音乐行业市场规模、增速及预测

数据来源：公开资料整理

尽管当前我国电子音乐发展迅速，但仍存在成本高昂、市场竞争程度不高等制约因素影响行业发展。

我国电子音乐行业发展制约因素分析

数据来源：公开资料整理

成本方面，随着电子音乐普及，电子音乐爱好者线下活动需求增长，在此情况下，电音节颇受消费者欢迎，但现阶段我国电子音乐市场尚未完全成熟，需要通过引进知名国际电音节IP吸引消费者进行消费，导致电音节成本居高不下，盈利风险扩大，阻碍电子音乐行业的发展。

我国部分电子音乐节成立或引入时间

性质

电音节名称

成立或引入时间

成立

INTRO电音节

2009年

迷笛电子音乐节

2012年

丛林电子音乐节

2015年

MYTH妙电音节

2016年

ISY三亚国际音乐节

2018年

VAC电音节

2018年

引入

Electric Zoo

2016年

Ultra China

2017年

EDC China

2018年

Creamfields China

2018年数据来源：公开资料整理

市场竞争格局方面，近年来，摩登天空、麦爱文化、亚洲星光娱乐、丛林文化等电子音乐厂商先后获得多轮融资，快速占据市场，但目前我国电子音乐市场竞争程度不高，市场处于蓝海阶段，行业仍有较大的进步空间。

我国部分电音厂商基本情况

企业

成立时间

定位

融资轮次

电音节品牌

摩登天空

1997.12

推广国际音乐一体化

C轮

MYTH妙电音节

麦爱文化

2009.05

布局电音全领域

股权融资

INTRO电音节

亚洲星光娱乐

2014.04

全场景IP互动娱乐营销

股权融资

引入Ultra，创立“造痒”电音节

丛林文化

2015.06

大型户外音乐节

A轮

丛林电子音乐节

BHM兄弟时光

2016.09

打造电音文化传播生态系统

-

引入Creamfields奶油田电音节、全球最大Hardstyle电音节品牌Q-dance

中民文化

2017.07

整合全文娱产业链

-

ISY三亚国际音乐节数据来源：公开资料整理（zlj）

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年中国电子音乐市场调研报告-产业竞争格局与前景评估预测》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 电子音乐行业发展概述

第一节 电子音乐行业发展情况概述

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

第二节 中国 电子音乐行业上下游产业链分析

- 一、 产业链模型原理介绍
- 二、 电子音乐行业产业链条分析
- 三、 中国 电子音乐行业上游环节分析
- 四、 中国 电子音乐行业下游环节分析

第三节 中国 电子音乐行业生命周期分析

- 一、 电子音乐行业生命周期理论概述
- 二、 电子音乐行业所属的生命周期分析

第四节 电子音乐行业经济指标分析

- 一、 电子音乐行业的赢利性分析
- 二、 电子音乐行业的经济周期分析
- 三、 电子音乐行业附加值的提升空间分析

第五节 中国 电子音乐行业进入壁垒分析

- 一、 电子音乐行业资金壁垒分析
- 二、 电子音乐行业技术壁垒分析
- 三、 电子音乐行业人才壁垒分析
- 四、 电子音乐行业品牌壁垒分析
- 五、 电子音乐行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球 电子音乐行业市场发展现状分析

第一节 全球 电子音乐行业发展历程回顾

第二节 全球 电子音乐行业市场区域分布情况

第三节 亚洲 电子音乐行业地区市场分析

- 一、 亚洲 电子音乐行业市场现状分析
- 二、 亚洲 电子音乐行业市场规模与市场需求分析
- 三、 亚洲 电子音乐行业市场前景分析

第四节 北美 电子音乐行业地区市场分析

- 一、北美 电子音乐行业市场现状分析
- 二、北美 电子音乐行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美 电子音乐行业市场前景分析
- 第五节 欧盟 电子音乐行业地区市场分析
 - 一、欧盟 电子音乐行业市场现状分析
 - 二、欧盟 电子音乐行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟 电子音乐行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界 电子音乐行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球 电子音乐行业市场规模预测

第三章 中国 电子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 电子音乐总额
 - 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 电子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 电子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 电子音乐行业运行情况

- 第一节 中国 电子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 电子音乐行业市场规模分析

第三节 中国 电子音乐行业供应情况分析

第四节 中国 电子音乐行业需求情况分析

第五节 中国 电子音乐行业供需平衡分析

第六节 中国 电子音乐行业发展趋势分析

第五章 中国 电子音乐所属行业运行数据监测

第一节 中国 电子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 电子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 电子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 电子音乐市场格局分析

第一节 中国 电子音乐行业竞争现状分析

一、中国 电子音乐行业竞争情况分析

二、中国 电子音乐行业主要品牌分析

第二节 中国 电子音乐行业集中度分析

一、中国 电子音乐行业市场集中度分析

二、中国 电子音乐行业企业集中度分析

第三节 中国 电子音乐行业存在的问题

第四节 中国 电子音乐行业解决问题的策略分析

第五节 中国 电子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 电子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 电子音乐行业需求特点与动态分析

第一节 中国 电子音乐行业消费者基本情况

第二节 中国 电子音乐行业消费者属性及偏好调查

第三节 电子音乐行业成本分析

第四节 电子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 电子音乐行业价格现状分析

第六节 中国 电子音乐行业平均价格走势预测

一、中国 电子音乐行业价格影响因素

二、中国 电子音乐行业平均价格走势预测

三、中国 电子音乐行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国 电子音乐行业区域市场现状分析

第一节 中国 电子音乐行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区 电子音乐市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区 电子音乐市场规模分析

四、华东地区 电子音乐市场规模预测

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 电子音乐市场规模分析

四、华北地区 电子音乐市场规模预测

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 电子音乐市场规模分析
- 四、华南地区 电子音乐市场规模预测

第九章 2017-2020年中国 电子音乐行业竞争情况

第一节 中国 电子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 电子音乐行业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 电子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 电子音乐行业企业分析（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 电子音乐行业发展前景分析与预测

第一节 中国 电子音乐行业未来发展前景分析

- 一、电子音乐行业国内投资环境分析
- 二、中国 电子音乐行业市场机会分析
- 三、中国 电子音乐行业投资增速预测

第二节 中国 电子音乐行业未来发展趋势预测

第三节 中国 电子音乐行业市场发展预测

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

第四节 中国 电子音乐行业盈利走势预测

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

第十二章 2021-2026年中国 电子音乐行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 电子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 电子音乐行业投资风险分析

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

第三节 电子音乐行业企业经营发展分析及建议

- 一、电子音乐行业经营模式
- 二、电子音乐行业销售模式

三、电子音乐行业创新方向

第四节 电子音乐行业应对策略

- 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 电子音乐行业发展战略及规划建议

第一节 中国 电子音乐行业品牌战略分析

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

第二节 中国 电子音乐行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国 电子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 电子音乐行业发展策略及投资建议

第一节 中国 电子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 电子音乐行业定价策略分析

第三节 中国 电子音乐行业营销渠道策略

一、 电子音乐行业渠道选择策略

二、 电子音乐行业营销策略

第四节 中国 电子音乐行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、 中国 电子音乐行业重点投资区域分析

二、 中国 电子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/wentiyule/526022526022.html>