

2016-2022年中国版权音乐 市场调查与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国版权音乐市场调查与行业竞争对手分析报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/G35327Z585.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

泛音乐时代，音乐行业发展空间急剧增加，据我们初步测算，数字音乐方面，正版音乐时代，付费模式终将形成，以目前我国5亿网络音乐用户基础计算，5年行业发展空间为300亿；演艺活动受粉丝经济提振盈利模式将更加多样化，发展空间达到350亿元；互联网演艺作为一种新型演艺模式将保持快速发展势头，发展空间将达到300亿；此外音乐衍生端综艺节目、电影和音乐教育市场将达到500亿。我们认为，泛音乐时代，行业即将爆发，到2020年将达到1500亿规模，复合增长率26.5%。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国版权音乐市场调查与行业竞争对手分析报告》共十五章。首先介绍了版权音乐产业相关概念及发展环境，接着分析了中国版权音乐行业规模及消费需求，然后对中国版权音乐行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国版权音乐行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国版权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。

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 2015年全球版权音乐市场分析 37

- 一、2014年全球版权音乐市场回顾 37
- 二、2015年全球版权音乐市场环境 37
- 三、2015年全球版权音乐格局分析 37
- 四、2015年全球版权音乐行业发展分析 38

第二节 2015年全球版权音乐市场分析 38

- 一、2015年全球版权音乐需求分析 38
- 二、2015年全球版权音乐行业发展分析 39
- 三、2015年全球版权音乐市场环境 39
- 四、2015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、2013-2015年美国版权音乐市场分析 44
- 二、2013-2015年欧洲版权音乐市场分析 45
- 三、2013-2015年日本版权音乐市场分析 45
- 四、2013-2015年韩国版权音乐市场分析 45

第三章 2013-2015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、2015年版权音乐市场新情况 56
- 六、2015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 2012-2015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、2015年版权音乐行业发展情况分析	60
三、2015年版权音乐行业发展特点分析	61
四、2015年1-6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 我国版权音乐市场调查分析	82
第一节 2014年我国版权音乐市场调查分析	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 2015年1季度我国版权音乐市场调查分析	83
一、主要观点	83

二、整体市场调查 83

第五章 2013-2015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、2013-2015年进口总量分析 84

二、2013-2015年进口结构分析 84

第二节 我国版权音乐出口分析 85

一、2013-2015年出口总量分析 85

二、2013-2015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 2015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、2013-2015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、2013-2015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调查 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、2013-2015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、2016-2022年数字收音机发展预测 104

第二节 组合音响 104

一、2015年我国组合音响产量情况 104

二、2015年我国组合音响产量和销量分析 107

三、2015年我国组合音响的品牌发展情况 107

四、2015年我国组合音响的市场价格情况 110

五、2015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、2015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、2013-2015年我国电视机的产量情况 113

四、2015年我国电视机销量情况 114

五、2015年中国***机市场需求分析 114

六、2015年全球oled电视机市场预测 116

七、2016-2022年等离子电视机市场预测 116

八、2016-2022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、2015年版权音乐行业集中度 129

二、2015年版权音乐行业竞争程度 129

三、2015年版权音乐企业与品牌数量 129

四、2015年版权音乐行业竞争格局分析 129

第四节 2013-2015年版权音乐行业竞争格局分析 130

一、2013-2015年国内外版权音乐竞争分析 130

二、2013-2015年我国版权音乐市场竞争分析 130

三、2013-2015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、2015年版权音乐市场增长潜力分析 132

二、2015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、2013-2015年我国版权音乐市场竞争趋势 138

二、2013-2015年版权音乐行业竞争格局展望 138

三、2013-2015年版权音乐行业竞争策略分析 139

四、2013-2015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、2013-2015年经营状况 145

四、2016-2022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、2013-2015年经营状况 146

四、2016-2022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、2013-2015年经营状况 148

四、2016-2022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、2013-2015年经营状况 151

四、2016-2022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、2013-2015年经营状况 154

四、2016-2022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、2013-2015年经营状况 156

四、2016-2022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、2013-2015年经营状况 158

四、2016-2022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、2013-2015年经营状况 160

四、2016-2022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、我国版权音乐行业发展前景 163

二、我国版权音乐发展机遇分析 163

三、2015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 2013-2015年中国版权音乐市场趋势分析 166

一、2013-2015年版权音乐市场趋势总结 166

二、2013-2015年版权音乐发展趋势分析 166

三、2013-2015年版权音乐市场发展空间 166

四、2013-2015年版权音乐产业政策趋向 167

五、2013-2015年版权音乐技术革新趋势 167

六、2013-2015年版权音乐价格走势分析 168

七、2013-2015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 2015年版权音乐行业投资情况分析 172

一、2015年总体投资及结构 172

二、2015年投资规模情况 173

三、2015年投资增速情况 173

四、2015年分行业投资分析 173

五、2015年分地区投资分析 174

六、2015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、2013-2015年我国宏观经济运行情况 175

二、2013-2015年我国宏观经济形势分析 177

三、2013-2015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、2015年版权音乐行业政策环境分析 181

二、2015年国内宏观政策对其影响 181

三、2015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、2015年版权音乐技术发展分析 182

三、2013-2015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、2015年社会环境发展分析 184

三、2013-2015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、2015年相关产业活力系数比较 186

二、2013-2015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、2015年相关产业投资收益率比较 187

二、2013-2015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、2013-2015年版权音乐行业投资状况分析 188

二、2016-2022年版权音乐行业投资效益分析 189

三、2016-2022年版权音乐行业投资趋势预测 190

四、2016-2022年版权音乐行业的投资方向 190

五、2016-2022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、2016-2022年影响版权音乐行业运行的有利因素分析 194

二、2016-2022年影响版权音乐行业运行的稳定因素分析 195

三、2016-2022年影响版权音乐行业运行的不利因素分析 196

四、2016-2022年我国版权音乐行业发展面临的挑战分析 196

五、2016-2022年我国版权音乐行业发展面临的机遇分析 197

第五节 版权音乐行业投资风险及控制策略分析 198

一、2016-2022年版权音乐行业市场风险及控制策略 198

二、2016-2022年版权音乐行业政策风险及控制策略 198

三、2016-2022年版权音乐行业经营风险及控制策略 198

四、2016-2022年版权音乐行业技术风险及控制策略 199

五、2016-2022年版权音乐同业竞争风险及控制策略 199

六、2016-2022年版权音乐行业其他风险及控制策略 200

第十五章 版权音乐行业投资战略研究 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 (ZY CW)
 - 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 版权音乐行业投资战略研究 246

一、2015年文化产业投资战略 246

二、2015年版权音乐行业投资战略 247

三、2016-2022年版权音乐行业投资战略 248

四、2016-2022年细分行业投资战略 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 2015年版权音乐行业发展情况分析 60

图表 4 2015年版权音乐行业发展情况 61

图表 5 2012-2015年我国版权音乐产品供给情况 65

图表 6 2015年我国版权音乐市场结构分析 82

图表 7 2013-2015年我国版权音乐进口总量分析 84

图表 8 2015年我国版权音乐进口来源国分析 84

图表 9 2013-2015年我国版权音乐出口总量分析 85

图表 10 2015年我国版权音乐进口来源国分析 85

图表 11 2015年我国版权音乐进口总量预测分析 86

图表 12 2015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 2015年全国数字激光音、视盘机产量分省市统计表 101

图表 18 2015年中国数字激光音、视盘机产量分省市统计 102

图表 19 2015年全国组合音响产量分省市统计表 104

图表 20 2015年中国组合音响产量分省市统计 106

图表 21 2013-2015年我国组合音响产量和销量分析 107

图表 22 2015年6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 2013-2015年百代版权音乐经营状况 145

图表 27 2013-2015年华纳版权音乐经营状况 146

图表 28 2013-2015年环球版权音乐经营状况 148

图表 29 2013-2015年bertelsmann music group经营状况 151

图表 30 2013-2015年太合麦田公司经营状况 154

图表 31 2013-2015年松巴音乐经营状况 156

图表 32 2013-2015年华谊兄弟经营状况 158

图表 33 2013-2015年橙天娱乐经营状况 160

图表 34 2015年我国版权音乐总体投资结构 170

图表 35 2011-2015年我国版权音乐行业投资规模增长 170

图表 36 2011-2015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 2015年我国版权音乐总体投资结构 172

图表 39 2011-2015年我国版权音乐行业投资增速分析 173

图表 40 2015年我国版权音乐行业不同地区投资分析 174

图表 41 2015年gdp初步核算数据 175

图表 42 2011-2015年gdp环比增长速度 175

图表 43 2015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 2012-2015年我国音像行业市场活力系数分析 186

图表 46 2012-2015年我国版权音乐市场活力系数分析 186

图表 47 2012-2015年我国音像行业市场投资收益分析 187

图表 48 2012-2015年我国版权音乐市场投资收益分析 188

图表 49 2012-2015年我国版权音乐市场投资增长性分析 188

图表 50 2016-2022年我国版权音乐市场投资收益预测 189

图表 51 2016-2022年我国版权音乐市场投资增长性预测 190

图表 52 2016-2022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 2016-2022年影响版权音乐行业运行的有利因素 194

图表 55 2016-2022年影响版权音乐行业运行的稳定因素 195

图表 56 2016-2022年影响版权音乐行业运行的不利因素 196

图表 57 2016-2022年我国版权音乐行业发展面临的挑战 196

图表 58 2016-2022年我国版权音乐行业发展面临机遇 197

图表 59 2016-2022年版权音乐行业经营风险及控制策略 198

图表 60 2016-2022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.abaogao.com/b/chuanmei/G35327Z585.html>