



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国移动音乐市场 监测及投资前景分析报告

一、调研说明

《2015-2020年中国移动音乐市场监测及投资前景分析报告》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/254146.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

- 1. 移动音乐概述 10
 - 1.1. 移动音乐的定义 10
 - 1.2. 移动音乐的特点 10
 - 1.3. 移动音乐的分类 11
- 2. 全球移动音乐市场发展状况 12
 - 2.1. 美国 12
 - 2.2. 韩国 13
 - 2.3. 日本 15
 - 2.4. 美日韩三国移动音乐业务发展的借鉴意义分析 17
- 3. 中国移动音乐市场发展现状 18
 - 3.1. 移动增值业务市场发展环境分析 18
 - 3.1.1. 政治法律环境 18
 - 3.1.2. 经济环境 19
 - 3.1.3. 社会文化环境 20
 - 3.1.4. 技术环境 20
 - 3.2. 竞争分析 21
 - 3.2.1. 传统音乐市场现状 21
 - 3.2.2. 在线音乐市场现状 23
 - 3.2.3. 移动音乐SWOT分析 26
 - 3.3. 发展状况 27
- 4. 用户分析 30
 - 4.1. 移动新业务的用户行为及特征分析 30
 - 4.1.1. 手机用户来源及上网用户比例分析 30
 - 4.1.2. 用户特征分析 32
 - 4.1.3. 用户使用新业务的消费行为与习惯分析 36
 - 4.2. 移动音乐的用户行为和需求分析 38
 - 4.2.1. 对移动音乐的接受度分析 38
 - 4.2.2. 移动音乐业务的使用行为分析 38
 - 4.2.3. 对移动音乐业务的偏好分析 41
 - 4.2.4. 对移动音乐业务的需求分析 42

4.3. 手机下载音乐业务的消费与行为特征分析	43
4.3.1. 使用分析	43
4.3.2. 需求分析	44
4.4. 手机广播音乐业务的消费与行为特征分析	45
4.4.1. 使用分析	45
4.4.2. 需求分析	47
4.4.3. 偏好分析	48
5. 中国移动音乐主要细分市场分析	50
5.1. 彩铃	51
5.1.1. 用户规模	51
5.1.2. 市场规模	52
5.1.3. 发展趋势	53
5.2. IVR音乐点播	53
5.2.1. 市场规模	53
5.2.2. 发展趋势	55
5.3. WAP音乐下载	56
5.3.1. 市场规模	56
5.3.2. 发展趋势	57
5.4. 手机广播音乐	57
6. 中国移动音乐市场产业链状况分析	59
6.1. 目前产业链总体结构分析	59
6.2. 主要价值链及主要商业模式分析	61
6.2.1. SP运营模式	62
6.2.2. 运营商自营模式	62
6.2.3. 独立服务提供商模式	63
6.3. 产业链关键环节分析	64
6.3.1. 运营商	64
6.3.2. SP	66
6.3.3. 内容提供商	67
6.3.4. 终端厂商	68
7. 中国移动音乐市场重点企业研究	72
7.1. 唱片公司	72

7.1.1. 华友飞乐	72
7.1.2. 太合麦田	73
7.1.3. 百代	75
7.1.4. 华纳音乐	77
7.1.5. A8音乐集团	79
7.2. SP	80
7.2.1. TOM	80
7.2.2. 搜狐	82
7.2.3. 滚石	84
7.2.4. 掌上灵通	85
7.2.5. 新浪	86
8. 中国移动音乐市场策略建议	89
9. 中国移动音乐市场规模预测	91
9.1. 整体市场规模	91
9.2. CMCC移动音乐市场规模预测	93
9.3. CUC移动音乐市场规模预测	94

图表目录：

图表 1 移动音乐业务分类及定义	11
图表 2 美国移动音乐业务细分情况	12
图表 3 美国现有移动音乐市场用户及其发展趋势	13
图表 4 韩国移动音乐市场业务细分图	14
图表 5 韩国移动音乐业务应用状况表	14
图表 6 韩国2000-2007年无线音乐市场规模	15
图表 7 日本移动音乐市场细分	16
图表 8 日本移动音乐市场用户发展状况图	17
图表 9 传统音乐市场产业链结构图	22
图表 10 2001年-2014年中国音像产品发行情况统计	23
图表 11 在线音乐现有产业链结构图	24
图表 12 中国在线音乐用户规模	25
图表 13 中国在线音乐市场规模	26
图表 14 移动音乐SWOT分析	27

图表 15 中国音乐市场产业链 27

图表 16 手机用户中上网手机比例 30

图表 17 中国移动和中国联通移动用户市场份额 31

图表 18 被调查用户年龄分布 32

图表 19 被调查用户性别状况 32

图表 20 被调查用户文化程度 33

图表 21 被调查用户婚姻状况 33

图表 22 被调查用户职业分布 34

图表 23 被调查用户收入状况 34

图表 24 被调查用户手机费用 35

图表 25 被调查用户通信费用来源 35

图表 26 被调查用户通信费用性质 36

图表 27 手机用户使用新业务的原因 36

图表 28 被调查用户月均新业务费用支出情况 37

图表 29 被调查用户使用新业务最担心的问题 37

图表 30 用户对音乐的态度 38

图表 31 用户听音乐的频率 38

图表 32 手机用户听音乐的方式 39

图表 33 手机用户在音乐上的月均支出 39

图表 34 手机用户所了解的听音乐的途径 40

图表 35 手机用户听音乐的方式 40

图表 36 手机用户喜欢的音乐类型 41

图表 37 手机用户喜欢的手机音乐业务 41

图表 38 手机用户喜欢某种手机音乐业务的原因 42

图表 39 手机用户更换手机后对于手机音乐业务的选择性 42

图表 40 下载音乐的使用情况 43

图表 41 没有使用手机下载音乐业务的原因 44

图表 42 能接受的手机下载音乐资费方式 44

图表 43 能接受的包月资费范围 45

图表 44 能接受的单首音乐资费范围 45

图表 45 收听广播的频率 46

图表 46 收听广播的方式 46

图表 47 收听广播遇到的问题 47

图表 48 尝试音乐广播业务的倾向性 47

图表 49 对于手机音乐广播业务资费的接受方式 48

图表 50 对于手机音乐广播业务资费的接受程度 48

图表 51 喜欢的音乐广播节目 49

图表 52 中国移动音乐业务细分市场具体情况列表 50

图表 53 2009-2014年 年中国CRBT用户发展现状及预测 51

图表 54 2009-2014年中国电信运营商CRBT收入及预测 52

图表 55 2009-2014年中国SP信息费收入及预测 52

图表 56 2009-2014年中国移动IVR用户规模 53

图表 57 2009-2014年中国移动IVR业务收入 54

图表 58 中国联通语音增值业务细分收入及C/G网比例 54

图表 59 2014年中国联通累计语音增值业务收入排名前十位的省公司 55

图表 60 2009-2014年 中国WAP用户规模及预测 56

图表 61 2009-2014年中国WAP信息费收入规模 57

图表 62 移动音乐市场现有产业链结构图 59

图表 63 三种移动音乐商务模式下的价值链分析图 61

图表 64 SP运营模式职责分工及利益分配 62

图表 65 运营商自营模式职责分工及利益分配 63

图表 66 独立服务提供商模式职责分工及利益分配 63

图表 67 MOTO音乐手机列表 68

图表 68 诺基亚音乐手机列表 69

图表 69 索爱音乐手机列表 69

图表 70 三星音乐手机列表 70

图表 71 联想音乐手机列表 70

图表 72 波导音乐手机列表 70

图表 73 康佳音乐手机列表 70

图表 74 大显音乐手机列表 71

图表 75 夏新音乐手机列表 71

图表 76 多普达音乐手机列表 71

图表 77 华友世纪业务收入情况图 73

图表 78 太合麦田子网页访问量情况列表 74

图表 79 太合麦田最新主页访问量情况图 74

图表 80 太合麦田近三年收入情况统计 75

图表 81 2014年百代集团地区收入比例图 76

图表 82 2014年百代集团各地区收入情况统计 77

图表 83 2014年华纳音乐全球各地区收入比例 78

图表 84 2014年华纳全球各地区收入情况统计 78

图表 85 2014年TOM业务收入情况统计表 81

图表 86 2014年TOM业务收入比例 82

图表 87 2014年搜狐业务收入情况统计 83

图表 88 SOHU2014年收入及增值业务收入份额 83

图表 89 近5年掌上灵通毛营收情况 85

图表 90 2014年各季度掌上灵通收入及业务收入情况 86

图表 91 新浪子网页访问量情况列表 2006年8月19日 87

图表 92 新浪最新主页访问量图 87

图表 93 2014年新浪收入及增值业务收入状况 88

图表 94 SINA2014年收入及增值业务收入份额 88

图表 95 已开发的业务内容举例 89

图表 96 多种形式的业务提供方式举例 90

图表 97 中国数字音乐市场规模 91

图表 98 中国各类型数字音乐市场规模 92

图表 99 CMCC移动音乐细分业务市场用户规模预测 93

图表 100 CMCC移动音乐细分业务市场收入规模预测 93

图表 101 2014年联通语音增值业务细分收入及C/G网比例 94

图表 102 2014年中国联通各省炫铃收入情况 95

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/254146.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）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。