

# 2016-2022年中国版权音乐 行业市场分析及发展机遇预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国版权音乐行业市场分析及发展机遇预测报告》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.chinairr.org/report/R13/R1304/201512/21-194042.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

版权音乐又可称版权音乐，版权音乐的概念是松巴音乐在十几年前引入中国内地的，版权音乐是针对各行业视听著作品制作声音的需求、各类型影视、广播、栏目、广告等的片头片尾，以及不同环境、不同氛围的情节需要所创作出来的音乐，也是专业供应、支援各企业或媒体等专属频道音乐播放的需求，在法律范畴属著作权保障的范围。

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、2015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、2014-2015年美国版权音乐市场分析44

###### 二、2014-2015年欧洲版权音乐市场分析45

###### 三、2014-2015年日本版权音乐市场分析45

###### 四、2014-2015年韩国版权音乐市场分析45

#### 第三章 2014-2015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、2012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1-10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 2012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3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 2014-2015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、2014-2015年进口总量分析84

二、2014-2015年进口结构分析84

第二节 我国版权音乐出口分析85

一、2014-2015年出口总量分析85

二、2014-2015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、2014-2015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、2014-2015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、2014-2015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年数字卫星收音机发展预测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、2014-2015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、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 2014-2015年版权音乐行业竞争格局分析130

##### 一、2014-2015年国内外版权音乐竞争分析130

##### 二、2014-2015年我国版权音乐市场竞争分析130

##### 三、2014-2015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、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、2014-2015年我国版权音乐市场竞争趋势138

##### 四、2014-2015年版权音乐行业竞争格局展望138

##### 五、2014-2015年版权音乐行业竞争策略分析139

##### 六、2014-2015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、2014-2015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、2014-2015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、2014-2015年经营状况148

### 四、2016-2022年发展战略149

## 第四节 Bertelsmann music group149

### 一、企业概况149

### 二、竞争优势分析149

### 三、2014-2015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、2014-2015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、2014-2015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、2014-2015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、2014-2015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 2014-2015年中国版权音乐市场趋势分析166

一、2014-2015年版权音乐市场趋势总结166

二、2014-2015年版权音乐发展趋势分析166

三、2014-2015年版权音乐市场发展空间166

四、2014-2015年版权音乐产业政策趋向167

五、2014-2015年版权音乐技术革新趋势167

六、2014-2015年版权音乐价格走势分析168

七、2014-2015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 2012年版权音乐行业投资情况分析170

一、2012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、2014-2015年我国宏观经济运行情况175
- 二、2014-2015年我国宏观经济形势分析177
- 三、2014-2015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、2014-2015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、2014-2015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、2014-2015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、2014-2015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、2014-2015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
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 2012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1-10月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 2014-2015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 2014-2015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1-10月全国数字激光音、视盘机产量分省市统计表	101
图表 18 2015年1-10月中国数字激光音、视盘机产量分省市统计	102
图表 19 2015年1-10月全国组合音响产量分省市统计表	104
图表 20 2015年1-10月中国组合音响产量分省市统计	106
图表 21 2014-2015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 2014-2015年百代版权音乐经营状况	145
图表 27 2014-2015年华纳版权音乐经营状况	146
图表 28 2014-2015年环球版权音乐经营状况	148
图表 29 2014-2015年Bertelsmann music group经营状况	151
图表 30 2014-2015年太合麦田公司经营状况	154
图表 31 2014-2015年松巴音乐经营状况	156
图表 32 2014-2015年华谊兄弟经营状况	158
图表 33 2014-2015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 2012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年下半年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 2012-2015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.chinairr.org/report/R13/R1304/201512/21-194042.html>