

2009-2013年中国数字音乐 产业运行动态及发展前景展望报告

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

《2009-2013年中国数字音乐产业运行动态及发展前景展望报告》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/Z127198N8V.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

2009-2013年中国数字音乐产业运行动态及发展前景展望报告 内容介绍：

第一章 2008-2009年世界数字音乐市场动态分析

第一节 2008-2009年世界数字音乐市场发展概况

- 一、2005年世界数字音乐市场迅猛发展
- 二、2006年世界数字音乐市场发展状况
- 三、2007年世界数字音乐市场发展状况
- 四、2008年数字音乐市场发展状况
- 五、新商业模式推进数字音乐产业发展
- 六、唱片公司拟在网上采用捆绑策略销售歌曲

第二节 2008-2009年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

第二章 2008-2009年世界主要国家数字音乐产业运行态势分析

第一节 美国

- 一、2007年美国数字音乐市场调研市场强势增长
- 二、2008年美国唱片及数字音乐市场调研市场发展状况
- 三、2008年美国数字音乐消费人数持续上升
- 四、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、2007年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、2006年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年中国数字音乐产业运行环境分析

第一节2008-2009年中国数字音乐产业政策分析

- 一、数字音乐标准分析
- 二、电子信息产业规划分析
- 三、数字音乐相关产业政策影响分析

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CPI指数分析
- 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

第四章 2008-2009年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

第五章 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、2007年世界数字音乐盗版市场情况
- 二、2008年世界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2008-2009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

第六章 2008-2009年中国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

第二节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

第七章 2008-2009年中国无线音乐市场规模预测

第二节 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分析
- 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
- 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

第八章 2008-2009年国际数字音乐商家经营分析

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

第九章 中国数字音乐主要服务商及运营商经营分析

第一节 A8电媒音乐控股有限公司

一、公司简介

二、A8音乐发展历史

三、A8音乐数字音乐的快速成长

四、2008年A8音乐经营状况分析

五、经济危机下A8音乐发展分析

六、A8音乐携手台湾华研抢占3G数字音乐市场

第二节 无线星空

一、公司简介

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、公司简介

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、公司简介

二、中国移动大力发展无线音乐

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

第十章 2009-2013年中国数字音乐市场预测

二、中国数字音乐产业展望

第二节 2009-2013年中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 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 略。。。。。。。。。

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/youxi/Z127198N8V.html>