中国互联网+音乐行业全景调研与发展战略研究咨询报告(2026-2031版)

报告简介

中国音乐产业规模不断扩大，收入持续增长，与中国推动音乐正版化、促进产业链健康有序发展密不可分。最直接的表现就是音乐用户付费习惯的日渐养成，及数字音乐平台在独家版权的推动下，打造出更加多元化的商业模式。音乐正版化为优质内容的推广起到了重要推动作用，并给行业带来极大信心。2015年年底，国家新闻出版广电总局出台《关于大力推进我国音乐产业发展的若干意见(2026-2031版)》，要求加快音乐与科技融合发展，重视互联网信息技术等在音乐产业的应用。“互联网+”战略与我国新时期音乐产业的科技融合发展要求不谋而合。

随着互联网信息技术在我国音乐产业应用的逐渐深入，当前我国音乐产业生态圈已经发生了深刻的变化。借助互联网，提高音乐产业资本的利用率，提升音乐产业的创意水平，推动产业人才的更快地流动等，已经成为当前我国音乐产业发展的新常态。互联网为音乐产业的升级换代插上了腾飞的翅膀。音乐产业数字化在线平台建设方兴未艾，在很大程度上拓展了音乐产业的虚拟市场营销空间。音乐产业资源借助互联网平台得到更好的整合与利用，音乐产业资源的价值挖掘力度与以往相比有了质的飞跃。线上线下融合的音乐产业发展模式，已经逐渐成为我国音乐产业生态圈不断创新优化的强大发展动力。

随着中国智能终端的普及与中国数字音乐市场的发展，手机音乐客户端用户规模稳步攀升。用户通过手机终端收听在线音乐已成为常态，并逐渐发展成刚需。与此同时，中国大众消费水平与版权意识逐步增强，用户已逐步养成付费收听习惯。手机音乐客户端用户广基数、高粘性、愿付费等特点，驱动市场步入商业化发展新阶段。据统计，2019年我国在线音乐用户付费产品主要为付费音乐包、数字单曲、月度会员、付费音频/视频节目，付费意愿均高于30%，其中45.5%的用户愿意为付费音乐包而付费。

报告显示，截至2020年3月，中国网络音乐用户规模达6.35亿，较2018年底增长5954万，占网民整体的70.3%;手机网络音乐用户规模达6.33亿，较2018年底增长7978万，占手机网民的70.5%。2019年，网络音乐作品质量持续提升、商业模式日趋完善，成为人民群众网上精神文化生活的重要组成部分。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家广播电视总局、国家文化和旅游部、中国音乐著作权协会、中国音像与数字出版协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国互联网+音乐及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势等进行了分析，并重点分析了中国互联网+音乐产业发展状况和特点，以及中国互联网+音乐产业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的音乐产业发展态势作了详细分析，并对互联网+音乐产业进行了趋向研判，是音乐制作发行企业，音乐设备生产经营企业，音乐产业投资机构等单位准确了解目前互联网+音乐业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 互联网+音乐产业综述

第一节 互联网+音乐产业概述

一、音乐产业定义

二、传统音乐类型

三、音乐发展历史

四、载体演变过程

五、传统音乐与互联网结合的价值

第二节 音乐产业版权研究结论

一、重视版权对音乐产业发展的重要性

二、中国数字音乐产业的版权保护研究

三、基于互联网下的音乐产业版权探究

四、版权保护+良性商业模式有利于互联网音乐健康发展

第三节 音乐产业经济性研究

一、音乐产业的商业化价值

二、音乐产业发展带动相关产业发展

三、音乐产业发展促进文化消费增长

第四节 互联网+音乐产业链分析

一、互联网+音乐产业链构成

二、互联网+音乐产业链相关行业分析

1、音乐内容提供

(1)内容方构成

(2)各环节利益

(3)其潜在价值

2、互联网运营

(1)运营方构成

(2)各环节利益

(3)其潜在价值

第二章 互联网+音乐产业市场环境及影响分析

第一节 政策环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、文化产业“十四五”规划发展方向

四、政策环境对行业的影响

第二节 经济环境分析

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 消费环境分析

一、居民人均收入提高

二、文娱消费支出增加

三、现代消费成新动力

四、互联网付费习惯养成

第四节 新环境下的粉丝经济

一、粉丝经济下的音乐形态

二、粉丝经济推动付费收视

三、粉丝经济保障音乐版权

四、粉丝经济重构音乐产业

第三章 全球互联网+音乐产业发展分析

第一节 全球音乐产业发展综述

一、市场规模分析

二、市场竞争格局

三、细分领域收入

四、存在问题分析

第二节 全球音乐流媒体商业模式分析

一、纯粹免费增值模式

二、有限免费增值模式

三、垂直付费模式

四、独立付费模式

五、软性捆绑付费模式

第三节 全球主要国家音乐产业发展分析

一、美国

1、产业发展历程

2、产业发展特征

3、产业发展现状

4、音乐制品市场

5、流音乐的兴起

6、在线音乐盈利模式

二、日本

1、产业结构

2、产业链分析

3、产业发展现状

4、产业竞争格局

三、英国

1、产业发展历程

2、产业发展现状

3、产业发展规模

4、音乐旅游关联发展

四、韩国

1、产业发展历程

2、产业发展特征

3、产业市场规模

4、韩国音乐产业成功案例

五、印度

1、产业发展概况

2、产业发展特征

3、产业发展形势

4、市场前景分析

5、数码音乐运营模式

第四节 国外重点音乐集团“互联网+”大发展

一、维旺迪集团

二、索尼音乐娱乐公司

三、华纳音乐集团

第四章 中国音乐产业整体发展状况分析

第一节 中国音乐产业总体规模分析

一、中国音乐企业数量

二、中国音乐人数量

三、中国音乐作品总量

四、中国音乐用户数量

五、音乐类应用竞品分类

1、综合类音乐平台

2、电台类

3、音乐娱乐类

4、音乐工具类

5、音乐教育类

6、其它

第二节 中国音乐产业的商业模式分析

一、商业模式的探索

二、商业模式的革新

三、版权互授模式开启

四、独家正版的盈利模式

五、新商业模式逐渐形成

第三节 中国音乐产业发展的新特点

一、产业融合加快

二、独立音乐发展

三、二次元音乐成主流

第四节 2021-2026年中国音乐产业市场格局探析

一、总体市场规模

二、细分层次增长

三、核心层细分对比

四、市场发展特征

五、市场变革方向

六、企业市场定位

第五章 中国互联网+音乐产业市场运行分析

第一节 中国互联网产业发展状况分析

一、中国网民规模和互联网普及率

二、新网民互联网接入设备使用情况

三、中国手机网民规模及其占网民比例

四、中国分省网民规模及互联网普及率

五、中国网民城乡结构

第二节 互联网+音乐深度内涵剖析

一、“互联网+”概念的提出与深化

二、“互联网+”音乐的内涵

三、“互联网+”音乐的主要内容

1、音乐创作

2、音乐表演

3、音乐传播

四、“互联网+”音乐的影响分析

第三节 中国互联网+音乐产业发展状况分析

一、中国互联网+音乐产业发展阶段

二、中国互联网+音乐产业发展现状

三、中国互联网+音乐产业发展特征

1、内容原创性与传播网络化成为主流

2、数字化、多元化商业模式成为趋势

3、分众化、品牌化和国际化成为热点

四、中国互联网+音乐产业市场规模

五、中国互联网+音乐产业商业模式

第四节 中国互联网+音乐市场总体情况分析

一、网络音乐用户规模及使用率

二、手机网络音乐用户规模及使用率

三、演唱会直播的用户使用率

四、网络音乐用户付费意愿分析

五、各平台音乐人计划介绍

1、腾讯——“原创音乐人扶持计划”

2、虾米——“寻光计划”

3、网易——“石头计划”

4、百度——“伴星计划”

5、豆瓣音乐——“金羊毛计划”

6、新浪微博——“音乐红人计划”

六、在线音乐演出行业用户规模超八千万

第六章 2021-2026年中国音乐内容版权市场分析

第一节 2021-2026年中国音乐内容市场发展现状

一、音乐内容市场规模

二、唱片公司发展现状

三、版权代理商发展现状

第二节 2021-2026年数字音乐内容市场竞争格局

一、版权代理商市场份额

二、版权方龙头企业格局

三、音乐内容资源分布

第三节 中国音乐版权价格及收入分析

一、音乐版权市场价格现状

二、未来五年音乐版权价格趋势

三、音乐版权卖出方直接收入

四、音乐版权买入方转化收入(包括转授费和会员费等)

第四节 音乐版权收入分成情况

一、版权所有者的权利

二、版权方收益分成模型

三、数字音乐发行分成模型

四、版权方收益低的成因分析

第五节 2021-2026年中国音乐版权问题分析

一、盗版音乐现象经济学成因

二、正版音乐商业模式的缺失

三、盗版影响中国音乐产业

四、音乐版权保护政策出台

五、相关版权保护政策汇总

第七章 互联网+音乐产业细分市场分析

第一节 2021-2026年中国唱片行业发展现状综述

一、2021-2026年中国唱片市场运行状况

1、行业市场规模

2、市场竞争格局

3、行业市场变革

二、2021-2026年中国唱片行业发展新态势

1、新音频格式的应用

2、数字时代技术创新

三、中国唱片行业发展存在的问题及对策

1、数字音乐冲击

2、选秀节目影响

3、产业链分布不均

4、市场的应对措施

第二节 2021-2026年中国音乐演出行业发展现状综述

一、2021-2026年中国音乐演出行业的市场格局

1、音乐类演出市场规模

2、音乐类演出市场结构

3、大型演唱会运营分析

4、live house发展规模

5、全国音乐节市场规模

二、中国音乐演出行业运营模式探索

1、行业盈利模式

2、在线演唱会新模式

三、中国音乐演出行业发展问题及对策

1、行业运营风险

2、音乐节运作难度

3、挖掘演出直播潜在价值

4、音乐节发展及流行趋势

第三节 2021-2026年中国音像制品行业发展现状综述

一、音像制品定义

二、中国音像业发展阶段

三、中国音像业发展特点

四、2021-2026年中国音像制品产业发展现状

五、音像制品产业面临的问题

六、音像制品产业发展对策

1、推动音像制品行业健康发展的措施

2、中国音像制品业发展策略

3、音像出版社产业化发展的五种对策

4、音像制品应对互联网+的机遇与挑战

第四节 2021-2026年中国数字音乐平台发展分析

一、数字音乐产业发展指标

1、数字音乐产业规模

2、数字音乐产值占比

3、数字音乐发展速度

二、2021-2026年中国数字音乐平台竞争格局

1、主流数字音乐平台介绍

2、典型音乐平台特征对比

3、数字音乐平台市场格局

4、数字音乐平台实力矩阵

5、数字音乐平台市场认知度

6、数字音乐平台用户粘性对比

7、付费消费对音乐平台选择

三、2021-2026年中国数字音乐平台版权布局

1、版权布局动态

2、版权储备对比

3、版权合作情况

4、争夺独家版权

四、2021-2026年中国数字音乐平台商业模式分析

五、2021-2026年中国数字音乐平台主要盈利模式

1、版权转授

2、会员收费

3、数字专辑销售

4、演出直播模式

5、界面广告收入

六、数字音乐平台服务模式创新

1、个性化服务

2、全民互动参与

3、结合智能硬件

七、数字音乐平台发展前景展望

第八章 2021-2026年中国数字音乐市场发展分析

第一节 数字音乐产业链条介绍

一、数字音乐产业链

二、数字音乐价值链

第二节 2021-2026年中国数字音乐发展综述

一、数字音乐概念

二、产业特征介绍

三、行业发展历程

四、市场发展现状

第三节 2021-2026年中国数字音乐行业运行情况

一、产业发展规模

二、产业消费结构

三、消费用户规模

第四节 中国数字音乐用户行为分析

一、音乐播放设备选择

二、听音乐时间段选择

三、听音乐的场景选择

四、付费消费行为选择

五、用户付费意愿展望

六、用户消费需求调查

第五节 中国数字音乐市场面临的挑战

一、数据库不完善

二、收入分成问题

三、服务模式待开发

四、提高用户黏性

第六节 中国数字音乐产业发展对策

一、采用先进数字系统

二、完善版权保护机制

三、支持原创音乐制作

四、培育音乐消费市场

第九章 中国互联网+音乐产业营销趋势及策略分析

第一节 中国音乐产业的市场营销分析

一、音乐消费市场分析

二、o2o渐成消费主渠道

三、粉丝经济的营销方式

四、音乐产业自媒体模式

五、营销渠道多样化发展

第二节 粉丝经济成为互联网+音乐发展的核心任务

一、互联网+音乐粉丝群体的基本特征

二、互联网+音乐粉丝群体的分布属性

三、粉丝需要走心、个性化以及互动性的服务

四、销售渠道存在的主要问题

五、营销渠道发展趋势与策略

第三节 音乐产业营销的发展现状及趋势分析

一、音乐产业营销现状

二、2021-2026年度十大音乐营销案例

三、未来音乐市场营销的出路

四、中国音乐营销的趋势预测

第四节 互联网+音乐产业营销策略分析

一、中国音乐营销概况

二、音乐营销策略探讨

1、中国音乐产品营销策略浅析

2、音乐新产品的市场推广策略

3、音乐核心产业营销策略分析

4、音乐关联产业营销策略分析

三、网易云音乐定制化营销策略

第五节 音乐市场营销模式与面临的挑战

一、音乐市场一般营销模式

二、“互联网+”背景下音乐产业营销新模式

三、音乐市场营销面临的激烈挑战

第十章 2021-2026年国家音乐产业基地的运作发展

第一节 国家音乐产业基地发展综述

一、基地发展概况

二、总体运营状况

三、基地存在问题

四、基地发展对策

第二节 国家音乐产业园区助力音乐产业集聚化发展

一、五大基地园区助力音乐产业集聚化

二、利好政策驱动产业发展

三、重点项目成产业发展引擎

四、音乐产业园区或成产业发展主力

第三节 国家五大音乐产业基地运营发展分析

一、北京国家音乐产业基地

1、基地简介

2、建设规模

3、运营模式及现状

4、产业聚集

5、发展成果

6、战略规划

二、上海国家音乐产业基地

1、基地简介

2、建设规模

3、运营模式及现状

4、产业聚集

5、发展成果

6、战略规划

三、广东国家音乐产业基地

1、基地简介

2、建设规模

3、运营模式及现状

4、产业聚集

5、发展成果

6、战略规划

四、成都国家音乐产业基地

1、基地简介

2、建设规模

3、运营模式及现状

4、产业聚集

5、发展成果

6、战略规划

五、浙江国家音乐产业基地

1、基地简介

2、建设规模

3、运营模式及现状

4、产业聚集

5、发展成果

6、战略规划

第十一章 互联网+音乐产业领先企业经营形势分析

第一节 唱片制作企业经营分析

一、环球唱片有限公司

1、企业发展简介

2、企业业务分布

3、企业经营情况

4、企业唱片销量

5、企业发展运营

6、企业竞争优势

二、华纳唱片中国(香港)有限公司

1、企业发展简介

2、企业业务分布

3、企业经营情况

4、企业唱片销量

5、企业发展运营

6、企业竞争优势

三、北京太合音乐文化发展有限公司

1、企业发展简介

2、企业业务分布

3、企业经营情况

4、企业唱片销量

5、企业发展运营

6、企业竞争优势

四、滚石国际音乐股份有限公司

1、企业发展简介

2、企业业务分布

3、企业经营情况

4、企业唱片销量

5、企业发展运营

6、企业竞争优势

五、香港英皇集团娱乐有限公司

1、企业发展简介

2、企业业务分布

3、企业经营情况

4、企业唱片销量

5、企业发展运营

6、企业竞争优势

六、华研国际音乐股份有限公司

1、企业发展简介

2、企业业务分布

3、企业经营情况

4、企业唱片销量

5、企业发展运营

6、企业竞争优势

七、华谊兄弟传媒股份有限公司

1、企业发展简介

2、企业业务分布

3、企业经营情况

4、企业唱片销量

5、企业发展运营

6、企业竞争优势

八、索尼音乐娱乐(上海)有限公司

1、企业发展简介

2、企业业务分布

3、企业经营情况

4、企业唱片销量

5、企业发展运营

6、企业竞争优势

九、福茂唱片音乐股份有限公司

1、企业发展简介

2、企业业务分布

3、企业经营情况

4、企业唱片销量

5、企业发展运营

6、企业竞争优势

十、相信音乐国际股份有限公司

1、企业发展简介

2、企业业务分布

3、企业经营情况

4、企业唱片销量

5、企业发展运营

6、企业竞争优势

第二节 音乐演艺企业经营分析

一、上海步升大风音乐文化传播有限公司

1、企业发展简介

2、企业业务分布

3、企业经营情况

4、企业唱片销量

5、企业竞争优势

二、上海天娱传媒有限公司

1、企业发展简介

2、企业业务分布

3、企业经营情况

4、企业唱片销量

5、企业竞争优势

三、音乐手作有限公司

1、企业发展简介

2、企业业务分布

3、企业经营情况

4、企业唱片销量

5、企业竞争优势

四、欢唱网络科技(上海)有限公司

1、企业发展简介

2、企业业务分布

3、企业经营情况

4、企业唱片销量

5、企业竞争优势

五、上海文广演艺(集团)有限公司

1、企业发展简介

2、企业业务分布

3、企业经营情况

4、企业唱片销量

5、企业竞争优势

第三节 音像制品企业经营分析

一、中国唱片集团有限公司

1、企业发展简介

2、企业业务分布

3、企业经营情况

4、企业发展运营

5、企业竞争优势

二、上海新汇文化娱乐(集团)有限公司

1、企业发展简介

2、企业业务分布

3、企业经营情况

4、企业发展运营

5、企业竞争优势

三、北京京文唱片传播有限公司

1、企业发展简介

2、企业业务分布

3、企业经营情况

4、企业发展运营

5、企业竞争优势

四、太平洋影音公司

1、企业发展简介

2、企业业务分布

3、企业经营情况

4、企业发展运营

5、企业竞争优势

五、中国国际广播音像出版社

1、企业发展简介

2、企业业务分布

3、企业经营情况

4、企业发展运营

5、企业竞争优势

第四节 音乐平台运营企业经营分析

一、杭州网易云音乐科技有限公司

1、企业发展简介

2、企业运营模式

3、企业经营情况

4、企业发展规模

5、企业竞争优势

二、腾讯音乐(北京)有限公司

1、企业发展简介

2、企业运营模式

3、企业经营情况

4、企业发展规模

5、企业竞争优势

三、广州酷狗计算机科技有限公司

1、企业发展简介

2、企业运营模式

3、企业经营情况

4、企业发展规模

5、企业竞争优势

四、阿里巴巴(杭州)文化创意有限公司

1、企业发展简介

2、企业运营模式

3、企业经营情况

4、企业发展规模

5、企业竞争优势

五、亿览在线网络技术(北京)有限公司

1、企业发展简介

2、企业运营模式

3、企业经营情况

4、企业发展规模

5、企业竞争优势

六、北京百度网讯科技有限公司

1、企业发展简介

2、企业运营模式

3、企业经营情况

4、企业发展规模

5、企业竞争优势

七、咪咕音乐有限公司

1、企业发展简介

2、企业运营模式

3、企业经营情况

4、企业发展规模

5、企业竞争优势

第十二章 2026-2031年互联网+音乐产业发展预测

第一节 2026-2031年互联网+音乐产业发展的影响因素

一、有利因素

1、政策助力

2、兼并重组

3、移动互联网推动

4、版权正规化推动

二、不利因素

1、音乐产业发展弊端

2、付费消费习惯未形成

第二节 中国互联网+音乐产业存在的问题及对策

一、中国互联网+音乐产业存在的问题

二、互联网+音乐产业发展的建议对策

第三节 2026-2031年互联网+音乐市场发展前景

一、2026-2031年传统音乐发展形势预判

二、2026-2031年互联网+音乐市场发展前景展望

三、2026-2031年音乐产业发展趋势预测

1、数字音乐正版付费成趋势

2、音乐与互联网深度融合

3、商业模式继续创新发展

4、区块链技术对音乐产业的发展影响

第十三章 2026-2031年互联网+音乐产业投资分析

第一节 互联网+音乐产业投资特性分析

一、互联网+音乐产业进入壁垒分析

二、互联网+音乐产业盈利因素分析

三、互联网+音乐产业盈利模式分析

第二节 互联网+音乐产业投融资情况

一、音乐产业资金渠道分析

二、音乐产业兼并重组情况分析

三、互联网音乐投融资现状

四、互联网+音乐产业融资案例分析

第三节 2026-2031年互联网+音乐产业投资潜力

一、行业发展推动力

二、市场现新盈利点

三、商业模式的转变

四、互联网激发的市场潜力

五、数字音乐市场空间巨大

第四节 2026-2031年互联网+音乐产业投资机会

一、“互联网+”下发展多种音乐机构

二、“互联网+”音乐产业的未来投资方向

三、“互联网+”为传统音乐产业开辟新路径

第五节 2026-2031年互联网+音乐产业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、供求风险及防范

三、宏观经济波动风险及防范

四、关联产业风险及防范

第六节 中国互联网+音乐产业投资建议

第十四章 互联网+音乐产业发展战略研究

第一节 互联网+音乐产业发展战略研究

一、业务组合战略

二、产业战略规划

三、营销品牌战略

四、竞争战略规划

第二节 对中国音乐品牌的战略思考

一、音乐品牌的重要性

二、音乐实施品牌战略的意义

三、音乐企业品牌的现状分析

四、中国音乐企业的品牌战略

五、音乐品牌战略管理的策略

第三节 音乐经营策略分析

一、音乐市场细分策略

二、音乐市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、音乐新产品差异化战略

第四节 互联网+音乐产业投资战略研究

一、2026-2031年互联网+音乐产业投资战略

二、2026-2031年音乐产业细分领域投资战略

图表目录

图表：传统音乐产业链

图表：互联网+音乐产业链结构图

图表：2021-2026年全球互联网+音乐产业市场规模

图表：2021-2026年中国互联网+音乐产业市场规模

图表：2021-2026年移动音乐市场规模及增速

图表：2021-2026年全球音乐产业细分市场收入

图表：2021-2026年全球数字音乐付费服务用户数

图表：美国音乐市场收入对比

图表：2021-2026年全球流媒体市场规模及增速

图表：美国数字音乐与实体音乐市场规模对比

图表：2021-2026年美国数字单曲以及专辑下载销售额

图表：2021-2026年日本音乐产业规模

图表：城镇居民人均文化娱乐消费服务支出

图表：2021-2026年中国音乐演出产业消费人次

图表：英国多渠道音乐消费方式的对比

图表：2021-2026年中国音乐演出产业人均消费

图表：2021-2026年中国音乐产业市场规模

图表：2021-2026年中国实体唱片市场规模

图表：2021-2026年中国音乐演出市场票务收入

图表：2021-2026年中国音乐版权各项权利收入对比

图表：2021-2026年中国音乐图书市场规模

图表：2021-2026年中国音乐教育培训市场产值

图表：2021-2026年中国专业音响行业产值

图表：2021-2026年中国广播电视节目数量及广告收入

图表：2021-2026年中国网民规模及互联网普及率

图表：2021-2026年中国手机网民规模及占网名的比例

图表：2021-2026年手机网络音乐用户规模及使用率

图表：2021-2026年各类网络直播使用率

图表：2021-2026年音乐类公司融资项目轮次对比

图表：2021-2026年中国数字音乐市场规模

图表：2021-2026年中国数字音乐用户规模及增速

图表：2021-2026年中国在线音乐用户规模及增速

图表：2021-2026年中国移动音乐用户渗透率

图表：2021-2026年中国在线音乐市场收入规模及增速

图表：2021-2026年中国在线音乐用户付费市场规模

图表：2026-2031年中国音乐产业产值预测

图表：2026-2031年中国互联网+音乐产业规模预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

报告编号：182216

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20200911/182216.shtml

在线订购：点击这里