

2024-2030年中国数字音乐 市场深度分析与投资可行性报告

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

《2024-2030年中国数字音乐市场深度分析与投资可行性报告》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/202310/412503.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

数字音乐即以数字格式存储、可以通过互联网和无线网络进行传输的音乐。根据使用终端的区别将数字音乐划分为在线音乐和移动音乐，前者用户主要以PC为终端，后者则主要以手机等移动设备为终端。

截至2022年12月，我国网络音乐用户规模达6.84亿，较2021年12月减少4526万，占网民整体的64.1%。2022年，我国网络音乐平台技术应用水平持续提升，版权秩序得到进一步规范。2021年5月6日，文化和旅游部印发《“十四五”文化产业发展规划》，鼓励和支持文化企事业单位、个人加强内容原创和产品研发，推动戏剧、音乐、舞蹈、美术、动漫、创意设计、工艺美术等文化产品创作生产，推出更多以互联网、移动终端等为载体的数字文化产品。2022年1月，国家版权局约谈主要唱片公司、词曲版权公司和数字音乐平台等，要求除特殊情况外不得签署独家版权协议，推动网络音乐版权秩序进一步规范。音乐版权的开放，一是将有利于形成公平的市场竞争秩序，推动版权费用合理化，搭建网络音乐版权良好生态；二是将促进网络音乐平台持续创新，在内容、技术、服务等多维度超前布局，从而推动市场繁荣健康发展。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国数字音乐市场深度分析与投资可行性报告》共十章。首先介绍了全球数字音乐市场发展概况以及中国数字音乐发展环境，接着分析了中国数字音乐市场现状及数字音乐版权问题，然后报告分析了中国数字音乐平台发展现状及在线音乐的情况，接着报告分析了音乐流媒体服务、数字专辑服务、在线音乐电台、在线K歌、演唱会在线直播等细分市场的发展。随后，报告对数字音乐领域国内外重点内容提供商以及平台企业的经营状况进行了分析，最后分析了数字音乐领域的投资及前景展望。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对数字音乐市场有个系统的了解、或者想投资数字音乐领域，本报告是您不可或缺的重要工具。

报告目录：

第一章 2021-2023年全球数字音乐市场分析

1.1 全球音乐市场发展综述

1.1.1 产业收入规模

1.1.2 细分市场格局

1.1.3 区域市场分析

1.2 全球数字音乐市场发展概况

1.2.1 商业环境分析

1.2.2 付费市场份额

1.2.3 流媒体市场规模

1.2.4 主要音乐平台模式

1.3 美国

1.3.1 音乐产业结构变化

1.3.2 数字音乐收入规模

1.3.3 数字音乐下载规模

1.3.4 流媒体市场规模

1.4 英国

1.4.1 音乐产业发展现状

1.4.2 流媒体服务发展现状

1.4.3 音乐流媒体服务收入

1.4.4 用户音乐付费情况

1.5 日韩

1.5.1 日本唱片产业发展特点

1.5.2 日本音乐市场发展规模

1.5.3 日本数字音乐收入规模

1.5.4 韩国音乐国际竞争力

1.5.5 韩国流媒体版权管理

1.6 印度

1.6.1 音乐流媒体发展现状

1.6.2 在线音乐平台格局

1.6.3 主流音乐平台发展

1.6.4 腾讯布局印度市场

第二章 2021-2023年中国数字音乐市场发展环境

2.1 社会发展环境

2.1.1 居民人均收入上升

2.1.2 人均消费支出增加

2.1.3 音乐产业投资增加

- 2.1.4 音乐产业基地建设
- 2.2 音乐产业环境
 - 2.2.1 音乐产业规模
 - 2.2.2 核心层行业规模
 - 2.2.3 关联层行业规模
 - 2.2.4 拓展层行业规模
- 2.3 互联网产业环境
 - 2.3.1 网民规模
 - 2.3.2 手机网民规模
 - 2.3.3 网络音乐用户规模
 - 2.3.4 网络直播用户规模
- 2.4 粉丝经济兴起
 - 2.4.1 粉丝经济形成原因
 - 2.4.2 粉丝经济发展历程
 - 2.4.3 选秀节目粉丝经济分析
 - 2.4.4 粉丝经济保障音乐版权
 - 2.4.5 粉丝经济发展趋势

第三章 2021-2023年中国数字音乐市场发展分析

- 3.1 数字音乐产业链条介绍
 - 3.1.1 音乐产业链介绍
 - 3.1.2 数字音乐产业链
 - 3.1.3 产业链核心分析
- 3.2 2021-2023年中国数字音乐发展综述
 - 3.2.1 数字音乐概念
 - 3.2.2 产业特征介绍
 - 3.2.3 行业商业模式
 - 3.2.4 市场发展现状
- 3.3 2021-2023年中国数字音乐行业运行情况
 - 3.3.1 产业发展规模
 - 3.3.2 收入结构分布
 - 3.3.3 互联网企业布局

3.4 国内外数字音乐用户行为分析

3.4.1 全球流媒体用户分析

3.4.2 全球用户播放设备选择

3.4.3 中国用户使用行为分析

3.4.4 中国用户付费驱动因素

3.4.5 中国用户付费决定因素

3.4.6 中国付费消费行为分析

3.5 中国数字音乐市场面临的挑战

3.5.1 产业上游利益缺位

3.5.2 版权恶性竞争严重

3.5.3 盈利方式相对单一

3.5.4 原创作品把关不严

3.6 中国数字音乐产业发展对策

3.6.1 深度挖掘版权价值

3.6.2 避免版权恶性竞争

3.6.3 培育有效盈利模式

3.6.4 培养用户付费习惯

第四章 2021-2023年中国音乐内容版权市场分析

4.1 2021-2023年中国音乐版权问题分析

4.1.1 盗版音乐现象经济学成因

4.1.2 版权把控方式较为单一

4.1.3 版权付费难以全面实现

4.1.4 用户支付版权意愿不强

4.1.5 相关版权保护政策汇总

4.2 2021-2023年中国音乐内容市场发展分析

4.2.1 音乐版权市场规模

4.2.2 词曲版权收入规模

4.2.3 音乐版权市场集中度

4.3 2021-2023年数字音乐商用版权发展情况

4.3.1 数字音乐版权规模

4.3.2 版权市场潜在风险

- 4.3.3 版权交易平台作用
- 4.3.4 交易平台商业模式
- 4.4 美国音乐版权体系案例
 - 4.4.1 美国关键音乐版权政策
 - 4.4.2 美国主要音乐版权类型
 - 4.4.3 美国音乐版权利益分配
 - 4.4.4 主要音乐权利人版权

第五章 2021-2023年中国数字音乐平台发展分析

- 5.1 2021-2023年中国数字音乐平台竞争格局
 - 5.1.1 数字音乐平台发展概况
 - 5.1.2 数字音乐平台市场格局
 - 5.1.3 数字音乐平台正版化情况
 - 5.1.4 典型音乐平台特征对比
 - 5.1.5 数字音乐平台发展特色
 - 5.1.6 数字音乐平台发展趋势
- 5.2 2021-2023年中国数字音乐平台版权布局
 - 5.2.1 版权竞争现状
 - 5.2.2 平台垄断分析
 - 5.2.3 版权竞争影响
 - 5.2.4 版权合作情况
- 5.3 2021-2023年中国数字音乐平台商业模式分析
 - 5.3.1 商业模式概况
 - 5.3.2 用户付费模式
 - 5.3.3 版权运营模式
- 5.4 2021-2023年中国数字音乐平台盈利模式分析
 - 5.4.1 会员收费模式
 - 5.4.2 内容购买模式
 - 5.4.3 广告模式
 - 5.4.4 增值服务模式
 - 5.4.5 版权转授模式
 - 5.4.6 硬件销售模式

5.5 数字音乐平台服务模式创新

5.5.1 社交化生态构建

5.5.2 进入粉丝经济上游

5.5.3 直播+数字专辑销售

第六章 2021-2023年中国在线音乐市场发展分析

6.1 2021-2023年中国在线音乐市场综述

6.1.1 产业链介绍

6.1.2 产业链特征

6.1.3 产业链各方关系

6.2 2021-2023年中国在线音乐市场发展规模

6.2.1 用户规模

6.2.2 用户付费特征

6.2.3 市场投资情况

6.2.4 行业市场格局

6.2.5 行业市场份额

6.3 2021-2023年中国在线音乐商业模式分析

6.3.1 商业模式对比

6.3.2 数字音乐专辑

6.3.3 扶植音乐人计划

第七章 2021-2023年中国数字音乐细分市场发展分析

7.1 音乐流媒体服务

7.1.1 流媒体的概念

7.1.2 音乐流媒体发展历程

7.1.3 音乐流媒体发展现状

7.1.4 音乐流媒体盈利模式

7.1.5 音乐流媒体案例分析——Spotify

7.2 数字专辑服务

7.2.1 数字专辑出现原因

7.2.2 数字专辑销售情况

7.2.3 数字专辑服务案例分析——QQ音乐

7.3 在线音乐电台

7.3.1 移动电台产业链

7.3.2 移动电台用户规模

7.3.3 移动电台竞争格局

7.3.4 头部移动电台产品

7.3.5 移动电台案例分析——荔枝FM

7.4 在线K歌

7.4.1 在线K歌发展背景

7.4.2 在线K歌市场现状

7.4.3 在线K歌商业模式

7.4.4 在线K歌市场格局

7.4.5 在线K歌案例分析——全民K歌

7.5 演唱会在线直播

7.5.1 市场发展历程

7.5.2 市场用户规模

7.5.3 市场影响分析

7.5.4 市场增长空间

第八章 2020-2023年国内外重点唱片公司经营分析

8.1 维旺迪（Vivendi SA）

8.1.1 企业发展概况

8.1.2 2020年维旺迪经营状况分析

8.1.3 2021年维旺迪经营状况分析

8.1.4 2022年维旺迪经营状况分析

8.2 索尼（Sony Corporation）

8.2.1 企业发展概况

8.2.2 2021财年企业经营状况分析

8.2.3 2022财年企业经营状况分析

8.2.4 2023财年企业经营状况分析

8.3 华纳音乐集团（Warner Music Group Corp.）

8.3.1 企业发展概况

8.3.2 2021财年企业经营状况分析

- 8.3.3 2022财年企业经营状况分析
- 8.3.4 2023财年企业经营状况分析
- 8.4 华谊兄弟传媒股份有限公司
 - 8.4.1 企业发展概况
 - 8.4.2 经营效益分析
 - 8.4.3 业务经营分析
 - 8.4.4 财务状况分析
 - 8.4.5 核心竞争力分析
 - 8.4.6 公司发展战略
 - 8.4.7 未来前景展望
- 8.5 太合音乐集团
 - 8.5.1 企业发展概况
 - 8.5.2 企业核心业务
 - 8.5.3 业务开发动态

第九章 2021-2023年中国数字音乐重点企业经营分析

- 9.1 腾讯音乐
 - 9.1.1 企业发展概况
 - 9.1.2 企业产品体系
 - 9.1.3 企业产品矩阵
 - 9.1.4 旗下平台盈利模式
 - 9.1.5 2021年企业经营状况分析
 - 9.1.6 2022年企业经营状况分析
 - 9.1.7 2023年企业经营状况分析
- 9.2 网易云音乐
 - 9.2.1 企业发展概况
 - 9.2.2 企业营业模式
 - 9.2.3 产品用户粘性
 - 9.2.4 企业竞争优势
- 9.3 阿里音乐
 - 9.3.1 企业发展概况
 - 9.3.2 企业发展历程

9.3.3 企业盈利模式

9.3.4 企业合作动态

第十章 2024-2030年中国数字音乐市场投资及前景趋势展望

10.1 中国数字音乐市场投资分析

10.1.1 数字音乐领域投资并购

10.1.2 在线K歌领域投融资情况

10.1.3 移动电台领域投融资情况

10.2 中国数字音乐市场投资机会

10.2.1 付费音乐市场

10.2.2 原创音乐领域

10.2.3 音乐移动端开发

10.2.4 在线演艺领域

10.3 数字音乐市场前景分析

10.3.1 数字音乐市场发展机遇

10.3.2 音乐版权保护成熟

10.3.3 盈利方式日趋多元

10.3.4 用户付费习惯养成

10.3.5 数字音乐市场发展方向

10.4 数字音乐发展趋势展望

10.4.1 版权市场差异化

10.4.2 场景化服务优化

10.4.3 版权获取多元化

10.4.4 下游渠道服务升级

10.5 中国数字音乐平台发展趋势展望

10.5.1 向产业链下游延伸

10.5.2 探索流媒体商业模式

10.5.3 布局音乐社交市场

10.5.4 开发音乐版权价值

10.6 对2024-2030年中国数字音乐产业预测分析

10.6.1 2024-2030年中国数字音乐产业影响因素分析

10.6.2 2024-2030年中国音乐产业市场规模预测

10.6.3 2024-2030年中国数字音乐产业市场规模预测

图表目录

图表	全球录制音乐产业收入
图表	全球音乐产业细分市场收入
图表	中外数字音乐平台商业环境分析
图表	全球音乐付费订阅用户
图表	全球音乐流媒体市场规模及其增速
图表	国外主流音乐流媒体平台模式
图表	美国音乐市场销售额规模及其占GDP比重
图表	美国数字音乐收入规模及细分
图表	美国数字音乐下载规模
图表	美国音乐流媒体市场规模
图表	美国付费流媒体在流媒体收入占比
图表	英国付费音乐订阅服务收入情况
图表	日本音乐细分市场收入
图表	日本数字音乐细分市场格局情况
图表	全国居民人均消费支出及构成
图表	中国音乐产业投融资事件数量
图表	国家音乐产业基地总资产和营业收入
图表	中国音乐产业细分行业的市场规模统计
图表	中国音乐产业年度市场规模
图表	音乐产业各层次比重
图表	中国音乐产业各细分行业产值与增长情况
图表	音乐图书与音像出版产业总体规模
图表	中国音乐类演出市场票房总收入
图表	音著协和音集协权利收入
图表	音乐教育培训市场产业产值
图表	乐器行业主要经济指标
图表	中国音响产业规模
图表	广播电视音乐广告收入
图表	影视剧、游戏、动漫音乐产业产值

图表 卡拉OK行业总产值

图表 2018-2021年中国网民规模及互联网普及率

图表 2018-2021年中国手机网民规模

图表 2018-2021年中国网络音乐用户规模

图表 2018-2021年中国手机网络音乐用户规模

图表 2018-2021年中国网络直播用户规模

图表 音乐产业链介绍

图表 中国数字音乐产业链图谱

图表 中国数字音乐产业链

图表 中国数字音乐平台商业模式变化态势

图表 中国数字音乐产业市场规模

图表 2013-2023年中国数字音乐市场收入分布结构

图表 中国典型头部互联网企业在数字音乐领域的布局

图表 全球使用流媒体听音乐用户年龄分布

图表 全球音乐用户使用播放设备占比

图表 中国用户使用社交媒体听音乐占比

图表 数字音乐用户付费驱动因素分布

图表 数字音乐用户付费决定因素分布

图表 内容付费相关行业一年内付费金额

图表 用户付费产品购买频率

图表 “剑网行动”历年整治重点

图表 中国音乐版权市场规模（版权方收入）

图表 音著协许可收入

图表 音著协许可收入构成

图表 中国和全球音乐版权市场集中度对比

图表 信息网络传播权收入在词曲作品版权收入占比

图表 数字音乐商用版权交易平台的核心价值

图表 数字音乐商用版权交易平台商业模式

图表 美国关键音乐版权政策更替

图表 美国音乐产业版权转移流向

图表 美国音乐作品拥有的两种主要版权类型

图表 美国音乐版权分配各方及其关系

图表 主要音乐权利人版权及收入的类型（按国际一般分类）

图表 数字音乐平台作用分析

图表 数字音乐平台行业格局

图表 中国数字音乐产业正版化业务创新

图表 典型数字音乐平台发展情况对比

图表 酷狗音乐及酷狗直播艺人生态布局

图表 国内主要在线音乐平台与版权方签约情况

图表 中国数字音乐行业商业模式

图表 平台用户付费模式构成

图表 2013-2020年中国数字音乐付费用户ARPPU值

图表 海外数字音乐商用版权交易平台音乐人运营流程

图表 主要音乐平台会员价格对比

图表 网民接触音乐的场景偏好

图表 在线音乐产业链

图表 中国在线音乐产业链各方关系

图表 中国在线音乐客户端用户规模及增长情况

图表 在线音乐用户付费类型

图表 在线音乐APP月活跃用户人数

图表 在线音乐APP日活跃用户人数

图表 在线音乐APP人均单日使用时长

图表 主流音乐平台下载量市场份额

图表 在线音乐平台商业模式分析

图表 在线音乐付费用户数字专辑月均消费额分布

图表 在线音乐付费用户月均购买数字专辑数量

图表 国内流媒体音乐平台发展历程

图表 音乐流媒体行业集中度

图表 国内外主流音乐流媒体业务模式

图表 Spotify营业总收入、营业成本及同比增速、归母净利润

图表 Spotify会员与广告收入占比趋势

图表 Spotify会员收入与广告收入及同比增速

图表 会员及广告两项主营的成本及成本增速

图表 Spotify付费与免费功能对比

图表 数字专辑销售额TOP 10

图表 中国数字音乐用户意愿付费金额水平对比

图表 QQ音乐数字专辑年度榜单

图表 移动电台产业链

图表 中国移动电台用户规模

图表 中国移动电台应用活跃用户分布

图表 三大在线音频平台的内容生产模式和营收结构

图表 荔枝的发展历程

图表 荔枝的商业模式

图表 在线K歌市场发展特点

图表 线上K歌业态商业模式

图表 移动K歌APP季度活跃人数变化趋势

图表 移动K歌APP日均使用时长排名

图表 网络直播用户使用率细分领域

图表 2019-2020年维旺迪综合收益表

图表 2019-2020年维旺迪分部资料

图表 2019-2020年维旺迪收入分地区资料

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/412503.html>