

2021-2027年中国版权音乐 行业研究与投资战略报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国版权音乐行业研究与投资战略报告》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/R03/R0305/202012/16-377349.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

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

罐头音乐（Production Music）又名版权音乐，制作音乐，就是已经做好的音乐，且有版权保护不能随便流传，只做商业的用途，一般在外面买不到，在网上一般也是很难下载到的。

这些音乐以纯音乐为主，每首版权音乐通常都会提供原曲以外之版本，譬如短秒、伴奏、不同演绎方式等，以配合不同的需要。而且，版权音乐之版权问题比较简单，都是由某一家公司所拥有或代理，省去找几家公司申请牌照的时间，却能以合理的价格，使用到优质的音乐。

罐头音乐多是一些电视广告中的插曲或者企业的宣传片、Internet网站，另外一些好莱坞电影宣传片的配乐。你打开用，就像罐头一样，打开就直接可以吃，不像流行音乐要找个录音棚重新灌录。

2018年整个中国音乐版权市场中版权方收入规模为188亿元，2013-2018年年均复合增速达59.2%，预计2022年将达到321亿元。2018年其许可收入达到3.16亿元，同比增长46.23%，其中信息网络传播权收入占比达54%。2013-2022年中国音乐版权市场规模及增速预测（版权方收入）

数据来源：公开资料整理 近年来监管部门对音乐版权市场高度重视。从2015年“最严版权令”（《关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐作品的通知》）开始，国家版权局对音乐版权的保护程度大大提高。不仅通过每年的“剑网行动”打击盗版，同时出台了一系列政策法规，促进音乐市场的版权保护。版权保护相关政策及行动

时间	政策文件/行动	2005-2019年
	“剑网行动”	2010年4月
	《中华人民共和国著作权法》（2010年修正）	2015年7月8日
	关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐作品的通知	2015年9月8日
	《著作权行政处罚实施办法（修订征求意见稿）》	
2015年10月14日	《关于规范网盘服务版权秩序的通知》	数

数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国版权音乐行业研究与投资战略报告》共十五章。首先介绍了版权音乐行业市场发展环境、版权音乐整体运行态势等，接着分析了版权音乐行业市场运行的现状，然后介绍了版权音乐市场竞争格局。随后，报告对版权音乐做了重点企业经营状况分析，最后分析了版权音乐行业发展趋势与投资预测。您若想对版权音乐产业有个系统的了解或者想投资版权音乐行业，本报告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

第一节 行业相关概念

一、版权音乐产业定义

二、版权音乐产业产品范围

三、版权音乐产业的外延及其所隶属的大行业

第二节 版权音乐产业产品与服务

一、版权音乐产业主要业态

二、版权音乐产业组织形式

三、版权音乐产品种类与生产数量

第三节 版权音乐产业投资特性分析

一、版权音乐产业赢利性

因为音乐产品的数字化传播，很可能既出现音频的播放（表演权），又涉及音频的复制（机械复制权）。这与美国近年来对流媒体词曲版权（表演权+机械复制权）采用一揽子税率的规定类似。随着互联网在中国的快速发展，信息网络传播权已经成为词曲作品的第.一大收入来源。由于音集协未披露收入构成，因此无从得知信息网络传播权在录音制品中的收入占比，但从词曲作品的收入结构看，数字音乐已经成为第.一大收入来源。词曲作品版权收入中，信息网络传播权从2018年起成为第.一大版权收入来源

数据来源：公开资料整理

二、版权音乐产业成长性

三、版权音乐产业风险性

四、版权音乐业进入壁垒

第四节 版权音乐业现行管理体制分析

一、现行管理体制制约版权音乐业的发展

二、版权音乐协会在市场管理中的作用

三、对版权音乐行业行政管理体制改革的建议

第二章 全球版权音乐所属行业市场发展分析

第一节 2019年全球版权音乐市场分析

- 一、2019年全球版权音乐市场回顾
- 二、2019年全球版权音乐市场环境
- 三、2019年全球版权音乐格局分析
- 四、2019年全球版权音乐行业发展分析

第二节 2019年全球版权音乐市场分析

- 一、2019年全球版权音乐需求分析
- 二、2019年全球版权音乐行业发展分析
- 三、2019年全球版权音乐市场环境
- 四、2019年中外版权音乐市场对比

第三节 主要国家地区版权音乐市场分析

- 一、2015-2019年美国版权音乐市场分析
- 二、2015-2019年欧洲版权音乐市场分析
- 三、2015-2019年日本版权音乐市场分析
- 四、2015-2019年韩国版权音乐市场分析

第三章 2015-2019年我国版权音乐所属行业发展现状

第一节 版权音乐市场的发展情况

- 一、版权音乐市场的发展现状
- 二、我国版权音乐产业体系情况
- 三、中国版权音乐行业面临的困难局面
- 四、关于版权音乐行业产业链的分析
- 五、2019年版权音乐市场新情况
- 六、2019年转型中的版权音乐产业市场发展情况
- 七、版权音乐市场外的利润增长点分析
- 八、网上音乐下载收费将成版权时代的常态

第二节 2015-2019年版权音乐业发展情况分析

- 一、2019年版权音乐行业发展情况分析
- 二、2019年版权音乐行业发展特点分析
- 三、2019年版权音乐行业发展情况

第三节 农村版权音乐市场发展分析

- 一、农村版权音乐市场发展情况

二、科学规范农村版权音乐市场

三、农村版权音乐市场建设和管理的建议

第四节 版权音乐的供需分析

一、版权音乐市场的需求情况

二、版权音乐产品需求影响因素

三、版权音乐产品供给的要素

四、我国版权音乐产品供给情况

第五节 中国版权音乐的问题和危机

一、当前版权音乐市场面临的主要问题

二、版权音乐出版社面临的结构性困局

三、光盘产业的发展的危机

第六节 中国版权音乐产业发展的机遇和建议

一、我国版权音乐产业的机遇

二、我国版权音乐行业发展的建议

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

第四章 我国版权音乐市场调查分析

第一节 2019年我国版权音乐市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、厂商分析

第二节 2019年我国版权音乐市场调查分析

一、主要观点

二、整体市场调查

第五章 2015-2019年我国版权音乐所属行业进出口分析

第一节 我国版权音乐进口分析

一、2015-2019年进口总量分析

二、2015-2019年进口结构分析

第二节 我国版权音乐出口分析

一、2015-2019年出口总量分析

二、2015-2019年出口结构分析

第三节 我国版权音乐进出口预测

一、2019年版权音乐进口预测

二、2019年版权音乐出口预测

第六章 2019年中国版权音乐市场消费者偏好深度实地调查

第一节 中国版权音乐消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、消费者收入水平

三、2015-2019年消费者信心指数分析

第二节 中国版权音乐市场消费需求分析

一、版权音乐市场的消费需求变化

二、版权音乐行业的需求情况分析

三、2015-2019年版权音乐品牌市场消费需求分析

第三节 中国版权音乐消费市场状况分析

一、版权音乐行业消费特点

二、版权音乐消费者分析

三、版权音乐消费结构分析

四、版权音乐消费的市场变化

五、版权音乐市场的消费方向

第四节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节 版权音乐行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对版权音乐产品的品牌偏好调查

三、消费者对版权音乐品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、版权音乐品牌忠诚度调查

六、版权音乐品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第七章 关联产业发展分析

第一节 录放音机和收音机

一、2015-2019年我国录放音机产量情况

二、收音机产业和市场的发展情况

三、2021-2027年数字卫星收音机发展预测

第二节 组合音响

一、2019年我国组合音响产量情况

二、2019年我国组合音响产量和销量分析

三、2019年我国组合音响的品牌发展情况

四、2019年我国组合音响的市场价格情况

五、2019年我国组合音响的销售渠道情况

六、未来组合音响的发展趋势

第三节 dvd机和电视机

一、2019年日本dvd机市场发展情况

二、我国的dvd机市场发展情况

三、2015-2019年我国电视机的产量情况

四、2019年我国电视机销量情况

五、2019年中国网络电视机市场需求分析

六、2019年全球oled电视机市场预测

七、2021-2027年等离子电视机市场预测

八、2021-2027年我国数字电视机市场发展预测

第八章 版权音乐行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 中国版权音乐行业竞争格局综述

一、2019年版权音乐行业集中度

二、2019年版权音乐行业竞争程度

三、2019年版权音乐企业与品牌数量

四、2019年版权音乐行业竞争格局分析

第四节 2015-2019年版权音乐行业竞争格局分析

一、2015-2019年国内外版权音乐竞争分析

二、2015-2019年我国版权音乐市场竞争分析

三、2015-2019年我国版权音乐市场集中度分析

第九章 版权音乐企业竞争策略分析

第一节 版权音乐市场竞争策略分析

一、2019年版权音乐市场增长潜力分析

二、2019年版权音乐主要潜力品种分析

三、现有版权音乐产品竞争策略分析

四、潜力版权音乐品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 版权音乐企业竞争策略分析

一、欧债危机对版权音乐行业竞争格局的影响

二、欧债危机后版权音乐行业竞争格局的变化

三、2015-2019年我国版权音乐市场竞争趋势

四、2015-2019年版权音乐行业竞争格局展望

五、2015-2019年版权音乐行业竞争策略分析

六、2015-2019年版权音乐企业竞争策略分析

第十章 版权音乐重点企业竞争分析

第一节 百代版权音乐

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第二节 华纳版权音乐

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第三节 环球版权音乐

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第四节 bertelsmann music group

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第五节 太合麦田公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第六节 松巴音乐

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第七节 华谊兄弟

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第八节 橙天娱乐

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第九节 其他企业

一、吉神文化传播公司

二、华视伟业文化发展有限公司

第十一章 版权音乐行业发展趋势分析

第一节 我国版权音乐行业前景与机遇分析

一、我国版权音乐行业发展前景

二、我国版权音乐发展机遇分析

三、2019年版权音乐的发展机遇分析

四、欧债危机对版权音乐行业的影响分析

第二节 2015-2019年中国版权音乐市场趋势分析

一、2015-2019年版权音乐市场趋势总结

二、2015-2019年版权音乐发展趋势分析

三、2015-2019年版权音乐市场发展空间

四、2015-2019年版权音乐产业政策趋向

五、2015-2019年版权音乐技术革新趋势

六、2015-2019年版权音乐价格走势分析

七、2015-2019年国际环境对行业的影响

第十二章 版权音乐行业投资现状分析

第一节 2019年版权音乐行业投资情况分析

一、2019年总体投资及结构

二、投资规模情况

三、投资增速情况

四、分行业投资分析

五、分地区投资分析

六、外商投资情况

第二节 2019年版权音乐行业投资情况分析

一、2019年总体投资及结构

二、2019年投资规模情况

三、2019年投资增速情况

四、2019年分行业投资分析

五、2019年分地区投资分析

六、2019年外商投资情况

第十三章 版权音乐行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2015-2019年我国宏观经济运行情况

二、2015-2019年我国宏观经济形势分析

三、2015-2019年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2019年版权音乐行业政策环境分析

二、2019年国内宏观政策对其影响

三、2019年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

一、国内版权音乐技术现状

二、2019年版权音乐技术发展分析

三、2015-2019年版权音乐技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2019年社会环境发展分析

三、2015-2019年社会环境对行业的影响分析

第十四章 版权音乐行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2019年相关产业活力系数比较

二、2015-2019年行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2019年相关产业投资收益率比较

二、2015-2019年行业投资收益率分析

第三节 版权音乐行业投资效益分析

一、2015-2019年版权音乐行业投资状况分析

二、2021-2027年版权音乐行业投资效益分析

三、2021-2027年版权音乐行业投资趋势预测

四、2021-2027年版权音乐行业的投资方向

五、2021-2027年版权音乐行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响版权音乐行业发展的主要因素

一、2021-2027年影响版权音乐行业运行的有利因素分析

二、2021-2027年影响版权音乐行业运行的稳定因素分析

三、2021-2027年影响版权音乐行业运行的不利因素分析

四、2021-2027年我国版权音乐行业发展面临的挑战分析

五、2021-2027年我国版权音乐行业发展面临的机遇分析

第五节 版权音乐行业投资风险及控制策略分析

一、2021-2027年版权音乐行业市场风险及控制策略

二、2021-2027年版权音乐行业政策风险及控制策略

三、2021-2027年版权音乐行业经营风险及控制策略

四、2021-2027年版权音乐行业技术风险及控制策略

五、2021-2027年版权音乐同业竞争风险及控制策略

六、2021-2027年版权音乐行业其他风险及控制策略

第十五章 版权音乐行业投资战略研究（ ）

第一节 版权音乐行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国版权音乐品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、版权音乐实施品牌战略的意义
- 三、版权音乐企业品牌的现状分析
- 四、我国版权音乐企业的品牌战略
- 五、版权音乐品牌战略管理的策略

第三节 版权音乐企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略
- 六、人力资源
- 七、财务管理
- 八、国际化策略

第四节 我国版权音乐业发展的对策

- 一、中国版权音乐走出去的问题与对策
- 二、版权音乐出版社产业化发展意识定位分析
- 三、版权音乐市场“打建并举”
- 四、资源总库助力教育版权音乐数字化
- 五、强强联合专职管理
- 六、风险应降低政策待倾斜
- 七、参与体制改革进军网络领域
- 八、保护知识产权
- 九、多元化战略拓展生存空间（ ）
- 十、大力开发原创产品

第五节 版权音乐行业投资战略研究

- 一、2019年文化产业投资战略
- 二、2019年版权音乐行业投资战略
- 三、2021-2027年版权音乐行业投资战略
- 四、2021-2027年细分行业投资战略

图表目录：

图表 1 中国版权音乐业组织形式

图表 2 2019年版权音乐行业发展情况分析

图表 4 2019年版权音乐行业发展情况

图表 5 2015-2019年我国版权音乐产品供给情况

图表 6 2019年我国版权音乐市场结构分析

图表 7 2015-2019年我国版权音乐进口总量分析

图表 8 2019年我国版权音乐进口来源国分析

图表 9 2015-2019年我国版权音乐出口总量分析

图表 10 2019年我国版权音乐进口来源国分析

图表 11 2019年我国版权音乐进口总量预测分析

图表 12 2019年我国版权音乐出口总量预测分析

图表 13 消费者对版权音乐品牌认知度宏观调查

图表 14 消费者对版权音乐产品的品牌偏好调查

图表 15 消费者对版权音乐品牌的首要认知渠道

图表 16 消费者的消费理念调研

图表 17 2019年全国数字激光音、视盘机产量分省市统计表

图表 18 2019年中国数字激光音、视盘机产量分省市统计

图表 19 2019年全国组合音响产量分省市统计表

图表 20 2019年中国组合音响产量分省市统计

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/202012/16-377349.html>