



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005年中国在线音乐市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2005年中国在线音乐市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/43378.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

2003年中国在线音乐市场规模为0.13亿元，2005年度中国的在线音乐市场规模接近0.72亿元，到2008年接近4亿元。随着国内版权保护机制以及相关法律法规的不断完善，到2008年以后国内在线音乐市场将进入高速发展期，预计到2010年市场规模超过18亿，增长率超过100%。

Page4 I.研究背景 Page4 II.概念定义 Page5 III.研究方法 Page6 .报告摘要 Page8 .报告正文

Page8 1.在线音乐概述 Page8 1.1.数字音乐定义 Page8 1.2.在线音乐定义 Page9 2.全球宽带及宽带娱乐发展状况分析 Page9 2.1.全球宽带娱乐市场规模分析 Page10 2.2.全球宽带用户数发展现状及预测 Page11 2.3.宽带与互联网用户发展情况对比分析 Page13 3.全球音乐唱片市场整体发展情况分析 Page13 3.1.全球音乐唱片市场发展概况 Page16 3.2.全球音乐市场发展规模 Page17 3.3.美国音乐唱片市场发展概况 Page18 4.全球在线音乐发展情况 Page18 4.1.全球在线音乐发展历程 Page20 4.2.全球在线音乐服务商情况 Page21 4.3.全球在线音乐市场规模发展情况 Page22 4.4.全球在线音乐下载量情况 Page24 4.5.美国在线音乐市场概况 Page28 5.中国互联网及宽带用户发展概况 Page28 5.1.中国互联网用户规模现状与预测 Page29 5.2.中国宽带用户数发展现状及预测 Page30 5.3.中国宽带与互联网用户发展情况对比 Page31 5.4.中国宽带市场接入方式 Page32 5.5.中国主要运营商ADSL市场份额 Page33 6.中国传统音乐唱片市场发展情况分析 Page33 6.1.2004年中国市场唱片销售情况 Page36 6.2.中国正版唱片市场规模发展情况 Page37 7.中国在线音乐市场发展情况分析 Page37 7.1.中国在线音乐发展阶段 Page38 7.2.在线音乐市场产业链结构 Page40 7.3.中国在线音乐市场发展现状 Page43 7.4.中国在线音乐下载量现状及预测 Page44 7.5.中国在线音乐用户年均下载量现状及预测 Page45 7.6.中国在线音乐市场规模发展情况 Page46 7.7.中国在线音乐用户数现状及预测 Page47 7.8.中国在线音乐付费用户数现状及预测 Page48 7.9.中国在线音乐付费用户占在线音乐用户的比例 Page49 8.中国在线音乐运营商分析 Page49 8.1.中国主要在线音乐运营商分类 Page51 8.2.中国主要在线音乐运营商服务内容及收费模式 Page53 8.3.中国主要在线音乐运营商 Page64 9.数字音乐版权管理机构分析 Page64 9.1.中国音乐著作权协会 Page70 9.2.源泉 Page73 9.3.数字版权管理技术 Page75 10.中国在线音乐市场发展趋势分析 Page75 10.1.专业版权管理机构的出现 Page75 10.2.国外投资者看好中国在线音乐市场 Page75 10.3.P2P将保持平稳发展 Page75 10.4.免费音乐下载服务将不断减少 Page75 10.5.在线音乐市场将发展的更加规范 Page76 行业研究小结 Page77 11.在线音乐用户总体音乐习惯分析 Page77 11.1.受欢迎音乐类型分析 Page78 11.2.在线音乐收听场所分析 Page79 11.3.在线音乐用户每月音乐总消费分析 Page81 11.4.在线音乐用户CD需求分析 Page84 11.5.在线音乐用户对盗版的态度 Page86 12.在线音乐用户音乐使用行为分析 Page86 12.1.网民中的在线音乐用户比例情况 Page87 12.2.用户查找歌曲渠道分析 Page89 12.3.在线音乐用户收听方式分析 Page91 12.4.在线音乐用户每次下载音乐数量分

析 Page93 12.5.在线音乐收听时间分析 Page95 12.6.使用频率较高的在线音乐网站分析 Page96
12.7.用户了解在线音乐服务商的主要渠道分析 Page97 13.在线音乐用户的在线音乐消费行为分
析 Page97 13.1.用户中付费用户比例分析 Page98 13.2.付费用户目前为在线音乐服务支付费用分
析 Page99 13.3.用户未来一年内付费使用在线音乐服务意愿分析 Page101 13.4.用户每月愿意为在
线音乐服务支付的费用 Page102 13.5.用户最喜欢的在线音乐收费模式分析 Page102 13.6.用户最
喜欢的在线音乐付费方式分析 Page103 14.在线音乐用户的满意度分析 Page103 14.1.在线音乐用
户的整体满意度 Page104 14.2.用户对在线音乐服务各因素的满意度 Page105 15.在线音乐服务提
供商分析 Page105 15.1.在线音乐服务提供商用户比较 Page106 15.2.用户年龄与收入分布 Page107
15.3.用户年龄与每月平均音乐花费分布 Page108 15.4.用户收入与每月平均音乐消费分布
Page109 16.在线音乐用户基本属性分析 Page109 16.1.在线音乐用户性别构成情况 Page110 16.2.在
线音乐用户的年龄构成情况 Page110 16.3.在线音乐用户的个人月收入构成情况 Page111 16.4.在
线音乐用户的地区分布情况 Page112 用户研究小结 Page113 17.报告结论 Page114 附录：调研方
法及调研流程 Page118 法律声明： 图表目录 Page9 2004年度全球宽带娱乐各业务收入规模
Page10 全球宽带用户数现状及预测 Page11 全球互联网用户数现状及预测 Page12 全球互联网
与宽带用户数对比 Page13 2003年及2004年全球音乐CD销售额 Page14 全球主要国家音乐需求
比例情况 Page15 全球主要发达国家音乐消费形式分布情况 Page16 全球音乐市场发展规模
Page17 2000~2004年美国音乐传统唱片销售量情况 Page20 全球在线音乐服务商运营模式表
Page21 全球在线音乐市场规模发展情况 Page22 全球合法的音乐网站和单曲下载数量 Page23
2002~2005年全球非法在线音乐文件数量 Page24 美国在线音乐市场规模发展情况 Page28 中国
互联网用户数量情况 Page29 中国宽带用户发展情况及预测 Page30 中国互联网与宽带用户数
量对比 Page31 中国宽带用户接入结构变化 Page32 中国主要运营商ADSL市场份额变化 Page33
中国正版/盗版磁带与CD销售量对比 Page35 2004年中国盗版磁带与CD销售额 Page36 中国正
版磁带与CD市场规模情况 Page43 中国在线音乐下载量现状及预测 Page44 中国在线音乐用户
每年平均下载量发展情况 Page45 中国在线音乐市场规模现状及预测 Page46 中国在线音乐用
户数现状及预测 Page47 中国在线音乐付费用户数现状及预测 Page48 中国在线音乐付费用户
占在线音乐用户的比例 Page53 主要音乐搜索类网站日覆盖数走势情况 Page54 百度搜索
中MP3音乐搜索所占的比例 Page55 2005年1~5月搜刮音乐网访问量 Page56 一搜搜索功能中音
乐搜索所占的比例 Page57 专业音乐网站日覆盖数情况 Page58 2005年1~5月九天音乐网访问量
Page59 2005年1~5月网蛙访问量 Page63 在线音乐用户最常使用的p2p软件 Page66 2004年中国音
乐著作权协会会员构成情况 Page68 2004年中国音乐著作权协会许可收入构成情况 Page68 中国
音乐著作权协会历年收入情况 Page69 2004年中国音乐著作权协会收入分配情况 Page72 源泉数
字版权保护及交易信息系统 Page77 在线音乐用户喜欢的音乐类型 Page78 在线音乐用户收听

音乐的主要场所 Page79 在线音乐用户的每月平均音乐消费 Page80 不同个人月收入的在线音乐用户每月的平均音乐消费 Page81 在线音乐用户购买CD的主要场所 Page81 在线音乐用户每月购买的音乐CD数量 Page83 不同音乐消费水平用户每月CD购买量 Page84 在线音乐用户对盗版的态度 Page85 不同音乐消费水平用户对盗版的态度 Page86 网民中的在线音乐用户比例情况 Page87 在线音乐用户查找歌曲的主要渠道 Page89 在线音乐用户最常使用的在线音乐收听方式 Page90 不同年龄段在线音乐用户最常使用的在线音乐收听方式 Page91 在线音乐用户每次下载的音乐数量 Page92 使用不同终端的在线音乐用户每次下载的音乐数量 Page93 在线音乐用户每天在线收听音乐的时间长度 Page94 不同个人月收入水平的在线音乐用户每天在线收听音乐的平均 Page95 不同音乐消费水平在线音乐用户每天在线收听音乐的时长 Page95 在线音乐用户经常访问和最常访问的在线音乐网站 Page96 在线音乐用户了解在线音乐服务商的主要渠道 Page97 在线音乐用户中付费用户比例 Page98 不同音乐消费水平在线音乐用户的付费用户所占比例 Page98 在线音乐付费用户当前每月花费的在线音乐费用 Page99 不同音乐消费水平的在线音乐付费用户每月的平均在线音乐花费 Page100 在线音乐用户未来一年内付费使用在线音乐服务的意愿 Page100 不同音乐消费水平用户未来一年内付费使用在线音乐服务的意愿 Page101 不同个人月收入用户未来一年内付费使用在线音乐服务的意愿 Page101 在线音乐用户每月愿意为在线音乐服务支付的费用 Page102 在线音乐潜在用户最喜欢的在线音乐收费模式 Page102 在线音乐潜在用户最喜欢的在线音乐付费方式析 Page103 在线音乐用户对在线音乐服务各因素的满意程度 Page104 在线音乐用户对在线音乐服务的整体满意度 Page105 不同在线音乐服务提供商用户比较 Page106 不同在线音乐服务商的用户年龄和收入水平比较 Page107 不同在线音乐服务商的用户年龄和音乐消费水平比较 Page108 不同在线音乐服务商的用户个人月收入和音乐消费水平比较 Page109 在线音乐用户性别构成情况 Page110 在线音乐用户的年龄构成情况 Page110 在线音乐用户的个人月收入构成情况 Page111 在线音乐用户的地区分布情况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43378.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法

- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。