



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年中国网络音乐市场 运行态势及投资战略咨询报告

# 一、调研说明

《2012-2016年中国网络音乐市场运行态势及投资战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/192986.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

网络音乐是指音乐作品通过互联网、移动通信网等各种有线和无线方式传播的，其主要特点是形成了数字化的音乐产品制作、传播和消费模式。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，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。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国网络音乐市场运行态势及投资战略咨询报告》共九章。首先介绍了中国网络音乐行业的概念，接着分析了中国网络音乐行业发展环境，然后对中国网络音乐行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国网络音乐行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国网络音乐行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

### 第一章 网络音乐相关概述

#### 第一节 网络音乐界定及特点

#### 第二节 网络音乐组成

##### 一、在线音乐

##### 二、无线音乐

#### 第三节 数字音乐简述

#### 第四节 网络音乐意义及影响因素

### 第二章 2011年世界网络音乐市场运行状况分析

#### 第一节 2011年世界网络音乐行业运行环境分析

##### 一、全球互联网及宽带用户规模

##### 二、全球传统音乐唱片市场动态分析

##### 三、世界有关网络音乐政策分析

#### 第二节 2011年世界网络音乐市场发展概况分析

##### 一、网络音乐市场特点分析

##### 二、全球网络音乐的交流平台整合分析

### 三、全球网络音乐技术分析

### 四、全球网络音乐市场动态分析

#### 第三节 2011年世界其他国家、地区网络音乐市场发展态势分析

##### 一、欧洲

##### 二、日本

##### 三、美国

##### 1、美国网络音乐市场规模分析

##### 2、付费下载是美国网络音乐主要收入来源

#### 第四节 2012-2016年世界网络音乐市场发展趋势分析

### 第三章 2011年中国网络音乐市场运行环境解析

#### 第一节 国内宏观经济环境分析

##### 一、GDP历史变动轨迹分析

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

##### 三、2012年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 2011年中国网络音乐政策环境发展分析

##### 一、网络音乐遭遇政策"大棒"

##### 二、文化部出台意见明确网络音乐管理政策

##### 三、解读《加强改进网络音乐内容审查工作的通知》

##### 四、进口网络音乐产品须经文化部审核合格后投放市场

##### 五、中国政府承诺将加强网络音乐盗版活动打击力度

##### 六、数字音乐版权保护及政策环境

##### 七、网络音乐相关法律法规

#### 第三节 2011年中国网络音乐社会环境发展分析

##### 一、电脑的普及及电脑的应用

##### 二、中国人口规模及学历情况

##### 三、网络技术不断发展

### 第四章 2011年中国网络音乐行业发展现状分析

#### 第一节 2011年中国网络音乐产业运行总况

##### 一、网络音乐发展迅速

##### 二、网络音乐市场营销不规范分析

### 三、网络音乐发展目标分析

### 四、网络音乐和传统音乐产业链对比

#### 第二节 2011年中国网络音乐市场动态分析

##### 一、中国网络音乐行业市场规模构成分析

##### 二、中国网络、移动音乐和传统音乐对比分析

##### 三、网络音乐产业对传统唱片业的冲击

#### 第三节 2011年中国网络歌曲市场运行状况分析

##### 一、网络歌曲绝大多数是自发性的原创歌曲

##### 二、国内网络歌曲发展遭遇版权门

##### 三、彩铃市场：网络歌曲仍是主流

##### 四、网络歌曲"恶俗"成风却很有市场

#### 第四节 2011年中国网络音乐行业面临挑战分析

##### 一、版权问题仍是关键制约因素

##### 二、国内音乐产业有待健康发展

##### 三、正版音乐支付环节有待优化

#### 第五节 2011年中国网络音乐市场发展对策分析

### 第五章 2011年中国网络音乐市场服务提供商运行格局分析

#### 第一节 2011年中国网络音乐搜索引擎发展局势分析

##### 一、音乐搜索网站按访问次数划分市场份额

##### 二、音乐搜索网站按有效浏览时间划分市场份额

##### 三、用户最常使用的在线音乐搜索引擎

##### 四、百度、搜狗、爱问音乐搜索对比

#### 第二节 2011年中国专业音乐网站发展态势分析

##### 一、音乐网站用户整体使用情况分析

##### 二、音乐综合网站按访问次数划分市场份额

##### 三、音乐综合网站按有效浏览时间划分市场份额

##### 四、用户最常使用的在线音乐网站

##### 五、九天、一听、A8对比

#### 第三节 2011年中国网络音乐软件发展概况分析

##### 一、用户最常使用的在线音乐软件

##### 二、酷狗、QQ音乐软件对比

## 第六章 2011年中国网络音乐市场调查分析

### 第一节 2011年中国网络音乐用户基本属性分析

#### 一、在线音乐用户与互联网用户属性对比

#### 二、在线音乐核心用户和整体用户属性对比

### 第二节 2011年中国网络音乐用户使用习惯分析

#### 一、喜欢的音乐种类

#### 二、喜欢的收听方式

#### 三、音乐获取方式

#### 四、喜欢的推荐方式

#### 五、常用的播放软件

### 第三节 2011年中国网络音乐用户消费行为分析

#### 一、版权态度分析

#### 二、付费观念和行为的探究

#### 三、广告兴趣分析

#### 四、付费与未付费用户对广告态度不同

#### 五、付费与未付费用户音乐周边产品消费不同

### 第四节 2011年中国网络音乐用户服务商满意度分析

## 第七章 2011年中国网络音乐产业链局势分析

### 第一节 音乐内容提供商

### 第二节 电脑厂商

### 第三节 零售终端

### 第四节 门户网站

### 第五节 搜索网站

### 第六节 专业音乐网站

## 第八章 2012-2016年中国网络音乐市场发展趋势分析

### 第一节 2012-2016年中国网络音乐市场发展趋势分析

#### 一、网络音乐版权，从对立走向合作

#### 二、网络原创音乐走向多元化

#### 三、网络音乐和移动音乐融合趋势

#### 四、个性化音乐服务将更好地满足需求

五、第三方监测机构形成将促进产业链各方之间紧密协作

六、网络音乐网站盈利模式趋势分析

第二节 2012-2016年中国网络音乐市场预测分析

一、全球网络音乐市场收入将增长七倍

二、网络音乐市场盈利预测分析

第九章 2012-2016年中国网络音乐市场投资前景分析

第一节 2011年中国网络音乐市场投资特性分析

第二节 2012-2016年中国网络音乐市场投资机会分析

第三节 2012-2016年中国网络音乐市场投资风险分析

一、政策风险分析

二、技术风险分析

三、竞争风险分析

四、其他风险分析

第四节 专家投资观点

图表目录：（部分）

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年年末国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2011年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2011年中国互联网及宽带用户发展状况

图表：网络音乐和传统音乐产业链对比

图表：2011年中国网络、移动音乐和传统音乐对比

图表：百度、搜狗、爱问音乐搜索对比

图表：音乐网站用户整体使用情况

图表：九天、一听、A8对比

图表：酷狗、QQ音乐软件对比

图表：在线音乐用户与互联网用户属性对比

图表：在线音乐核心用户和整体用户属性对比

图表：用户最喜欢的音乐种类

图表：用户最主要获取音乐方式

图表：用户最喜欢的推荐方式

图表：用户最常用的播放软件

图表：用户最主要听歌方式

图表：iUserTracker-2007年1-6月影音播放软件月度覆盖人数TOP5

图表：用户对在线音乐满意度分析

图表：2006-2012年全球在线音乐市场规模

图表：2004-2006年美国在线音乐市场规模

图表：2003-2010年中国在线音乐市场规模

图表：2003-2010年中国在线音乐用户规模

图表：2011年中国网络音乐用户消费行为

图表：2012-2016年中国网络音乐市场投资周期

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

通过《2012-2016年中国网络音乐市场运行态势及投资战略咨询报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/192986.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法



- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司）

，艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。