



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](mailto: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家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、网络音乐市场经营不规范分析

### 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提供专业投资咨询报告、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。