

2015-2020年中国版权音乐 市场供需分析调查及行业调研报告

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

《2015-2020年中国版权音乐市场供需分析调查及行业调研报告》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/qitawenjiao1502/167198NF0U.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2026-04-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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

报告目录：

第一章 版权音乐行业发展概述 20

第一节 行业相关概念 20

一、版权音乐产业定义 20

二、版权音乐产业产品范围 20

三、版权音乐产业的外延及其所隶属的大行业 21

第二节 版权音乐产业产品与服务 22

一、版权音乐产业主要业态 22

二、版权音乐产业组织形式 23

三、版权音乐产品种类与生产数量 23

第三节 版权音乐产业投资特性分析 24

一、版权音乐产业赢利性 24

二、版权音乐产业成长性 25

三、版权音乐产业风险性 27

四、版权音乐业进入壁垒 27

第四节 版权音乐业现行管理体制分析 27

一、现行管理体制制约版权音乐业的发展 27

二、版权音乐协会在市场管理中的作用 33

三、对版权音乐行业行政管理体制改革的建议 35

第二章 全球版权音乐市场发展分析 37

第一节 2013年全球版权音乐市场分析 37

一、2013年全球版权音乐市场回顾 37

二、2013年全球版权音乐市场环境 37

三、2013年全球版权音乐格局分析 37

四、2013年全球版权音乐行业发展分析 38

第二节 2014年全球版权音乐市场分析 38

一、2014年全球版权音乐需求分析 38

二、2014年全球版权音乐行业发展分析 39

三、2014年全球版权音乐市场环境 39

| | |
|----------------------------|----|
| 四、2014年中外版权音乐市场对比 | 40 |
| 第三节 主要国家地区版权音乐市场分析 | 44 |
| 一、2013-2014年美国版权音乐市场分析 | 44 |
| 二、2013-2014年欧洲版权音乐市场分析 | 45 |
| 三、2013-2014年日本版权音乐市场分析 | 45 |
| 四、2013-2014年韩国版权音乐市场分析 | 45 |
| 第三章 2013-2014年我国版权音乐行业发展现状 | 47 |
| 第一节 版权音乐市场的发展情况 | 47 |
| 一、版权音乐市场的发展现状 | 47 |
| 二、我国版权音乐产业体系情况 | 47 |
| 三、中国版权音乐行业面临的困难局面 | 48 |
| 四、关于版权音乐行业产业链的分析 | 53 |
| 五、2014年版权音乐市场新情况 | 56 |
| 六、2014年转型中的版权音乐产业市场发展情况 | 56 |
| 七、版权音乐市场外的利润增长点分析 | 57 |
| 八、网上音乐下载收费将成版权时代的常态 | 59 |
| 第二节 2013-2014年版权音乐业发展情况分析 | 60 |
| 一、2013年版权音乐行业发展情况分析 | 60 |
| 二、2014年版权音乐行业发展情况分析 | 60 |
| 三、2014年版权音乐行业发展特点分析 | 61 |
| 四、2014年1-12月版权音乐行业发展情况 | 61 |
| 第三节 农村版权音乐市场发展分析 | 61 |
| 一、农村版权音乐市场发展情况 | 61 |
| 二、科学规范农村版权音乐市场 | 62 |
| 三、农村版权音乐市场建设和管理的建议 | 62 |
| 第四节 版权音乐的供需分析 | 64 |
| 一、版权音乐市场的需求情况 | 64 |
| 二、版权音乐产品需求影响因素 | 64 |
| 三、版权音乐产品供给的要素 | 65 |
| 四、我国版权音乐产品供给情况 | 65 |
| 第五节 中国版权音乐的问题和危机 | 66 |
| 一、当前版权音乐市场面临的主要问题 | 66 |

| | |
|-------------------------------|----|
| 二、版权音乐出版社面临的结构性困局 | 68 |
| 三、光盘产业的发展的危机 | 71 |
| 第六节 中国版权音乐产业发展的机遇和建议 | 72 |
| 一、我国版权音乐产业的机遇 | 72 |
| 二、我国版权音乐行业发展的建议 | 76 |
| 三、版权音乐游商、地摊和无证照经营场所的存在原因及对策建议 | 77 |
| 第四章 我国版权音乐市场运营状况分析 | 82 |
| 第一节 2013年我国版权音乐市场运营状况分析 | 82 |
| 一、主要观点 | 82 |
| 二、市场结构分析 | 82 |
| 三、价格走势分析 | 83 |
| 四、厂商分析 | 83 |
| 第二节 2014年4季度我国版权音乐市场运营状况分析 | 83 |
| 一、主要观点 | 83 |
| 二、整体市场运营状况分析 | 83 |
| 第五章 2013-2014年我国版权音乐行业进出口分析 | 84 |
| 第一节 我国版权音乐进口分析 | 84 |
| 一、2013-2014年进口总量分析 | 84 |
| 二、2013-2014年进口结构分析 | 84 |
| 第二节 我国版权音乐出口分析 | 85 |
| 一、2013-2014年出口总量分析 | 85 |
| 二、2013-2014年出口结构分析 | 85 |
| 第三节 我国版权音乐进出口预测 | 86 |
| 一、2015年版权音乐进口预测 | 86 |
| 二、2015年版权音乐出口预测 | 86 |
| 第六章 2014年中国版权音乐市场消费者偏好深度实地调查 | 87 |
| 第一节 中国版权音乐消费者收入分析 | 87 |
| 一、中国人口、人民生活分析 | 87 |
| 二、消费者收入水平 | 88 |
| 三、2013-2014年消费者信心指数分析 | 89 |
| 第二节 中国版权音乐市场消费需求分析 | 92 |
| 一、版权音乐市场的消费需求变化 | 92 |

| | |
|----------------------------|-----|
| 二、版权音乐行业的需求情况分析 | 92 |
| 三、2013-2014年版权音乐品牌市场消费需求分析 | 93 |
| 第三节 中国版权音乐消费市场状况分析 | 93 |
| 一、版权音乐行业消费特点 | 93 |
| 二、版权音乐消费者分析 | 94 |
| 三、版权音乐消费结构分析 | 94 |
| 四、版权音乐消费的市场变化 | 95 |
| 五、版权音乐市场的消费方向 | 96 |
| 第四节 不同客户购买相关的态度及影响分析 | 97 |
| 一、价格敏感程度 | 97 |
| 二、品牌的影响 | 97 |
| 三、购买方便的影响 | 97 |
| 四、广告的影响程度 | 97 |
| 五、包装的影响程度 | 97 |
| 第六节 版权音乐行业产品的品牌市场运营状况分析 | 98 |
| 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查 | 98 |
| 二、消费者对版权音乐产品的品牌偏好调查 | 98 |
| 三、消费者对版权音乐品牌的首要认知渠道 | 99 |
| 四、消费者经常购买的品牌调查 | 100 |
| 五、版权音乐品牌忠诚度调查 | 100 |
| 六、版权音乐品牌市场占有率调查 | 100 |
| 七、消费者的消费理念调研 | 100 |
| 第七章 关联产业发展分析 | 101 |
| 第一节 录放音机和收音机 | 101 |
| 一、2013-2014年我国录放音机产量情况 | 101 |
| 二、收音机产业和市场的发展情况 | 103 |
| 三、2015-2020年数字卫星收音机发展预测 | 104 |
| 第二节 组合音响 | 104 |
| 一、2014年我国组合音响产量情况 | 104 |
| 二、2014年我国组合音响产量和销量分析 | 107 |
| 三、2014年我国组合音响的品牌发展情况 | 107 |
| 四、2014年我国组合音响的市场价格情况 | 110 |

| | |
|----------------------------|-----|
| 五、2014年我国组合音响的销售渠道情况 | 111 |
| 六、未来组合音响的发展趋势 | 111 |
| 第三节 DVD机和电视机 | 112 |
| 一、2014年日本DVD机市场发展情况 | 112 |
| 二、我国的DVD机市场发展情况 | 113 |
| 三、2013-2014年我国电视机的产量情况 | 113 |
| 四、2014年我国电视机销量情况 | 114 |
| 五、2014年中国网络电视机市场需求分析 | 114 |
| 六、2015年全球OLED电视机市场预测 | 116 |
| 七、2015-2020年等离子电视机市场预测 | 116 |
| 八、2015-2020年我国数字电视机市场发展预测 | 117 |
| 第八章 版权音乐行业竞争格局分析 | 123 |
| 第一节 行业竞争结构分析 | 123 |
| 一、现有企业间竞争 | 123 |
| 二、潜在进入者分析 | 124 |
| 三、替代品威胁分析 | 125 |
| 四、供应商议价能力 | 125 |
| 五、客户议价能力 | 126 |
| 第二节 行业集中度分析 | 127 |
| 一、市场集中度分析 | 127 |
| 二、企业集中度分析 | 127 |
| 三、区域集中度分析 | 128 |
| 第三节 中国版权音乐行业竞争格局综述 | 129 |
| 一、2014年版权音乐行业集中度 | 129 |
| 二、2014年版权音乐行业竞争程度 | 129 |
| 三、2014年版权音乐企业与品牌数量 | 129 |
| 四、2014年版权音乐行业竞争格局分析 | 129 |
| 第四节 2013-2014年版权音乐行业竞争格局分析 | 130 |
| 一、2013-2014年国内外版权音乐竞争分析 | 130 |
| 二、2013-2014年我国版权音乐市场竞争分析 | 130 |
| 三、2013-2014年我国版权音乐市场集中度分析 | 130 |
| 第九章 版权音乐企业竞争策略分析 | 132 |

| | |
|-----------------------------|-----|
| 第一节 版权音乐市场竞争策略分析 | 132 |
| 一、2014年版权音乐市场增长潜力分析 | 132 |
| 二、2014年版权音乐主要潜力品种分析 | 134 |
| 三、现有版权音乐产品竞争策略分析 | 135 |
| 四、潜力版权音乐品种竞争策略选择 | 136 |
| 五、典型企业产品竞争策略分析 | 137 |
| 第二节 版权音乐企业竞争策略分析 | 137 |
| 一、欧债危机对版权音乐行业竞争格局的影响 | 137 |
| 二、欧债危机后版权音乐行业竞争格局的变化 | 137 |
| 三、2013-2014年我国版权音乐市场竞争趋势 | 138 |
| 四、2013-2014年版权音乐行业竞争格局展望 | 138 |
| 五、2013-2014年版权音乐行业竞争策略分析 | 139 |
| 六、2013-2014年版权音乐企业竞争策略分析 | 140 |
| 第十章 版权音乐重点企业竞争分析 | 144 |
| 第一节 百代版权音乐 | 144 |
| 一、企业概况 | 144 |
| 二、竞争优势分析 | 144 |
| 三、2013-2014年经营状况 | 145 |
| 四、2015-2020年发展战略 | 145 |
| 第二节 华纳版权音乐 | 145 |
| 一、企业概况 | 145 |
| 二、竞争优势分析 | 146 |
| 三、2013-2014年经营状况 | 146 |
| 四、2015-2020年发展战略 | 146 |
| 第三节 环球版权音乐 | 147 |
| 一、企业概况 | 147 |
| 二、竞争优势分析 | 147 |
| 三、2013-2014年经营状况 | 148 |
| 四、2015-2020年发展战略 | 149 |
| 第四节 Bertelsmann music group | 149 |
| 一、企业概况 | 149 |
| 二、竞争优势分析 | 149 |

| | |
|----------------------------|-----|
| 三、2013-2014年经营状况 | 151 |
| 四、2015-2020年发展战略 | 151 |
| 第五节 太合麦田公司 | 153 |
| 一、企业概况 | 153 |
| 二、竞争优势分析 | 154 |
| 三、2013-2014年经营状况 | 154 |
| 四、2015-2020年发展战略 | 154 |
| 第六节 松巴音乐 | 155 |
| 一、企业概况 | 155 |
| 二、竞争优势分析 | 155 |
| 三、2013-2014年经营状况 | 156 |
| 四、2015-2020年发展战略 | 156 |
| 第七节 华谊兄弟 | 157 |
| 一、企业概况 | 157 |
| 二、竞争优势分析 | 158 |
| 三、2013-2014年经营状况 | 158 |
| 四、2015-2020年发展战略 | 159 |
| 第八节 橙天娱乐 | 160 |
| 一、企业概况 | 160 |
| 二、竞争优势分析 | 160 |
| 三、2013-2014年经营状况 | 160 |
| 四、2015-2020年发展战略 | 161 |
| 第九节 其他企业 | 161 |
| 一、吉神文化传播公司 | 161 |
| 二、华视伟业文化发展有限公司 | 161 |
| 第十一章 版权音乐行业发展趋势分析 | 163 |
| 第一节 我国版权音乐行业前景与机遇分析 | 163 |
| 一、我国版权音乐行业趋势预测 | 163 |
| 二、我国版权音乐发展机遇分析 | 163 |
| 三、2014年版权音乐的发展机遇分析 | 164 |
| 四、欧债危机对版权音乐行业的影响分析 | 165 |
| 第二节 2013-2014年中国版权音乐市场趋势分析 | 166 |

| | |
|------------------------|-----|
| 一、2013-2014年版权音乐市场趋势总结 | 166 |
| 二、2013-2014年版权音乐发展趋势分析 | 166 |
| 三、2013-2014年版权音乐市场发展空间 | 166 |
| 四、2013-2014年版权音乐产业政策趋向 | 167 |
| 五、2013-2014年版权音乐技术革新趋势 | 167 |
| 六、2013-2014年版权音乐价格走势分析 | 168 |
| 七、2013-2014年国际环境对行业的影响 | 168 |
| 第十二章 版权音乐行业投资现状分析 | 170 |
| 第一节 2014年版权音乐行业投资情况分析 | 170 |
| 一、2014年总体投资及结构 | 170 |
| 二、投资规模情况 | 170 |
| 三、投资增速情况 | 171 |
| 四、分行业投资分析 | 171 |
| 五、分地区投资分析 | 171 |
| 六、外商投资情况 | 172 |
| 第二节 2014年版权音乐行业投资情况分析 | 172 |
| 一、2014年总体投资及结构 | 172 |
| 二、2014年投资规模情况 | 173 |
| 三、2014年投资增速情况 | 173 |
| 四、2014年分行业投资分析 | 173 |
| 五、2014年分地区投资分析 | 174 |
| 六、2014年外商投资情况 | 174 |
| 第十三章 版权音乐行业投资环境分析 | 175 |
| 第一节 经济发展环境分析 | 175 |
| 一、2013-2014年我国宏观经济运行情况 | 175 |
| 二、2013-2014年我国宏观经济形势分析 | 177 |
| 三、2013-2014年投资趋势及其影响预测 | 178 |
| 第二节 政策法规环境分析 | 181 |
| 一、2014年版权音乐行业政策环境分析 | 181 |
| 二、2014年国内宏观政策对其影响 | 181 |
| 三、2014年行业产业政策对其影响 | 182 |
| 第三节 技术发展环境分析 | 182 |

- 一、国内版权音乐技术现状 182
- 二、2014年版权音乐技术发展分析 182
- 三、2013-2014年版权音乐技术发展趋势分析 183
- 第四节 社会发展环境分析 183
 - 一、国内社会环境发展现状 183
 - 二、2014年社会环境发展分析 184
 - 三、2013-2014年社会环境对行业的影响分析 185
- 第十四章 版权音乐行业投资机会与风险 186
 - 第一节 行业活力系数比较及分析 186
 - 一、2014年相关产业活力系数比较 186
 - 二、2013-2014年行业活力系数分析 186
 - 第二节 行业投资收益率比较及分析 187
 - 一、2014年相关产业投资收益率比较 187
 - 二、2013-2014年行业投资收益率分析 188
 - 第三节 版权音乐行业投资效益分析 188
 - 一、2013-2014年版权音乐行业投资状况分析 188
 - 二、2015-2020年版权音乐行业投资效益分析 189
 - 三、2015-2020年版权音乐行业投资趋势预测 190
 - 四、2015-2020年版权音乐行业的投资方向 190
 - 五、2015-2020年版权音乐行业投资的建议 191
 - 六、新进入者应注意的障碍因素分析 193
 - 第四节 影响版权音乐行业发展的主要因素 194
 - 一、2015-2020年影响版权音乐行业运行的有利因素分析 194
 - 二、2015-2020年影响版权音乐行业运行的稳定因素分析 195
 - 三、2015-2020年影响版权音乐行业运行的不利因素分析 196
 - 四、2015-2020年我国版权音乐行业发展面临的挑战分析 196
 - 五、2015-2020年我国版权音乐行业发展面临的机遇分析 197
 - 第五节 版权音乐行业投资前景及控制策略分析 198
 - 一、2015-2020年版权音乐行业市场风险及控制策略 198
 - 二、2015-2020年版权音乐行业政策风险及控制策略 198
 - 三、2015-2020年版权音乐行业经营风险及控制策略 198
 - 四、2015-2020年版权音乐行业技术风险及控制策略 199

| | |
|-----------------------------|-----|
| 五、2015-2020年版权音乐同业竞争风险及控制策略 | 199 |
| 六、2015-2020年版权音乐行业其他风险及控制策略 | 200 |
| 第十五章 版权音乐行业投资规划建议研究 | 201 |
| 第一节 版权音乐行业发展战略研究 | 201 |
| 一、战略综合规划 | 201 |
| 二、技术开发战略 | 201 |
| 三、业务组合战略 | 201 |
| 四、区域战略规划 | 203 |
| 五、产业战略规划 | 203 |
| 六、营销品牌战略 | 206 |
| 七、竞争战略规划 | 206 |
| 第二节 对我国版权音乐品牌的战略思考 | 206 |
| 一、企业品牌的重要性 | 206 |
| 二、版权音乐实施品牌战略的意义 | 209 |
| 三、版权音乐企业品牌的现状分析 | 211 |
| 四、我国版权音乐企业的品牌战略 | 212 |
| 五、版权音乐品牌战略管理的策略 | 214 |
| 第三节 版权音乐企业经营管理策略 | 216 |
| 一、成本控制策略 | 216 |
| 二、定价策略 | 218 |
| 三、竞争策略 | 219 |
| 四、并购重组策略 | 219 |
| 五、营销策略 | 220 |
| 六、人力资源 | 220 |
| 七、财务管理 | 226 |
| 八、国际化策略 | 227 |
| 第四节 我国版权音乐业发展的对策 | 228 |
| 一、中国版权音乐走出去的问题与对策 | 228 |
| 二、版权音乐出版社产业化发展意识定位分析 | 229 |
| 三、版权音乐市场“打建并举” | 235 |
| 四、资源总库助力教育版权音乐数字化 | 239 |
| 五、强强联合专职管理 | 240 |

- 六、风险应降低政策待倾斜 242
- 七、参与体制改革进军网络领域 242
- 八、保护知识产权 243
- 九、多元化战略拓展生存空间 244
- 十、大力开发原创产品 245
- 第五节 版权音乐行业投资规划建议研究 246
 - 一、2014年文化产业投资规划建议 246
 - 二、2014年版权音乐行业投资规划建议 247
 - 三、2015-2020年版权音乐行业投资规划建议 248
 - 四、2015-2020年细分行业投资规划建议 250

图表目录：

- 图表 1 中国版权音乐业组织形式 23
- 图表 2 2013年版权音乐行业发展情况分析 60
- 图表 3 2014年版权音乐行业发展情况分析 60
- 图表 4 2014年1-12月版权音乐行业发展情况 61
- 图表 5 2012-2014年我国版权音乐产品供给情况 65
- 图表 6 2014年我国版权音乐市场结构分析 82
- 图表 7 2013-2014年我国版权音乐进口总量分析 84
- 图表 8 2014年我国版权音乐进口来源国分析 84
- 图表 9 2013-2014年我国版权音乐出口总量分析 85
- 图表 10 2014年我国版权音乐进口来源国分析 85
- 图表 11 2014年我国版权音乐进口总量预测分析 86
- 图表 12 2014年我国版权音乐出口总量预测分析 86
- 图表 13 消费者对版权音乐品牌认知度宏观调查 98
- 图表 14 消费者对版权音乐产品的品牌偏好调查 99
- 图表 15 消费者对版权音乐品牌的首要认知渠道 99
- 图表 16 消费者的消费理念调研 100
- 图表 17 2013年1-12月全国数字激光音、视盘机产量分省市统计表 101
- 图表 18 2014年1-12月中国数字激光音、视盘机产量分省市统计 102
- 图表 19 2013年1-12月全国组合音响产量分省市统计表 104
- 图表 20 2014年1-12月中国组合音响产量分省市统计 106

图表 21 2013-2014年我国组合音响产量和销量分析 107

图表 22 2014年12月我国组合音响市场规模与品牌竞争情况 110

图表 23 版权音乐行业环境“波特五力”分析模型 123

图表 24 我国版权音乐市场集中度分析 127

图表 25 我国音像行业市场区域集中度分析 130

图表 26 2013-2014年百代版权音乐经营状况 145

图表 27 2013-2014年华纳版权音乐经营状况 146

图表 28 2013-2014年环球版权音乐经营状况 148

图表 29 2013-2014年Bertelsmann music group经营状况 151

图表 30 2013-2014年太合麦田公司经营状况 154

图表 31 2013-2014年松巴音乐经营状况 156

图表 32 2013-2014年华谊兄弟经营状况 158

图表 33 2013-2014年橙天娱乐经营状况 160

图表 34 2013年我国版权音乐总体投资结构 170

图表 35 2011-2014年我国版权音乐行业投资规模增长 170

图表 36 2011-2014年我国版权音乐行业投资增速增长 171

图表 37 2013年我国版权音乐行业不同地区投资分析 171

图表 38 2014年我国版权音乐总体投资结构 172

图表 39 2011-2014年我国版权音乐行业投资增速分析 173

图表 40 2014年我国版权音乐行业不同地区投资分析 174

图表 41 2014年GDP初步核算数据 175

图表 42 2011-2014年GDP环比增长速度 175

图表 43 2014年上半年GDP初步核算数据 176

图表 44 GDP环比和同比增长速度 176

图表 45 2012-2014年我国音像行业市场活力系数分析 186

图表 46 2012-2014年我国版权音乐市场活力系数分析 186

图表 47 2012-2014年我国音像行业市场投资收益分析 187

图表 48 2012-2014年我国版权音乐市场投资收益分析 188

图表 49 2012-2014年我国版权音乐市场投资增长性分析 188

图表 50 2015-2020年我国版权音乐市场投资收益预测 189

图表 51 2015-2020年我国版权音乐市场投资增长性预测 190

图表 52 2015-2020年中国音像行业投资方向预测 190

- 图表 53 音像项目投资注意事项图 191
- 图表 54 2015-2020年影响版权音乐行业运行的有利因素 194
- 图表 55 2015-2020年影响版权音乐行业运行的稳定因素 195
- 图表 56 2015-2020年影响版权音乐行业运行的不利因素 196
- 图表 57 2015-2020年我国版权音乐行业发展面临的挑战 196
- 图表 58 2015-2020年我国版权音乐行业发展面临机遇 197
- 图表 59 2015-2020年版权音乐行业经营风险及控制策略 198
- 图表 60 2015-2020年版权音乐行业同业竞争风险及控制策略 199
- 图表 61 四种基本的品牌战略 215

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitawenjiao1502/167198NF0U.html>