

# 2009-2012年中国数字音乐 市场走势及未来投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2009-2012年中国数字音乐市场走势及未来投资前景分析报告》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/youxi/R33802923T.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

2009-2012年中国数字音乐市场走势及未来投资前景分析报 内容介绍：

### 第一章 2008-2009年世界数字音乐市场发展分析

#### 第一节2008-2009年世界数字音乐市场概况

- 一、2008年全球数字音乐销售额猛增
- 二、全球十大最热数字音乐站点
- 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2008-2009年国际在线音乐发展概况

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

#### 第三节2008-2009年国际无线音乐发展分析

- 一、全球无线音乐业务发展概况
- 二、美国移动音乐市场调研市场出现新产品模式
- 三、日韩无线音乐下载业务扫描
- 四、世界无线音乐市场规模预测

### 第二章2008-2009年世界主要国家数字音乐运行透析

#### 第一节 美国

- 一、美国08年CD销售下滑数字音乐下载升温
- 二、2008年美国数字音乐消费人数持续上升
- 三、2008年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

#### 第三节 其他国家

- 一、德国数字音乐下载市场调研市场增长情况
- 二、俄罗斯数字音乐商店市场概况
- 三、韩国数字音乐市场调研市场发展概况

#### 四、韩国迎来数字化付费音乐时代

### 第三章 2008-2009年世界数字音乐商家经营状况分析

#### 第一节 苹果

##### 一、公司简介

##### 二、苹果iTunes成美国最大音乐零售商

##### 三、2009年苹果在线音乐iTunes产品价格上涨

##### 四、苹果将逐步解除数字音乐版权限制

#### 第二节 亚马逊

##### 一、公司简介

##### 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、公司简介

##### 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、公司简介

##### 二、2009年谷歌中国推出“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、公司简介

##### 二、诺基亚推广在线音乐商店

##### 三、2008年诺基亚启动“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、2009年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

### 第四章 2008-2009年中国数字音乐产业发展环境分析

#### 第一节 2008-2009年中国数字音乐产业政策分析

一、数字音乐版权注册分析

二、相关产业政策分析

三、数字音乐管理分析

第二节2008-2009年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、中国经济受金融危机影响分析

三、工业发展形势分析

第三节2008-2009年中国数字音乐产业社会环境分析

第五章 2008-2009年中国数字音乐发展的制约因素

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 2008-2009年中国数字音乐的版权问题分析

第一节2008-2009年中国数字音乐盗版状况分析

一、2008年世界音乐非法下载市场现状

二、搜索引擎对盗版数字音乐传播影响较大

三、版权问题抑制数字音乐市场发展

四、数字音乐相关企业探索新模式跨越版权门槛

第二节2008-2009年中国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中国正版数字音乐发展

三、中国正版数字音乐发展分析

一、从百代与苹果合作模式分析数字版权管理

二、从卡拉OK到百度看中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2008-2009年中国在线音乐产业运行形势分析

第一节2008-2009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、中国在线音乐发展回顾

三、2008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 2008-2009年中国无线音乐产业运行态势分析

### 第一节 2008-2009年中国无线音乐发展分析

一、中国无线音乐发展面临的问题

一、中国无线音乐发展的制约因素

二、中国无线音乐发展对策及趋势分析

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 2008-2009年中国数字音乐产业市场竞争日渐激烈

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 2008-2009年中国数字音乐发展无线音乐

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、中国移动无线音乐领域发展迅猛

### 第五节 中国联通

一、公司简介

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 其他企业动态

一、腾讯数字音乐的发展

二、索雅与空中网联合拓展数字音乐市场

三、音著协与源泉联手共建数字音乐健康推广模式

四、源泉与微软合作在线销售欧美音乐

## 第十一章 2009-2012年中国数字音乐市场预测

二、中国数字音乐产业展望

三、我国数字音乐市场增长情况

图表 2004-2006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 略。。。。。。。。。。

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/youxi/R33802923T.html>