

中国数字音乐行业市场发展分析及发展前景与投资研究报告(2024-2029版)

报告简介

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。

围绕“音乐+”业态融合的转型升级，流媒体音乐下载、在线K歌、音乐演艺互动社交等成为拓展数字消费市场和盈利模式的主要途径。各数字音乐平台的战略重点逐渐从下游用户资源向注重上游创作生态转移，各类原创音乐人扶持计划初见成效；优质内容的提升、数字平台单次消费频次的增加以及付费订阅模式的优化，不断增强用户的付费意愿，推动用户付费率大幅提升至7.8%，同比增长30%，但比较欧美音乐市场，数字音乐付费渗透率仍具备较大增长空间。

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及数字音乐行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国数字音乐行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外数字音乐行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了数字音乐行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于数字音乐产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国数字音乐行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

报告目录

第一章 2019-2023年全球数字音乐市场分析

第一节 全球音乐市场发展综述

一、产业收入规模

二、细分市场格局

三、区域市场分析

第二节 全球数字音乐市场发展概况

一、商业环境分析

二、付费市场份额

三、流媒体市场规模

四、主要音乐平台模式

第三节 美国

一、音乐产业结构变化

二、数字音乐收入规模

三、数字音乐下载规模

四、流媒体市场规模

第四节 英国

一、音乐产业发展现状

二、流媒体服务发展现状

三、音乐流媒体服务收入

四、用户音乐付费情况

第五节 日韩

一、日本唱片产业发展特点

二、日本音乐市场发展规模

三、日本数字音乐收入规模

四、韩国音乐国际竞争力

五、韩国流媒体版权管理

第六节 印度

一、音乐流媒体发展现状

二、在线音乐平台格局

三、主流音乐平台发展

四、腾讯布局印度市场

第二章 2019-2023年中国数字音乐市场发展环境

第一节 社会发展环境

一、居民人均收入上升

二、人均消费支出增加

三、音乐产业投资增加

四、音乐产业基地建设

第二节 音乐产业环境

一、音乐产业规模

二、核心层行业规模

三、关联层行业规模

四、拓展层行业规模

第三节 互联网产业环境

一、网民规模

二、手机网民规模

三、网络音乐用户规模

四、网络直播用户规模

第四节 粉丝经济兴起

一、粉丝经济形成原因

二、粉丝经济发展历程

三、选秀节目粉丝经济分析

四、粉丝经济保障音乐版权

五、粉丝经济发展趋势

第三章 2019-2023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、音乐产业链介绍

二、数字音乐产业链

三、产业链核心分析

第二节 2019-2023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、行业商业模式
- 四、市场发展现状

第三节 2019-2023年中国数字音乐行业运行情况

- 一、产业发展规模
- 二、收入结构分布
- 三、互联网企业布局

第四节 国内外数字音乐用户行为分析

- 一、全球流媒体用户分析
- 二、全球用户播放设备选择
- 三、中国用户使用行为分析
- 四、中国用户付费驱动因素
- 五、中国用户付费决定因素
- 六、中国付费消费行为分析

第五节 中国数字音乐市场面临的挑战

- 一、产业上游利益缺位
- 二、版权恶性竞争严重
- 三、盈利方式相对单一
- 四、原创作品把关不严

第六节 中国数字音乐产业发展对策

- 一、深度挖掘版权价值
- 二、避免版权恶性竞争

三、培育有效盈利模式

四、培养用户付费习惯

第四章 互联网对数字音乐的影响分析

第一节 互联网对数字音乐行业的影响

一、智能数字音乐设备发展情况分析

1、智能数字音乐设备发展概况

2、主要数字音乐app应用情况

二、数字音乐智能设备经营模式分析

1、智能硬件模式

2、数字音乐app模式

3、虚实结合模式

4、个性化资讯模式

三、智能设备对数字音乐行业的影响分析

1、智能设备对数字音乐行业的影响

2、数字音乐智能设备的发展趋势分析

第二节 互联网+数字音乐发展模式分析

一、互联网+数字音乐商业模式解析

1、数字音乐o2o模式分析

(1)运行方式

(2)盈利模式

2、智能联网模式

(1)运行方式

(2)盈利模式

二、互联网+数字音乐案例分析

1、案例一

2、案例二

3、案例三

4、案例四

5、案例五

三、互联网背景下数字音乐行业发展趋势分析

第五章 2019-2023年中国音乐内容版权市场分析

第一节 2019-2023年中国音乐版权问题分析

一、盗版音乐现象经济学成因

二、版权把控方式较为单一

三、版权付费难以全面实现

四、用户支付版权意愿不强

五、相关版权保护政策汇总

第二节 2019-2023年中国音乐内容市场发展分析

一、音乐版权市场规模

二、词曲版权收入规模

三、音乐版权市场集中度

第三节 2019-2023年数字音乐商用版权发展情况

一、数字音乐版权规模

二、版权市场潜在风险

三、版权交易平台作用

四、交易平台商业模式

第四节 美国音乐版权体系案例

一、美国关键音乐版权政策

二、美国主要音乐版权类型

三、美国音乐版权利益分配

四、主要音乐权利人版权

第六章 2019-2023年中国数字音乐平台发展分析

第一节 2019-2023年中国数字音乐平台竞争格局

一、数字音乐平台发展概况

二、数字音乐平台市场格局

三、数字音乐平台正版化情况

四、典型音乐平台特征对比

五、数字音乐平台发展特色

六、数字音乐平台发展趋势

第二节 2019-2023年中国数字音乐平台版权布局

一、版权竞争现状

二、平台垄断分析

三、版权竞争影响

四、版权合作情况

第三节 2019-2023年中国数字音乐平台商业模式分析

一、商业模式概况

二、用户付费模式

三、版权运营模式

第四节 2019-2023年中国数字音乐平台盈利模式分析

一、会员收费模式

二、内容购买模式

三、广告模式

四、增值服务模式

五、版权转授模式

六、硬件销售模式

第五节 数字音乐平台服务模式创新

一、社交化生态构建

二、进入粉丝经济上游

三、直播+数字专辑销售

第七章 2019-2023年中国在线音乐市场发展分析

第一节 2019-2023年中国在线音乐市场综述

一、产业链介绍

二、产业链特征

三、产业链各方关系

第二节 2019-2023年中国在线音乐市场发展规模

一、用户规模

二、用户付费特征

三、市场投资情况

四、行业市场格局

五、行业市场份额

第三节 2019-2023年中国在线音乐商业模式分析

一、商业模式对比

二、数字音乐专辑

三、扶植音乐人计划

第八章 2019-2023年中国数字音乐细分市场发展分析

第一节 音乐流媒体服务

- 一、流媒体的概念
- 二、音乐流媒体发展历程
- 三、音乐流媒体发展现状
- 四、音乐流媒体盈利模式
- 五、音乐流媒体案例分析——spotify

- 一、企业发展情况
- 二、企业商业模式

第二节 数字专辑服务

- 一、数字专辑出现原因
- 二、数字专辑销售情况
- 三、数字专辑服务案例分析——qq音乐

第三节 在线音乐电台

- 一、移动电台产业链
- 二、移动电台用户规模
- 三、移动电台竞争格局
- 四、头部移动电台产品
- 五、移动电台案例分析——荔枝fm

第四节 在线k歌

- 一、在线k歌发展背景
- 二、在线k歌市场现状
- 三、在线k歌商业模式
- 四、在线k歌市场格局
- 五、在线k歌案例分析——全民k歌

第五节 演唱会在线直播

一、市场发展历程

二、市场用户规模

三、市场影响分析

四、市场增长空间

第九章 2019-2023年国内外重点唱片公司经营分析

第一节 维旺迪(vivendi sa)

一、企业发展概况

二、2019-2023年维旺迪经营状况分析

三、维旺迪经营状况分析

四、2022年维旺迪经营状况分析

第二节 索尼(sony corporation)

一、企业发展概况

二、2019-2023年企业经营状况分析

三、企业经营状况分析

四、2022年企业经营状况分析

第三节 华纳音乐集团(warner music group corp.)

一、企业发展概况

二、2019-2023年企业经营状况分析

三、企业经营状况分析

四、2022年企业经营状况分析

第四节 华谊兄弟传媒股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、核心竞争力分析

六、公司发展战略

七、未来前景展望

第五节 太合音乐集团

一、企业发展概况

二、企业核心业务

三、业务开发动态

第十章 2019-2023年中国数字音乐重点企业经营分析

第一节 腾讯音乐

一、企业发展概况

二、企业产品体系

三、企业产品矩阵

四、旗下平台盈利模式

五、2019-2023年企业经营状况分析

六、企业经营状况分析

七、2022年企业经营状况分析

第二节 网易云音乐

一、企业发展概况

二、企业营业模式

三、产品用户粘性

四、企业竞争优势

第三节 阿里音乐

一、企业发展概况

二、企业发展历程

三、企业盈利模式

四、企业合作动态

第十一章 2024-2029年中国数字音乐市场投资及前景趋势展望

第一节 中国数字音乐市场投资分析

一、数字音乐领域投资并购

二、在线K歌领域投融资情况

三、移动电台领域投融资情况

第二节 中国数字音乐市场投资机会

一、付费音乐市场

二、原创音乐领域

三、音乐移动端开发

四、在线演艺领域

第三节 数字音乐市场前景分析

一、数字音乐市场发展机遇

二、音乐版权保护成熟

三、盈利方式日趋多元

四、用户付费习惯养成

五、数字音乐市场发展方向

第四节 数字音乐发展趋势展望

一、版权市场差异化

二、场景化服务优化

三、版权获取多元化

四、下游渠道服务升级

第五节 中国数字音乐平台发展趋势展望

- 一、向产业链下游延伸
- 二、探索流媒体商业模式
- 三、布局音乐社交市场
- 四、开发音乐版权价值

第六节 中道泰和对2024-2029年中国数字音乐产业预测分析

- 一、2024-2029年中国数字音乐产业影响因素分析
- 二、2024-2029年中国音乐产业市场规模预测
- 三、2024-2029年中国数字音乐产业市场规模预测

图表目录

图表：2004-2022年全球录制音乐产业收入

图表：2019-2023年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：2008-2022年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：1975-2019-2023年美国音乐市场销售额规模及其占gdp比重

图表：2019-2023年美国数字音乐收入规模及细分

图表：2019-2023年美国数字音乐下载规模

图表：2014-2022年美国音乐流媒体市场规模

图表：2019-2023年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：2008-2022年日本音乐细分市场收入

图表：2012-2022年日本数字音乐细分市场格局情况

- 图表：2022年全国居民人均消费支出及构成
- 图表：2014-2022年中国音乐产业投融资事件数量
- 图表：2019-2023年国家音乐产业基地总资产和营业收入
- 图表：2019-2023年中国音乐产业细分行业的市场规模统计
- 图表：2019-2023年中国音乐产业年度市场规模
- 图表：2019-2023年音乐产业各层次比重
- 图表：2019-2023年中国音乐产业各细分行业产值与增长情况
- 图表：2019-2023年音乐图书与音像出版产业总体规模
- 图表：2019-2023年中国音乐类演出市场票房总收入
- 图表：2019-2023年音著协和音集协权利收入
- 图表：2019-2023年音乐教育培训市场产业产值
- 图表：2019-2023年乐器行业主要经济指标
- 图表：2019-2023年中国音响产业规模
- 图表：2019-2023年广播电视音乐广告收入
- 图表：2019-2023年影视剧、游戏、动漫音乐产业产值
- 图表：2019-2023年卡拉ok行业总产值
- 图表：2019-2023年中国网民规模及互联网普及率
- 图表：2019-2023年中国手机网民规模
- 图表：2019-2023年中国网络音乐用户规模
- 图表：2019-2023年中国手机网络音乐用户规模
- 图表：2019-2023年中国网络直播用户规模
- 图表：音乐产业链介绍
- 图表：2022年中国数字音乐产业链图谱
- 图表：2022年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：2019-2023年中国数字音乐产业市场规模
- 图表：2013-2022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：2019-2023年中国音乐版权市场规模(版权方收入)
- 图表：2019-2023年音著协许可收入
- 图表：2019-2023年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：2022年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：2013-2019-2023年中国数字音乐付费用户arppu值增长趋势

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：2019-2023年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：2019-2023年在线音乐付费用户数字专辑月均消费额分布

图表：2019-2023年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：2019-2023年spotify营业总收入、营业成本及同比增速、归母净利润

图表：2019-2023年spotify会员与广告收入占比趋势

图表：2019-2023年spotify会员收入与广告收入及同比增速

图表：2019-2023年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：2019-2023年数字专辑销售额top 10

图表：2019-2023与2019-2023年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：2012-2019-2023年中国移动电台用户规模

图表：2019-2023年中国移动电台应用活跃用户分布

把握投资 决策经营！

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20210708/217339.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)