

2021-2027年中国音乐行业 前景展望与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国音乐行业前景展望与行业竞争对手分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202108/234036.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

音乐是一门艺术，是由有组织的乐音来表达人们思想感情、反映人类现实生活情感的艺术（英名称：music；法文名称：musique；意大利文：musica）。

音乐可以分为声乐和器乐两大类型，又可以粗略的分为古典音乐、民间音乐、原生态音乐、现代音乐（包括流行音乐）等。在艺术类型中，音乐具有抽象性，音乐从历史发展上可分为东方音乐和西方音乐。东方以中国汉族音乐为首的中国古代理论基础是五声音阶，即宫、商、角、徵、羽，西方是以七声音阶为主。音乐让人赏心悦目，并为大家带来听觉的享受。音乐能提高人的审美能力，净化人们的心灵，树立崇高的理想。我们通过音乐来抒发我们的情感，使我们的很多情绪得到释放。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国音乐行业前景展望与行业竞争对手分析报告》共十三章。首先介绍了音乐行业市场发展环境、音乐整体运行态势等，接着分析了音乐行业市场运行的现状，然后介绍了音乐市场竞争格局。随后，报告对音乐做了重点企业经营状况分析，最后分析了音乐行业发展趋势与投资预测。您若想对音乐产业有个系统的了解或者想投资音乐行业，本报告是您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。

报告目录：

第一章 音乐产业相关概述

1.1 音乐产业简述

1.1.1 产业概念

1.1.2 产业起源

1.1.3 产业链分析

1.1.4 与娱乐业关系

1.2 音乐产业相关概念

1.2.1 乐坛

1.2.2 数字音乐

1.2.3 LiveHouse

第二章 2015-2019年全球音乐产业发展状况分析及其经验借鉴

2.1全球音乐产业发展综述

2.1.1市场规模

2.1.2发展变革

2.1.3发展特点

2.1.4数字音乐发展

2.1.5发展趋势

2.2全球音乐产业商业模式分析

2.2.1音乐下载收费模式

2.2.2数字音乐收入模式

2.2.3流媒体音乐盈利模式

2.3美国

2.3.1产业发展历程

2.3.2产业发展概况

2.3.3产业发展特征

2.3.4流音乐的兴起

2.3.5在线音乐盈利模式

2.4日本

2.4.1产业结构

2.4.2产业链分析

2.4.3音乐产业发展现状

2.4.4唱片行业发展现状

2.5英国

2.5.1产业发展概况

2.5.2产业发展现状

2.5.3音乐旅游关联发展

2.6韩国

2.6.1产业发展概况

2.6.2产业发展特征

2.6.3产业市场规模

2.7印度

2.7.1产业发展概况

2.7.2产业发展特征

2.7.3产业发展形势

2.7.4市场格局分析

2.7.5数码音乐运营模式

第三章 2015-2019年中国音乐产业发展PEST分析

3.1政策环境（Political）

3.1.1重视文化建设

3.1.2音乐产业推进政策

3.1.3加强版权监督管理

3.2经济环境（Economic）

3.2.1国民经济发展态势

3.2.2城乡居民收入水平

3.2.3社会消费品零售额

3.2.4经济发展未来走势

3.3社会环境（Social）

3.3.1文化消费需求升级

3.3.2用户音乐需求提高

3.3.3大众休闲时间宽裕

3.4技术环境（Technological）

3.4.1音乐云技术

3.4.2智能终端技术

2.4.3“三网融合”技术

第四章 2015-2019年中国音乐产业发展现状全方位分析

4.1中国音乐产业发展综述

4.1.1产业发展历程

4.1.2载体演变过程

4.1.3产业的国际地位

4.22015-2019年中国音乐产业市场格局探析

4.2.1总体市场规模

4.2.2市场发展特征

- 4.2.3市场变革发展
- 4.2.4企业市场部署
- 4.3中国音乐产业的商业模式分析
 - 4.3.1商业模式的探索
 - 4.3.2商业模式的革新
 - 4.3.3盈利模式的尝试
 - 4.3.4独家正版的盈利模式
 - 4.3.5新商业模式逐渐形成
- 4.4中国音乐产业的营销分析
 - 4.4.1音乐消费市场分析
 - 4.4.2音乐销售方式变化
 - 4.4.3O2O渐成消费主渠道
 - 4.4.4粉丝经济的营销方式
 - 4.4.5音乐产业自媒体模式
- 4.5中国盗版音乐的行业发展形势
 - 4.5.1中国音乐盗版史
 - 4.5.2盗版音乐产品泛滥原因
 - 4.5.3国外反盗版的策略借鉴
- 4.6中国音乐产业的发展问题分析
 - 4.6.1音乐产业存在价值缺口
 - 4.6.2原创音乐进市场难度大
 - 4.6.3音乐版权的收益率较低
 - 4.6.4音乐原创作品缺失严重
- 4.7中国音乐产业的发展对策分析
 - 4.7.1音乐产业健康发展建议
 - 4.7.2培养网民良性消费习惯
 - 4.7.3加大音乐内容原创力度

第五章 2015-2019年中国数字音乐行业深度透析

- 5.1中国数字音乐行业发展综述
 - 5.1.1业务类型
 - 5.1.2产品特征

- 5.1.3出版模式
- 5.1.4传播链分析
- 5.22015-2019年中国数字音乐行业发展新态势
 - 5.2.1数字音乐进入高速发展期
 - 5.2.2网络音乐版权正规化发展
 - 5.2.3数字专辑开拓市场新蓝海
 - 5.2.4数字音乐的创新发​​展道路
- 5.32015-2019年中国数字音乐市场运行状况
 - 5.3.1行业市场规模
 - 5.3.2市场竞争格局
 - 5.3.3投资并购显现
 - 5.3.4企业积极部署
- 5.4中国数字音乐行业的盈利模式分析
 - 5.4.1主要盈利模式
 - 5.4.2付费模式案例
 - 5.4.3收费模式的尝试
- 5.5中国数字音乐发展存在的问题及对策
 - 5.5.1音乐创作门槛低
 - 5.5.2行业运营难度大
 - 5.5.3行业良性发展对策
 - 5.5.4提高音乐产品质量
 - 5.5.5加强音乐版权保护

第六章 2015-2019年中国唱片行业发展现状综述

- 6.12015-2019年中国唱片市场运行状况
 - 6.1.1行业市场规模
 - 6.1.2市场竞争格局
 - 6.1.3行业市场变革
- 6.22015-2019年中国唱片行业发展新态势
 - 6.2.1新音频格式的应用
 - 6.2.2数字时代技术更新
 - 6.2.3回归黑胶唱片老载体

6.3中国唱片行业发展存在的问题及对策

6.3.1盗版问题严重

6.3.2数字音乐冲击

6.3.3产业链分布不均

6.3.4市场的应对措施

第七章 2015-2019年中国音乐演出行业发展现状综述

7.12015-2019年中国音乐演出行业的市场格局

7.1.1行业市场规模

7.1.2行业市场结构

7.1.3大型演唱会运营

7.1.4LiveHouse发展规模

7.1.5户外音乐节市场规模

7.2中国音乐演出行业运营模式探索

7.2.1行业变革发展

7.2.2行业盈利模式

7.2.3行业营销策略

7.2.1在线演唱会新模式

7.3中国音乐演出行业发展问题及对策

7.3.1行业运营风险

7.3.2音乐节运作难度

7.3.3挖掘演出直播潜在价值

7.3.4亮化音乐节的兴办意义

第八章 2015-2019年中国音乐关联层细分行业发展潜力分析

8.1音乐图书出版行业

8.1.1市场规模

8.1.2数据化转型发展

8.1.3首家音乐出版社发展

8.1.4行业发展建议

8.2乐器行业

8.2.1行业市场规模

- 8.2.2 2019年行业运营状况
- 8.2.3 2019年行业运营状况
- 8.2.4 行业十强企业排名情况
- 8.2.5 行业存在问题及对策
- 8.3 音乐教育培训行业
 - 8.3.1 市场规模
 - 8.3.2 市场现状
 - 8.3.3 市场壁垒
 - 8.3.4 在线市场分析
- 8.4 专业音响行业
 - 8.4.1 市场规模
 - 8.4.2 行业转型发展
 - 8.4.3 行业发展机遇

第九章 2015-2019年中国音乐拓展层细分行业发展潜力分析

- 9.1 广播电视音乐节目行业
 - 9.1.1 市场规模
 - 9.1.2 音乐综艺领衔发展
 - 9.1.3 音乐广播节目的追捧
 - 9.1.4 电视音乐选秀节目运作
- 9.2 卡拉OK行业
 - 9.2.1 市场规模
 - 9.2.2 市场变迁发展
 - 9.2.3 互联网式KTV崛起
 - 9.2.4 KTVO2O的探寻
- 9.3 影视剧游戏动漫音乐行业
 - 9.3.1 市场规模
 - 9.3.2 影视音乐市场状况
 - 9.3.3 游戏音乐发展概况
 - 9.3.4 动漫音乐发展概况

第十章 国家音乐产业基地的运作分析

10.1国家音乐产业基地发展综述

10.1.1发展概况

10.1.2总体运营状况

10.1.3基地存在问题

10.1.4基地发展对策

10.2北京国家音乐产业基地

10.2.1基地简介

10.2.2建设意义

10.2.3园区建设

10.3上海国家音乐产业基地

10.3.1基地简介

10.3.2建设意义

10.3.3园区建设

10.4广东国家音乐产业基地

10.4.1基地简介

10.4.2建设意义

10.4.3园区建设

10.5成都国家音乐产业基地

10.5.1基地简介

10.5.2建设意义

10.5.3园区建设

第十一章 2015-2019年国外标杆企业经营状况解析

11.1环球唱片公司

11.1.1企业发展概况

11.1.22017年环球唱片公司经营状况

11.1.32019年环球唱片公司经营状况

11.1.42019年环球唱片公司经营状况

11.2索尼音乐娱乐公司

11.2.1企业发展概况

11.2.22017年索尼音乐经营状况

11.2.32019年索尼音乐经营状况

11.2.42019年索尼音乐经营状况

11.3华纳音乐集团

11.3.1企业发展概况

11.3.22017年华纳音乐经营状况

11.3.32019年华纳音乐经营状况

11.3.42019年华纳音乐经营状况

第十二章 国内重点企业运营状况解析

12.1摩登天空

12.1.1企业发展概况

12.1.2企业发展战略

12.1.3企业业务动态

12.1.4未来前景展望

12.2百度音乐

12.2.1企业发展概况

12.2.2企业发展战略

12.2.3企业业务动态

12.2.4未来前景展望

12.3阿里音乐

12.3.1企业发展概况

12.3.2企业发展战略

12.3.3企业业务动态

12.3.4未来前景展望

12.4乐视音乐

12.4.1企业发展概况

12.4.2企业业务动态

12.4.3企业运营创新

12.4.4未来前景展望

12.5多米音乐

12.5.1企业发展概况

12.5.2企业发展战略

12.5.3企业业务动态

12.5.4未来前景展望

12.6其他企业

12.6.1QQ音乐

12.6.2咪咕音乐

12.6.3豆瓣音乐

第十三章 中国音乐产业投资剖析及前景趋势展望

13.1中国音乐产业的投资潜力

13.1.1行业发展推动力

13.1.2市场现新盈利点

13.1.3商业模式的转变

13.1.4互联网激发的市场潜力

13.1.5数字音乐市场空间巨大

13.2中国音乐产业投资机会点

13.2.1发展多角色音乐机构

13.2.2音乐产业的未来投资方向

13.2.3数字音乐未来的投资方向

13.2.4传统音乐产业开辟新颖路径

13.3中国音乐产业的发展趋势

13.3.1音乐产业未来发展方向

13.3.2音乐与互联网深度融合

13.3.3商业模式继续创新发展

13.3.4数字音乐正版付费成趋势

13.42021-2027年音乐产业预测分析

13.4.12021-2027年音乐产业规模预测

13.4.22021-2027年数字音乐行业规模预测

13.4.32021-2027年唱片行业规模预测

附录：

附录一：关于大力推进我国音乐产业发展的若干意见

附录二：关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐的通知

附录三：关于进一步加强和改进网络音乐内容管理工作的通知

图表目录：

图表：音乐产业链示意图

图表：2019年数字音乐收入占比

图表：2015-2019年美国流媒体音乐点播数量

图表：2019年全球音乐市场结构

图表：2015-2019年全球数字音乐收入

图表：全球数字音乐收入结构

图表：2019年数字音乐各细分领域增速

图表：流媒体订阅和广告支持流媒体的年收入增速

图表：2019年美国在线音乐产业收入统计表

图表：日本音乐产业链

图表：推进音乐产业发展的10项任务

图表：音乐版权保护时间路径

图表：2015-2019年国内生产总值增长速度

图表：2015-2019年规模以上工业增加值增速

图表：2015-2019年固定资产投资（不含农户）及房地产开发投资名义增速

图表：2015-2019年社会消费品零售总额名义增速

图表：2015-2019年居民消费价格上涨情况

图表：2015-2019年工业生产者出厂价格涨跌情况

图表：用户每天在移动音乐上花费的时间

图表：中国音乐产业细分行业的市场规模

图表：2019年数字音乐消费群体增长

图表：2015-2019年音乐演出观众人次及消费费用

图表：中国音乐产品载体演进

图表：2019年手机音乐App付费用户占比

图表：版权收益占整个产值的比重

图表：2015-2019年中国数字音乐市场规模及增长率

图表：中国移动音乐用户渗透率

图表：主要数字音乐平台曲库规模

图表：知名音乐平台独家版权合作概况

图表：主要数字音乐平台独家版权内容收听占比

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/234036.html>