

# 中国在线音乐行业研究报告

2016年

[www.iresearch.cn](http://www.iresearch.cn)



海量行研报告免费读

中国在线音乐行业发展环境	1
中国在线音乐行业现状及产业链	2
中国在线音乐用户行为分析	3
中国在线音乐企业典型案例	4
中国在线音乐行业发展趋势	5

# 中国在线音乐行业

## 概念范围界定

本报告研究范畴为在线音乐。在线音乐主要指用户通过互联网（包括移动互联网）在在线音乐平台上获取的包括收听、下载在内的数字音乐服务。在线音乐按终端划分，可以分为PC端音乐和移动端音乐。

### 2016年中国音乐产业相关概念界定

音乐产业（广义）			
音乐行业（狭义）		其他音乐相关市场（如音乐演出、广播电视音乐市场等）	
数字音乐		实体唱片	数字音乐：指在音乐的制作、传播及储存过程中使用数字化技术的音乐。
在线音乐 （报告范畴）		电信音乐增值业务 （运营商彩铃、铃声、歌曲下载等构成）	在线音乐：主要指用户通过互联网（包括移动互联网）在在线音乐平台上获取的包括收听、下载在内的数字音乐服务。
PC端 音乐	移动端 音乐		

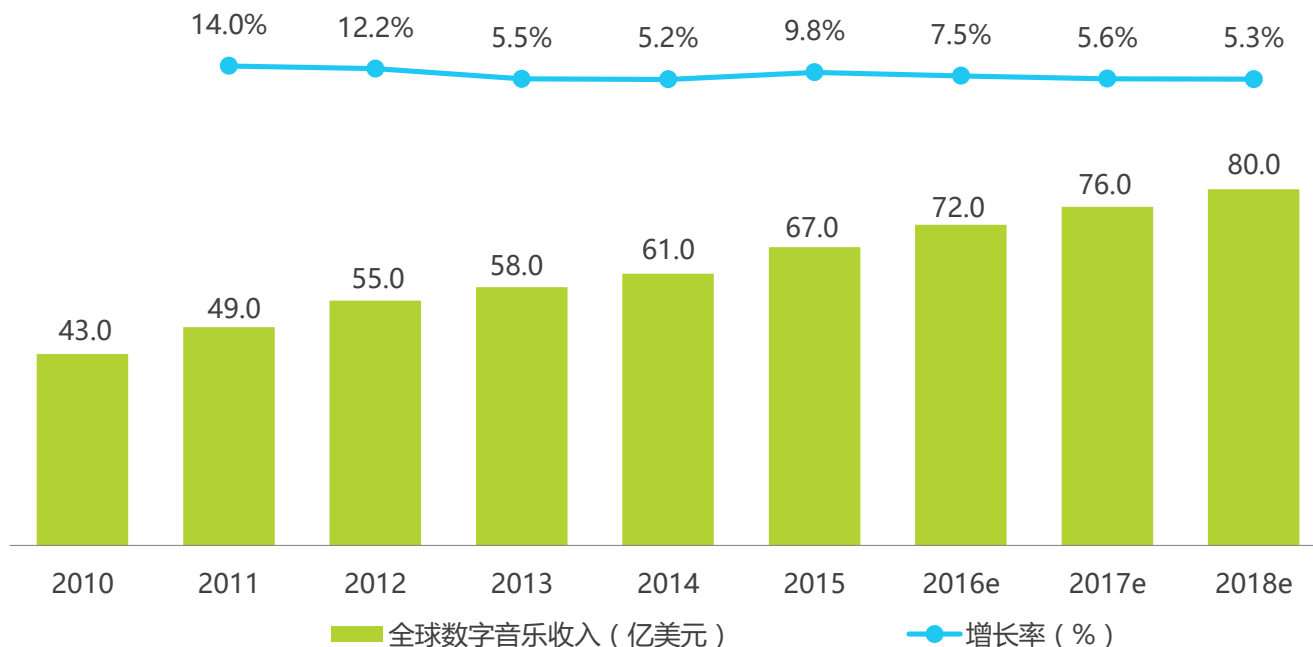
注释：本报告中艾瑞报告界定范畴为在线音乐。

# 全球数字音乐行业产业环境

## 2015年数字音乐规模首次超过实体唱片，达到67.0亿美元

2015年，数字音乐规模达到67.0美元，其中下载服务收入占比为45%，流媒体服务收入占比达到43%，虽然数字音乐中下载服务收入比去年下降了10.5%，但受流媒体音乐45.2%增速的影响，数字音乐整体规模仍保持了9.8%的增长。从未来发展情况看，受智能手机用户大规模增长、高品质音乐订阅服务增加及相关乐迷向正版音乐服务迁移等的影响，未来，流媒体收入将很快超过下载服务收入，成为数字音乐的主要收入来源。

### 2010-2018年全球数字音乐行业收入规模及预测



注释：全球数字音乐行业收入为数字音乐付费下载收入（含下载单曲、专辑、MV、Kiosk、铃声和回铃等）、受广告支持的流媒体收入、流媒体订阅服务收入、移动个性化产品及其他收入之和。

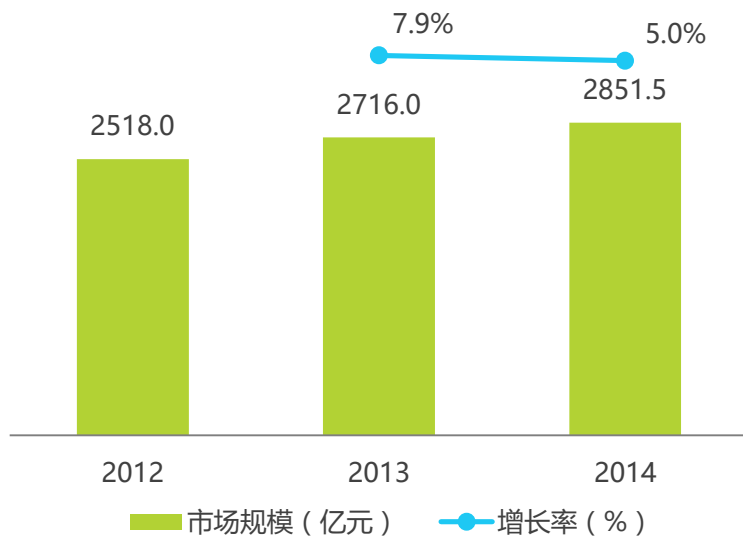
来源：2010-2015年数据来自于IFPI，2016年及以后数据为艾瑞预测。

# 中国在线音乐行业产业环境

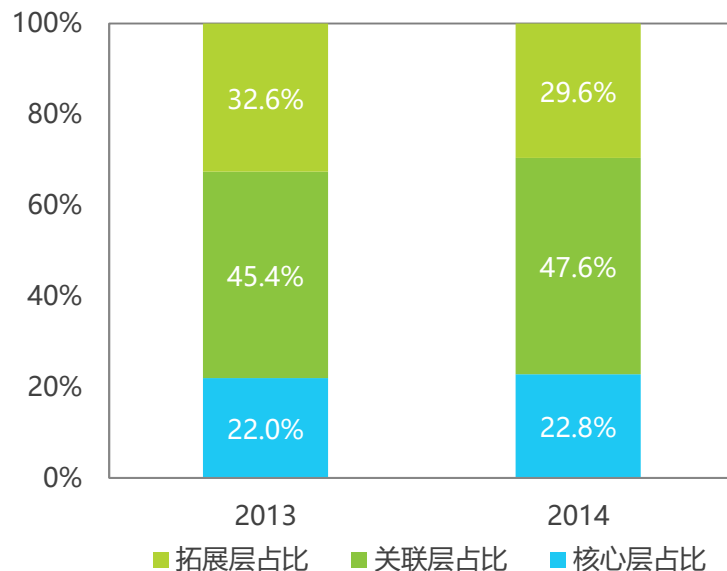
## 中国音乐产业稳步发展 “十三五” 音乐产业目标产值3000亿

2015年12月，国家新闻出版广电总局发布的关于促进中国音乐产业发展的若干意见指出，计划在“十三五”期间，打通音乐创作、录制、出版、复制、发行、进出口、版权交易、演出、教育培训、音乐衍生产品等纵向产业链，连接音乐与广播、影视、动漫、游戏、网络、硬件播放设备、乐器生产等横向产业链，基本形成上下游相互呼应、各环节要素相互支撑的音乐产业综合体系。到“十三五”期末，整个音乐产业实现产值3000亿元。

### 2012-2014年中国音乐产业市场规模趋势



### 2013-2014年中国音乐产业各细分层增长对比



注释：1.音乐产业核心层包括数字音乐产业、音乐演出产业、音乐图书出版、唱片产业及音乐版权经纪；2.音乐产业关联层包括音乐教育培训产业、专业音响产业及乐器产业；3.音乐产业拓展层包括卡拉OK市场、广播电视音乐市场、影视剧游戏动漫音乐产业。

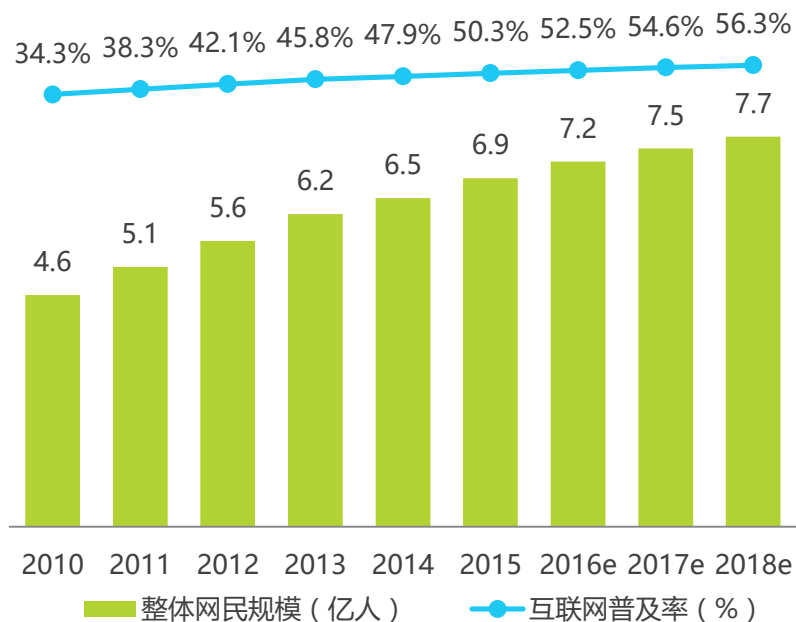
来源：国家新闻出版广电总局与中国音乐产业促进发展工作委员会发布的《2015中国音乐产业发展报告》。

# 中国在线音乐行业社会环境

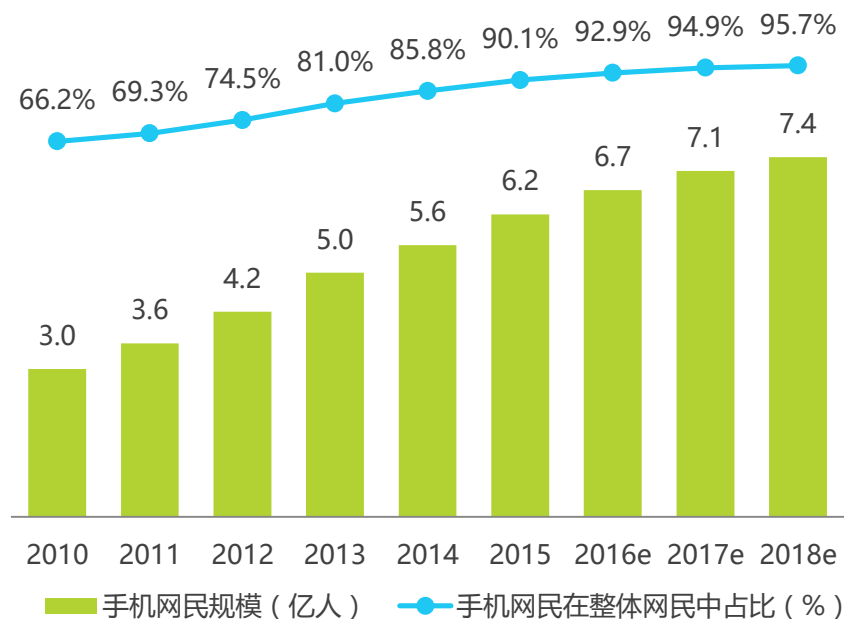
## 庞大的网民规模是在线音乐发展的用户基础

2015年，我国网民规模达到6.9亿，其中手机网民规模达6.2亿，较2014年底增加6303万人。网民中使用手机上网的人群占比由2014年的85.8%提升到2015年的90.1%，手机依然是拉动网民规模增长的首要设备。艾瑞分析认为，智能手机的普及、中国移动网民规模的增加、流量资费的下调等因素共同推动中国在线音乐行业向各个年龄段用户渗透。

### 2010-2018年中国整体网民规模及互联网普及率



### 2010-2018年中国手机网民规模及在网民中占比情况



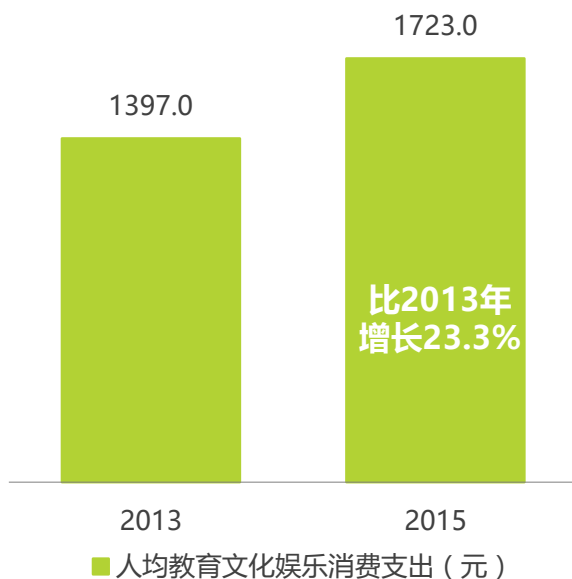
来源：2010-2015年数据来自于国家统计局，2016年及以后数据为艾瑞预测。

# 中国在线音乐行业社会环境

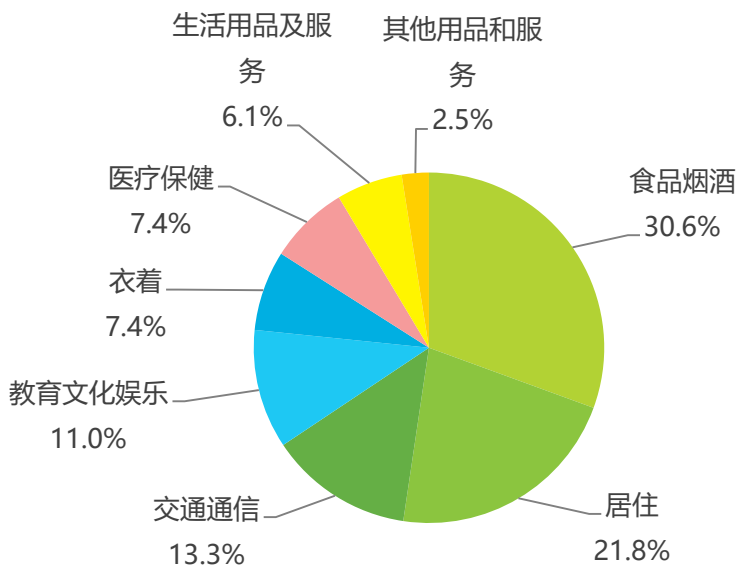
## 2015年人均教育文娱支出占比11% 用户付费习惯逐渐养成

2015年中国人均教育文娱支出占总体消费支出的11%，仅次于食品、居住、交通通信等刚性需求。与2013年相比，2015年全国居民人均教育文化娱乐消费支出为1723元，增长23.3%，年均增长11.0%，快于全国居民人均消费支出年均增速2个百分点。文化娱乐已经成为人们日常生活中在精神享受层面不可或缺的组成部分，用户为文化娱乐内容付费的习惯也在逐渐形成。

### 2013年与2015年全国居民人均教育文化娱乐消费支出对比



### 2015年全国居民人均消费支出构成



# 中国在线音乐行业商业环境

## 2015年中国文化产业迅速发展 泛娱乐生态链逐渐发展成熟

2015年中国泛娱乐产业发展迅速，各细分行业间的边界逐渐模糊，行业间的合作与渗透不断加深，生态链逐渐发展成熟；明星IP和内容IP都成为泛娱乐生态下的核心，价值不断凸显。受整体文化产业发展的利好影响，作为泛娱乐产业中重要一环的在线音乐产业，也出现了更多的发展机会与新的增长点，在线音乐平台也从渠道转向内容提供平台，积极开拓原创音乐和在线演艺等模块，进行多样化商业模式的拓展。

2015年泛娱乐行业版图



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_21574](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21574)

