

2017-2022年中国网络音乐市场深度调查及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国网络音乐市场深度调查及投资方向研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/294757.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

网络音乐这一种新的音乐形式,是通过网络制作、信息网络传播和交易的电子化音乐。网络音乐中所指的“网络”,不仅包括通常所说的计算机国际互联网,而且包括电信网、移动互联网、有线电视网以及卫星通信、微波通信、光纤通信等各种以F P
协议为基础的能够实现互动的智能化网络的互联。

网络音乐主要由两个部分组成:一是通过电信互联网提供在电脑终端下载或者播放的互联网在线音乐,二是无线网络运营商通过无线增值服务提供在手机终端播放的无线音乐,又被称为移动音乐。

截至2016年6月,网络音乐用户规模达到5.02亿,较去年底增加77万,占网民总体的70.8%。其中手机网络音乐用户规模达到4.43亿,较去年底增加2707万,占手机网民的67.6%。

2015.12-2016.6中国网络音乐/手机网络音乐用户规模及使用率

本研究报告数据主要采用国家统计数据,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 网络音乐相关概述 1

第一节 网络音乐界定及特点 1

第二节 网络音乐组成 1

一、在线音乐 1

二、无线音乐 1

第三节 数字音乐简述 2

第四节 网络音乐意义及影响因素 2

第二章 世界网络音乐市场运行状况分析 3

第一节 世界网络音乐行业运行环境分析 3

一、全球互联网及宽带用户规模 3

2005-2015年全球互联网使用人数(百万人)

二、全球传统音乐唱片市场动态分析 5

三、世界有关网络音乐政策分析 8

第二节 世界网络音乐市场发展概况分析 8

- 一、网络音乐市场特点分析 8
- 二、全球网络音乐的交流平台整合分析 9
- 三、全球网络音乐技术分析 11
- 四、全球网络音乐市场动态分析 12
- 第三节 世界其他国家、地区网络音乐市场发展态势分析 13
 - 一、欧洲 13
 - 二、日本 15
 - 三、美国 16
 - 1、美国网络音乐市场规模分析 16
 - 2、付费下载是美国网络音乐主要收入来源 16
- 第四节 2017-2022年世界网络音乐市场发展趋势分析 16

第三章 中国网络音乐市场运行环境分析 18

- 第一节 国内网络音乐经济环境分析 18
 - 一、GDP历史变动轨迹分析 18
 - 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 26
 - 三、2016年中国网络音乐经济发展预测分析 29
- 第二节 中国网络音乐行业政策环境分析 32

第四章 中国网络音乐行业发展现状分析 68

- 第一节 中国网络音乐产业运行总况 68
 - 一、网络音乐发展迅速 68
 - 二、网络音乐市场经营不规范分析 70
 - 三、网络音乐发展目标分析 71
 - 四、网络音乐和传统音乐产业链对比 72
- 第二节 中国网络音乐市场动态分析 74
 - 一、中国网络音乐行业市场规模构成分析 74
 - 二、中国网络、移动音乐和传统音乐对比分析 75
 - 三、网络音乐产业对传统唱片业的冲击 76
- 第三节 中国网络歌曲市场运行状况分析 77
 - 一、网络歌曲绝大多数是自发性的原创歌曲 77
 - 二、国内网络歌曲发展遭遇版权门 77
 - 三、彩铃市场：网络歌曲仍是主流 78
 - 四、网络歌曲“恶俗”成风却很有市场 78
- 第四节 中国网络音乐行业面临挑战分析 79

一、版权问题仍是关键制约因素 79

二、国内音乐产业有待健康发展 79

三、正版音乐支付环节有待优化 80

第五节 中国网络音乐市场发展对策分析 80

第五章 中国网络音乐市场服务提供商运行格局分析 81

第一节 中国网络音乐搜索引擎发展局势分析 81

一、音乐搜索网站按访问次数划分市场份额 81

二、音乐搜索网站按有效浏览时间划分市场份额 81

三、用户最常使用的在线音乐搜索引擎 81

四、百度、搜狗、爱问音乐搜索对比 82

第二节 中国专业音乐网站发展态势分析 82

一、音乐网站用户整体使用情况分析 82

二、音乐综合网站按访问次数划分市场份额 83

三、音乐综合网站按有效浏览时间划分市场份额 83

四、用户最常使用的在线音乐网站 83

五、九天、一听、A8对比 83

第三节 中国网络音乐软件发展概况分析 84

一、用户最常使用的在线音乐软件 84

二、酷狗、QQ音乐软件对比 84

第六章 中国网络音乐市场调查分析 85

第一节 中国网络音乐用户基本属性分析 85

一、在线音乐用户与互联网用户属性对比 85

二、在线音乐核心用户和整体用户属性对比 85

第二节 中国网络音乐用户使用习惯分析 86

一、喜欢的音乐种类 86

二、喜欢的收听方式 86

三、音乐获取方式 87

四、喜欢的推荐方式 87

五、常用的播放软件 88

第三节 中国网络音乐用户消费行为分析 88

一、版权态度分析 88

二、付费观念和行为探究 88

三、广告兴趣分析 88

- 四、付费与未付费用户对广告态度不同 89
- 五、付费与未付费用户音乐周边产品消费不同 89
- 第四节 中国网络音乐用户服务商满意度分析 89

第七章 中国网络音乐产业链局势分析 90

- 第一节 音乐内容提供商 90
- 第二节 电脑厂商 90
- 第三节 零售终端 90
- 第四节 门户网站 90
- 第五节 搜索网站 91
- 第六节 专业音乐网站 91

第八章 2017-2022年中国网络音乐市场发展趋势分析 93

- 第一节 2017-2022年中国网络音乐市场发展趋势分析 93
 - 一、网络音乐版权，从对立走向合作 93
 - 二、网络原创音乐走向多元化 95
 - 三、网络音乐和移动音乐融合趋势 95
 - 四、个性化音乐服务将更好地满足需求 96
 - 五、第三方监测机构形成将促进产业链各方之间紧密协作 98
 - 六、网络音乐网站盈利模式趋势分析 98
- 第二节 2017-2022年中国网络音乐市场预测分析 99
 - 一、2010年全球网络音乐市场收入增长七倍 99
 - 二、网络音乐市场盈利预测分析 99

第九章 2017-2022年中国网络音乐市场投资前景分析 104

- 第一节 中国网络音乐市场投资特性分析 104
- 第二节 2017-2022年中国网络音乐市场投资机会分析 104
- 第三节 2017-2022年中国网络音乐市场投资风险分析 105
 - 一、政策风险分析 105
 - 二、技术风险分析 105
 - 三、竞争风险分析 106
 - 四、其他风险分析 106
 - 五、客户议价能力 107

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/294757.html>