

# 中国 数字音乐行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国 数字音乐行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202411/735702.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

前言：近年来，我国数字音乐行业市场规模快速增长，截止2023年市场规模达到1907.5亿元，但是增速出现一定波动。同时，数字音乐平台歌曲总量不断增加，2023年累计总量约为2.13亿首。随着消费者听歌方式、习惯已经发生转变，抖音、快手等平台对音乐受众的分流效应也日益显著。不过，网易云、QQ音乐、酷狗音乐的版权鏖战始终存在，数字音乐平台该如何破局？

### 1、我国在线音乐市场稳健增长，但增速出现一定波动

从2018年至今，我国数字音乐行业市场规模快速增长，截止2023年市场规模达到1907.5亿元，但是增速出现一定波动。具体来看，2018-2020年数字音乐市场规模增速从17.1%增长至28.9%，随后增速小幅下降，2021年为21.1%，2022年进一步降至16.8%，其主要原因是受疫情宅家带来的线上红利期、消费者需求呈现阶段性的变化及音乐技术的创新等因素影响。不过，2023年，受在线音乐用户付费意愿持续提升、版权环境的改善以及AIGC浪潮下的技术创新等影响，数字音乐市场增速回升至22.1%。

数据来源：观研天下整理

其中，2023年，我国在线音乐市场增速也创下历史新高，为33.1%，市场规模达到239.8亿元；音乐直播市场增速同比也实现两位数增长，为31.5%，市场规模为1072.2亿元。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

### 2、数字音乐平台歌曲总量持续增加，增速加快

与此同时，2020-2023年，我国数字音乐平台歌曲总量不断增加。根据数据显示，2023年，我国数字音乐平台歌曲累计总量约为2.13亿首，2023年比2022年增加了约8100万首。从市场增速来看，2020-2021年，歌曲总量增长约36%，2021-2022年增长约37.5%。

数据来源：观研天下整理

### 3、音乐短视频、社交音乐平台对传统数字音乐APP产生用户分流

目前，市面上常见的音乐平台可大致分为三类：以音乐在线播放功能为主的传统数字音乐流媒体平台、将音乐与短视频融合的短视频音乐平台，以及结合音乐播放和传播等多种功能的社交性音乐平台。随着消费者听歌方式、习惯已经发生转变，一些其他平台对音乐受众的分流效应也日益显著。例如，近些年抖音、快手等短视频应用逐渐成为年轻人发现和消费音乐的重要渠道，而且这些平台还为用户提供更加碎片化、社交化的音乐体验。

因此，自2018年以来，我国音乐短视频市场规模持续扩大，从152.3亿元增长至2023年的48

9.1亿元，显示出市场的强劲增长势头。不过，市场增速却呈现出逐年放缓的趋势，从2018年的18.9%增长至2019年的33%，随后逐年下降至2023年的19.2%，但也说明市场正在逐渐成熟，增长速度趋于平稳。

数据来源：观研天下整理

而不同的短视频平台，也有着不同的音乐策略。例如，字节跳动推出“汽水音乐”APP，通过“免费+广告”的模式抢占市场；快手从版权和创作入手，与上百家音乐版权公司达成合作，平台上近50%歌曲使用量由非爆款歌曲贡献。

从2020年起加大音乐垂类运营的小红书，首先邀请一批说唱歌手入驻，包括刘聪、小鬼王琳凯、马思唯、梁维嘉、李大奔等。待这些歌手发布的内容取得良好效果后，再将品类拓展至电音、乐队、古典、黑胶、氛围音乐等各个细分垂类，同时举办音乐活动以吸引更多音乐人、厂牌、演出主办方等入驻。

而当用户的听歌习惯、注意力一旦发生结构性变化，网易云音乐、QQ音乐、酷狗音乐这些传统数字音乐平台的用户就会被分流。

4、网易云、QQ音乐、酷狗音乐的版权鏖战始终存在，数字音乐平台该如何破局？

在线音乐正版化是构建音乐付费的基石，所以版权是各大数字音乐平台竞争力的关键。而现如今，我国各大数字音乐平台仍然因版权纠纷引战。版权转售事宜上也互有攻防，其中以拥有最多独家版权的腾讯音乐娱乐集团和“新贵”网易云音乐争夺最为激烈。腾讯音乐娱乐集团曾先后三次以版权为由，要求网易云音乐下架歌曲。

最终在国家版权局的“调解”下，腾讯音乐娱乐集团与网易云音乐就网络音乐版权合作事宜达成一致，双方将相互授权占各自独家数量99%以上的音乐作品，并商定进行音乐版权的长期合作。但这仅剩的1%则是各个平台最为核心和差异化的版权，比如周杰伦的作品。其实，早在2010年，酷狗音乐就曾公开指责腾讯旗下QQ音乐抄袭其“歌词逐字精准”技术。

我国主要数字音乐平台因版权纠纷问题梳理

时间

事件

2010年

酷狗音乐就曾公开指责腾讯旗下QQ音乐抄袭其“歌词逐字精准”技术

2014年12月

网易云音乐因200首作品涉嫌侵权，被酷狗音乐起诉，之后网易云音乐反诉酷狗音乐侵权

2019年11月

中国裁判文书网披露，腾讯音乐与网易云音乐因周杰伦作品产生版权纠纷。一案审理终结，腾讯音乐获赔85万元

2021年2月

网易云音乐官方微博曾发布过一封致酷狗音乐的公开信，表示酷狗音乐一直以将网易云音乐

新功能“酷狗化”为首要目标和工作方向

2022年4月

网易云音乐发布《网易云音乐关于起诉腾讯音乐不正当竞争的声明》，从跟随式抄袭产品创新、非法盗播无授权歌曲、批量化冒名洗歌，再到“分区域播放”逃避监管，列出腾讯音乐的诸多不正当竞争行为，并表示已正式提起诉讼

资料来源：观研天下整理

除了版权之外，一些播放器、播放页面等创新，也是各大平台争吵的原因。例如，11月25日，网易云音乐发布长文公开指责QQ音乐“抄袭”其音乐播放器DIY功能以及其他原创设计。而酷狗音乐在微博上“正面硬刚”网易云音乐称：“话说，自定义播放器背景的DIY功能不是我先做的么？”并附了2023年10月发布的关于介绍自定义播放器的视频。此外，网易云音乐还声明详细回顾QQ音乐近年来的“模仿”，例如“模仿”网易云音乐的黑胶播放页面、一起听、故宫主题播放器等。

不难发现，各大音乐平台之间的模仿、指责、抄袭，其根源在于整个行业无论是创新空间还是发展空间都已接近天花板。

面对随着市场的逐渐饱和，数字音乐平台该如何破局？目前，版权充足的曲库仍然是提高自身竞争力的关键，但是更新会员与推荐机制、创新音乐场景及VRAR与AI音乐等方面也重要

。

数字音乐平台破局策略

策略

简介

联合活动与演出

通过平台间互联互通，拓展音乐场景。例如多个平台可联合策划虚拟演唱会，让不同平台的用户能够一起在线观看，并进行互动

丰富会员权益

提供更多个性化的订阅选项或增值服务。例如提供\*内容访问、线下活动参与权、高品质音乐体验等

更多跨界合作

与视频、游戏及其他数字媒体结合。例如游戏中的背景音乐选择，让玩家自由选择自己喜欢的音轨，提高平台曝光率

引入VR、AR技术

例如可以利用VR技术举办沉浸式演唱会，使用户能够在虚拟环境中享受现场表演；通过地理位置服务，将AR技术应用于现实场景中，在特定地点收听相关歌曲或查看相关信息

资料来源：观研天下整理（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国 数字音乐行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。

更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

## 【目录大纲】

### 第一章 2019-2023年中国 数字音乐 行业发展概述

#### 第一节 数字音乐 行业发展情况概述

- 一、 数字音乐 行业相关定义
- 二、 数字音乐 特点分析
- 三、 数字音乐 行业基本情况介绍
- 四、 数字音乐 行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售/服务模式
- 五、 数字音乐 行业需求主体分析

#### 第二节 中国 数字音乐 行业生命周期分析

- 一、 数字音乐 行业生命周期理论概述
- 二、 数字音乐 行业所属的生命周期分析

#### 第三节 数字音乐 行业经济指标分析

- 一、 数字音乐 行业的赢利性分析
- 二、 数字音乐 行业的经济周期分析
- 三、 数字音乐 行业附加值的提升空间分析

### 第二章 2019-2023年全球 数字音乐 行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球 数字音乐 行业发展历程回顾

#### 第二节 全球 数字音乐 行业市场规模与区域分布情况

### 第三节 亚洲 数字音乐 行业地区市场分析

- 一、亚洲 数字音乐 行业市场现状分析
- 二、亚洲 数字音乐 行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲 数字音乐 行业市场前景分析

### 第四节 北美 数字音乐 行业地区市场分析

- 一、北美 数字音乐 行业市场现状分析
- 二、北美 数字音乐 行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美 数字音乐 行业市场前景分析

### 第五节 欧洲 数字音乐 行业地区市场分析

- 一、欧洲 数字音乐 行业市场现状分析
- 二、欧洲 数字音乐 行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲 数字音乐 行业市场前景分析

### 第六节 2024-2031年世界 数字音乐 行业分布走势预测

### 第七节 2024-2031年全球 数字音乐 行业市场规模预测

## 第三章 中国 数字音乐 行业产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

### 第二节 我国宏观经济环境对 数字音乐 行业的影响分析

### 第三节 中国 数字音乐 行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

### 第四节 政策环境对 数字音乐 行业的影响分析

### 第五节 中国 数字音乐 行业产业社会环境分析

## 第四章 中国 数字音乐 行业运行情况

### 第一节 中国 数字音乐 行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国 数字音乐 行业市场规模分析

- 一、影响中国 数字音乐 行业市场规模的因素
- 二、中国 数字音乐 行业市场规模
- 三、中国 数字音乐 行业市场规模解析

### 第三节 中国 数字音乐 行业供应情况分析

- 一、中国 数字音乐 行业供应规模
- 二、中国 数字音乐 行业供应特点

#### 第四节 中国 数字音乐 行业需求情况分析

##### 一、中国 数字音乐 行业需求规模

##### 二、中国 数字音乐 行业需求特点

#### 第五节 中国 数字音乐 行业供需平衡分析

### 第五章 中国 数字音乐 行业产业链和细分市场分析

#### 第一节 中国 数字音乐 行业产业链综述

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、产业链运行机制

##### 三、 数字音乐 行业产业链图解

#### 第二节 中国 数字音乐 行业产业链环节分析

##### 一、上游产业发展现状

##### 二、上游产业对 数字音乐 行业的影响分析

##### 三、下游产业发展现状

##### 四、下游产业对 数字音乐 行业的影响分析

#### 第三节 我国 数字音乐 行业细分市场分析

##### 一、细分市场一

##### 二、细分市场二

### 第六章 2019-2023年中国 数字音乐 行业市场竞争分析

#### 第一节 中国 数字音乐 行业竞争现状分析

##### 一、中国 数字音乐 行业竞争格局分析

##### 二、中国 数字音乐 行业主要品牌分析

#### 第二节 中国 数字音乐 行业集中度分析

##### 一、中国 数字音乐 行业市场集中度影响因素分析

##### 二、中国 数字音乐 行业市场集中度分析

#### 第三节 中国 数字音乐 行业竞争特征分析

##### 一、企业区域分布特征

##### 二、企业规模分布特征

##### 三、企业所有制分布特征

### 第七章 2019-2023年中国 数字音乐 行业模型分析

#### 第一节 中国 数字音乐 行业竞争结构分析（波特五力模型）

##### 一、波特五力模型原理

##### 二、供应商议价能力

##### 三、购买者议价能力

##### 四、新进入者威胁

##### 五、替代品威胁



## 六、同业竞争程度

## 七、波特五力模型分析结论

### 第二节 中国 数字音乐 行业SWOT分析

#### 一、SOWT模型概述

#### 二、行业优势分析

#### 三、行业劣势

#### 四、行业机会

#### 五、行业威胁

#### 六、中国 数字音乐 行业SWOT分析结论

### 第三节 中国 数字音乐 行业竞争环境分析（PEST）

#### 一、PEST模型概述

#### 二、政策因素

#### 三、经济因素

#### 四、社会因素

#### 五、技术因素

#### 六、PEST模型分析结论

### 第八章 2019-2023年中国 数字音乐 行业需求特点与动态分析

#### 第一节 中国 数字音乐 行业市场动态情况

#### 第二节 中国 数字音乐 行业消费市场特点分析

##### 一、需求偏好

##### 二、价格偏好

##### 三、品牌偏好

##### 四、其他偏好

#### 第三节 数字音乐 行业成本结构分析

#### 第四节 数字音乐 行业价格影响因素分析

##### 一、供需因素

##### 二、成本因素

##### 三、其他因素

#### 第五节 中国 数字音乐 行业价格现状分析

#### 第六节 中国 数字音乐 行业平均价格走势预测

##### 一、中国 数字音乐 行业平均价格趋势分析

##### 二、中国 数字音乐 行业平均价格变动的影响因素

### 第九章 中国 数字音乐 行业所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国 数字音乐 行业所属行业总体规模分析

##### 一、企业数量结构分析

## 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国 数字音乐 行业所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节 中国 数字音乐 行业所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第十章 2019-2023年中国 数字音乐 行业区域市场现状分析

### 第一节 中国 数字音乐 行业区域市场规模分析

#### 一、影响 数字音乐 行业区域市场分布的因素

#### 二、中国 数字音乐 行业区域市场分布

### 第二节 中国华东地区 数字音乐 行业市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区 数字音乐 行业市场分析

##### (1) 华东地区 数字音乐 行业市场规模

##### (2) 华东地区 数字音乐 行业市场现状

##### (3) 华东地区 数字音乐 行业市场规模预测

### 第三节 华中地区市场分析

#### 一、华中地区概述

#### 二、华中地区经济环境分析

#### 三、华中地区 数字音乐 行业市场分析

##### (1) 华中地区 数字音乐 行业市场规模

##### (2) 华中地区 数字音乐 行业市场现状

##### (3) 华中地区 数字音乐 行业市场规模预测

### 第四节 华南地区市场分析

#### 一、华南地区概述

#### 二、华南地区经济环境分析

#### 三、华南地区 数字音乐 行业市场分析

##### (1) 华南地区 数字音乐 行业市场规模

(2) 华南地区 数字音乐 行业市场现状

(3) 华南地区 数字音乐 行业市场规模预测

## 第五节 华北地区 数字音乐 行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区 数字音乐 行业市场分析

(1) 华北地区 数字音乐 行业市场规模

(2) 华北地区 数字音乐 行业市场现状

(3) 华北地区 数字音乐 行业市场规模预测

## 第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区 数字音乐 行业市场分析

(1) 东北地区 数字音乐 行业市场规模

(2) 东北地区 数字音乐 行业市场现状

(3) 东北地区 数字音乐 行业市场规模预测

## 第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区 数字音乐 行业市场分析

(1) 西南地区 数字音乐 行业市场规模

(2) 西南地区 数字音乐 行业市场现状

(3) 西南地区 数字音乐 行业市场规模预测

## 第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区 数字音乐 行业市场分析

(1) 西北地区 数字音乐 行业市场规模

(2) 西北地区 数字音乐 行业市场现状

(3) 西北地区 数字音乐 行业市场规模预测

## 第十一章 数字音乐 行业企业分析 (随数据更新有调整)

### 第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优势分析

##### 第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

##### 第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

##### 第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

##### 第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

##### 第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

##### 第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

## 四、公司优势分析

### 第八节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

### 四、公司优势分析

### 第九节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

### 四、公司优势分析

### 第十节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

### 四、公司优势分析

## 第十二章 2024-2031年中国 数字音乐 行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国 数字音乐 行业未来发展前景分析

#### 一、 数字音乐 行业国内投资环境分析

#### 二、中国 数字音乐 行业市场机会分析

#### 三、中国 数字音乐 行业投资增速预测

### 第二节 中国 数字音乐 行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国 数字音乐 行业规模发展预测

#### 一、中国 数字音乐 行业市场规模预测

#### 二、中国 数字音乐 行业市场规模增速预测

#### 三、中国 数字音乐 行业产值规模预测

#### 四、中国 数字音乐 行业产值增速预测

#### 五、中国 数字音乐 行业供需情况预测

### 第四节 中国 数字音乐 行业盈利走势预测

## 第十三章 2024-2031年中国 数字音乐 行业进入壁垒与投资风险分析

### 第一节 中国 数字音乐 行业进入壁垒分析

#### 一、 数字音乐 行业资金壁垒分析

#### 二、 数字音乐 行业技术壁垒分析

#### 三、 数字音乐 行业人才壁垒分析

#### 四、 数字音乐 行业品牌壁垒分析

## 五、 数字音乐 行业其他壁垒分析

### 第二节 数字音乐 行业风险分析

#### 一、 数字音乐 行业宏观环境风险

#### 二、 数字音乐 行业技术风险

#### 三、 数字音乐 行业竞争风险

#### 四、 数字音乐 行业其他风险

### 第三节 中国 数字音乐 行业存在的问题

### 第四节 中国 数字音乐 行业解决问题的策略分析

## 第十四章 2024-2031年中国 数字音乐 行业研究结论及投资建议

### 第一节 观研天下中国 数字音乐 行业研究综述

#### 一、 行业投资价值

#### 二、 行业风险评估

### 第二节 中国 数字音乐 行业进入策略分析

#### 一、 行业目标客户群体

#### 二、 细分市场选择

#### 三、 区域市场的选择

### 第三节 数字音乐 行业营销策略分析

#### 一、 数字音乐 行业产品策略

#### 二、 数字音乐 行业定价策略

#### 三、 数字音乐 行业渠道策略

#### 四、 数字音乐 行业促销策略

### 第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202411/735702.html>