

2012-2016年中国数字音乐 行业深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国数字音乐行业深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/ruanjian1205/J043802RBM.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-05-28

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国数字音乐行业深度调研与投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了世界数字音乐市场运行状况、中国数字音乐产业运行环境等，接着分析了中国数字音乐产业运行形势，然后介绍了中国数字音乐产业市场动态、中国在线音乐产业市场状况。随后，报告对中国数字音乐主要服务商及运营商经营竞争力做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国数字音乐市场发展趋势及投资前景。您若想对数字音乐产业有个系统的了解或者想投资数字音乐行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国数字音乐行业深度调研与投资前景研究报告》，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。

数字音乐，是用数字格式存储的，可以通过网络来传输的音乐。无论被下载、复制、播放多少遍，其品质都不会发生变化。目前，数字音乐产业已经确立了它在我国数字内容产业中的重要地位，传统音乐产业、电信运营企业和数字技术新贵们争相进入这一领域，一批具有一定规模、拥有各自竞争优势的代表性企业相继涌现，对在中国市场条件下发展数字音乐产业进行了大量的探索和尝试。

第一章 2011-2012年世界数字音乐市场运行动态分析

第一节 2011-2012年世界数字音乐市场运行概况

- 一、全球数字娱乐大幅增长
- 二、全球数字音乐销售情况分析
- 三、新商业模式推进数字音乐产业发展
- 四、唱片公司拟在网上采用捆绑策略销售歌曲

第二节 2011-2012年世界在线音乐市场运行透析

- 一、国外在线音乐主要商业发展模式
- 二、全球在线音乐市场规模及预测
- 三、美国在线音乐市场规模情况

第三节 2011-2012年世界无线音乐市场运行探析

- 一、全球无线音乐业务特点分析

二、美国移动音乐市场出现新产品模式

三、日韩无线音乐下载业务扫描

四、全球无线音乐市场规模预测

第四节 2011-2012年全球数字音乐市场竞争格局分析

一、世界数字音乐市场竞争日渐激烈

二、数字音乐领域多家厂商纷纷挑战苹果霸主地位

三、未来数字音乐市场竞争决战商业模式

第五节 2012-2016年世界数字音乐市场前景预测分析

第二章2011-2012年世界部分国家数字音乐产业运行透析

第一节 美国

一、美国数字音乐销量分析

二、美国唱片及数字音乐市场发展状况

三、美国数字音乐消费人数持续上升

四、美国移动数字音乐市场又出现了一种新的产品模式

五、近三年美国数字音乐市场消费同比分析

六、美国音乐组织就在线音乐版权费问题达成协议

第二节 英国

一、英国数字音乐消费分析

二、英国数字音乐下载增长情况

三、英国唱片业积极探索数字音乐发行新模式

四、英国数字音乐调查分析

第三节 其他国家

一、德国数字音乐下载市场增长情况

二、俄罗斯数字音乐商店市场概况

三、韩国数字音乐市场发展概况

四、韩国迎来数字化付费音乐时代

第三章2011-2012年中国数字音乐产业运行环境分析

第一节 2011-2012年中国宏观经济环境分析

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2011-2012年中国数字音乐产业政策环境分析

一、数字音乐新标准分析

二、数字音乐政策分析

三、相关产业政策影响分析

第三节2011-2012年中国数字音乐产业技术环境分析

第四节2011-2012年中国数字音乐产业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、居民的各种消费观念和习惯

第四章 2011-2012年中国数字音乐产业运行形势分析

第一节 2011-2012年中国数字音乐产业动态分析

一、“中国数字音乐年度盛典”聚焦

二、中国国际数字音乐论坛“热点透析

三、原创音乐加快数字化转型

第二节 2011-2012年中国数字音乐市场发展概况

一、中国数字音乐产业的演进

二、数字音乐步入“专辑时代”;

三、深圳数字音乐产业极具发展优势

第三节2011-2012年中国数字音乐市场经营情况解析

一、数字音乐网站主要经营模式

二、数字音乐与传统唱片的较量

三、数字音乐“第三方力量”发展探析

四、探析数字音乐个性化推荐系统

五、大国投资滚石进军数字音乐

第五章2011-2012年中国数字音乐产业市场动态分析

第一节2011-2012年中国数字音乐产业市场概况

一、2011-2012年中国数字音乐市场规模

二、“音乐入口”模式的显现

三、三大阵营托起数字音乐市场

第二节2011-2012年中国数字音乐产业市场销售分析

第三节2011-2012年中国数字音乐市场面临的问题及发展策略

一、中国数字音乐产业发展的制约因素

二、人才成数字音乐市场发展瓶颈

三、数字音乐领域赢利模式的困惑

四、中国数字音乐产业的发展对策

第六章 2011-2012年中国数字音乐的版权问题探讨

第一节2011-2012年数字音乐盗版状况分析

一、全球数字音乐盗版市场情况

二、全球音乐非法下载市场现状

三、搜索引擎对盗版数字音乐传播影响较大

四、版权问题抑制数字音乐市场发展

五、数字音乐相关企业探索新模式跨越版权门槛

第二节2011-2012年中国正版数字音乐发展分析

一、中国正版数字音乐发展面临较大困难

二、酷狗与华纳合作共推我国正版数字音乐发展

三、我国正版数字音乐市场消费习惯调查分析

第三节2011-2012年中国数字音乐版权管理发展分析

一、从百代与苹果合作模式分析数字版权管理

二、从卡拉OK到百度看我国数字音乐版权发展

三、文化部将出台网络音频版权管理办法打破格局

四、中国保护数字音乐版权存在的障碍及发展出路

第七章 2011-2012年中国在线音乐产业市场态势分析

第一节2011-2012年中国在线音乐发展概况

一、中国在线音乐产业链的新构成

二、中国付费在线音乐下载增长缓慢

三、在线音乐用户常用的影音播放软件

四、中国在线音乐市场商业模式探索

五、用户对在线音乐满意度调查分析

第二节2011-2012年我国主要类型在线音乐服务提供商分析

- 一、下载类的音乐服务
- 二、在线类的音乐服务
- 三、背景音类的音乐服务
- 四、搜索类的音乐服务
- 五、广播类的音乐服务
- 六、从服务提供商透视在线音乐的发展

第三节2011-2012年中国在线音乐发展面临的问题及对策

- 一、我国在线音乐的发展瓶颈
- 二、在线音乐发展的突破点
- 三、产业链调整整合将是中国在线音乐的发展方向

第八章 2011-2012年中国无线音乐产业市场走势分析

第一节2011-2012年中国无线音乐发展分析

- 一、3G商用对无线音乐产业的影响浅析
- 二、无线音乐市场未来运营模式探析

第二节2011-2012年中国无线音乐运营商、服务商发展动态

- 一、音乐出版商联盟手机运营商向苹果iPhone宣战
- 二、我国运营商牵手唱片公司进军数字音乐市场
- 三、结信牵手中国移动打造无线音乐搜索

第三节2011-2012年中国无线音乐发展面临的问题

- 一、我国无线音乐发展的制约因素
- 二、我国无线音乐市场运作中存在的问题
- 三、无线音乐下载业务面临的挑战

第四节2011-2012年中国无线音乐发展对策及趋势

- 一、无线音乐应从版权和应用两方面谋求发展
- 二、无线数字音乐发行成功的要素
- 三、3G时代无线音乐企业发展建议
- 四、无线音乐业务发展趋势分析

第九章 2011-2012年中国数字音乐产业市场竞争格局分析

第一节2011-2012年中国数字音乐市场竞争格局分析

- 一、世界数字音乐市场竞争日渐激烈
- 二、数字音乐领域多家厂商纷纷挑战苹果霸主地位
- 三、未来数字音乐市场竞争决战商业模式

第二节 2011-2012年中国数字音乐市场竞争动态分析

- 一、数字音乐竞争激烈逼近行业洗牌
- 二、国内数字音乐各方博弈
- 三、亚马逊推数字音乐服务

第三节 2011-2012年中国数字音乐提升产品竞争力策略分析

第十章 2011-2012年世界数字音乐商家经营情况解析

第一节 苹果

- 一、公司概况
- 二、苹果iTunes成美国最大音乐零售商
- 三、2011-2012年苹果在线音乐iTunes产品价格分析
- 四、苹果将逐步解除数字音乐版权限制

第二节 亚马逊

- 一、公司概况
- 二、亚马逊收购Audible.com增强数字内容下载领域的竞争力
- 三、亚马逊欲撼动苹果iTunes数字音乐霸主地位

第三节 微软

- 一、公司概况
- 二、微软数字音乐领域发展探析
- 三、微软加强对数字音乐市场的争夺

第四节 Google

- 一、公司概况
- 二、谷歌中国推出“正版免费”在线音乐搜索
- 三、谷歌为在线数字音乐提供新广告分成模式

第五节 诺基亚

- 一、公司概况
- 二、诺基亚推广在线音乐商店
- 三、诺基亚启动“Comes With Music”数字音乐服务

第六节 其他企业动态

- 一、华纳索尼联手进军数字音乐
- 二、百思买收购Napster进军数字音乐市场
- 三、MySpace和华纳音乐合作发展数字音乐
- 四、索尼关闭Total Music在线音乐订阅服务
- 五、雅虎联合第三方推出新版在线音乐服务
- 六、全球主要唱片公司将打造数字音乐平台

第十一章 2011-2012年中国数字音乐主要服务商及运营商经营竞争力分析

第一节 A8电媒音乐控股有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2011-2012年A8音乐经营状况分析
- 三、经济危机下A8音乐发展分析
- 四、A8音乐携手台湾华研抢占3G数字音乐市场
- 五、A8音乐华南数字音乐基地正式启动建设

第二节 无线星空

- 一、企业基本概况
- 二、无线星空在数字音乐领域迅速成长
- 三、金融危机下无线星空逆势扩张

第三节 新浪

- 一、企业基本概况
- 二、新浪联合五大唱片公司打造数字音乐新平台
- 三、新浪音乐大力推出MYCD业务

第四节 中国移动

- 一、企业基本概况
- 二、中国移动无线音乐门户
- 三、中国移动“无线音乐随身听”业务发展分析
- 四、中国移动谋做无线音乐最大分销商
- 五、中国移动：数字音乐前景广阔

第五节 中国联通

- 一、企业基本概况
- 二、联通携手华纳进军无线音乐市场
- 三、中国联通无线音乐业务经营分析

第六节 腾讯

一、企业基本概况

二、腾讯走数字音乐正版化之路

三、腾讯数字音乐：探索在线音乐市场

第七节 其它公司动态分析

一、索雅与空中网联合拓展数字音乐市场

二、音著协与源泉联手共建数字音乐健康推广模式

三、源泉与微软合作在线销售欧美音乐

第十二章 2012-2016年中国数字音乐市场前景趋势分析

第一节 2012-2016年中国数字音乐市场前景分析

一、全球数字音乐市场预测

二、中国数字音乐产业展望

第二节 2012-2016年中国数字音乐市场发展趋势

一、未来数字音乐将多种服务模式并行

二、内容结合服务是大势所趋

三、透视数字音乐市场里的桌面化与网络化发展趋势

第三节 2012-2016年中国数字音乐市场盈利预测分析

一、未来中国数字音乐市场规模预测

二、未来中国数字音乐市场盈利预测分析

第十三章 2012-2016年中国数字音乐产业投资前景预测

第一节 2011-2012年中国数字音乐产业投资环境分析

第二节 2012-2016年中国数字音乐产业投资机会分析

一、数字音乐项目投资升温

二、制胜终端：数字音乐新机会

第三节 2012-2016年中国数字音乐产业投资风险分析

一、数字音乐产业竞争风险

二、数字音乐产业技术风险

三、数字音乐产业进入退出风险

第四节 专家投资建议

图表目录：（部分目录）

图表：美国数字音乐销量分析

图表：英国数字音乐下载增长情况

图表：2005-2011年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2011年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2011年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2011年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2010中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010.12-2011.12年我国工业增加值增速统计

图表：2005-2011年我国全社会固定资产投资额走势图（2011年不含农户）

图表：2005-2011年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2011年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2011年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：数字音乐市场规模分析

图表：数字音乐分类图

图表：2004-2012年全球数字音乐市场增长情况

图表：2004-2012年德国数字音乐下载量与下载收入规模

图表：中国数字音乐市场规模发展情况

图表：中国在线音乐与移动音乐市场规模对比

图表：2011-2012年数字音乐市场排名前五个国家

图表：在线数字音乐的价值链分析

图表：美国在线音乐市场规模

图表：在线音乐产业链构成

图表：中国在线音乐市场规模

图表：中国在线音乐用户规模

图表：中国在线音乐的主要商业模式

图表：影音播放软件月度覆盖人数前五名

图表：用户对在线音乐满意度分析

图表：KDDI的auLISTEN MOBILE SERVICE业务功能

图表：无线音乐价值链

图表：各个年龄段使用Chakuuta Full业务的情况

图表：国内无线音乐市场规模

图表：中国网页搜索请求量市场份额

图表：中国联通发展无线音乐业务主要意图

图表：2012年全球数字音乐销售收入占音乐销售收入比例

图表：迅雷看看桌面版

图表：千千音乐窗

图表：搜狗音乐盒

图表：一听音乐盒

图表：2012年全球数字音乐市场预测

图表：2012-2016年中国数字音乐市场盈利预测分析

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/ruanjian1205/J043802RBM.html>