

2022-2028年中国版权音乐 行业前景展望与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国版权音乐行业前景展望与市场需求预测报告》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.cction.com/report/202201/264096.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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》

数据来源：公开资料整理 中企顾问网发布的《2022-2028年中国版权音乐行业前景展望与市场需求预测报告》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、2022-2028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、2022-2028年等离子电视机市场预测八、2022-2028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、2022-2028年版权音乐行业投资效益分析三、2022-2028年版权音乐行业投资趋势预测四、2022-2028年版权音乐行业的投资方向五、2022-2028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、2022-2028年影响版权音乐行业运行的有利因素分析二

、2022-2028年影响版权音乐行业运行的稳定因素分析三、2022-2028年影响版权音乐行业运行的不利因素分析四、2022-2028年我国版权音乐行业发展面临的挑战分析五、2022-2028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、2022-2028年版权音乐行业市场风险及控制策略二、2022-2028年版权音乐行业政策风险及控制策略三、2022-2028年版权音乐行业经营风险及控制策略四、2022-2028年版权音乐行业技术风险及控制策略五、2022-2028年版权音乐同业竞争风险及控制策略六、2022-2028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（一）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（一）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、2022-2028年版权音乐行业投资战略四、2022-2028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.cction.com/report/202201/264096.html>