

# 中国互联网音乐产业生态图谱

2016





实时分析驱动用户资产成长



# 中国互联网音乐产业生态图谱

音乐版权方

## 唱片公司|文娱公司



## 制作机构|音乐综艺



## 独立音乐人|合唱团

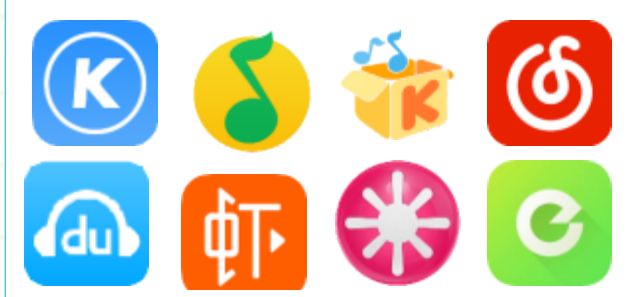


## 选秀艺人|网络主播



平台运营方

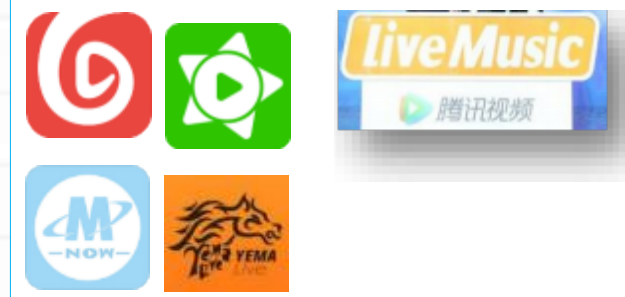
## 综合音乐平台



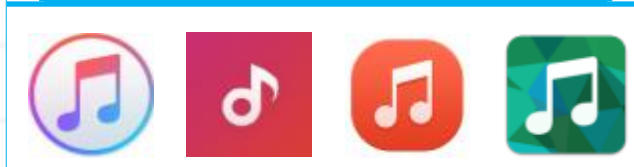
## 移动K歌平台



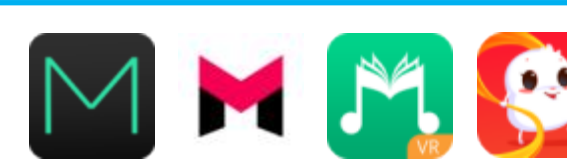
## 演艺直播平台



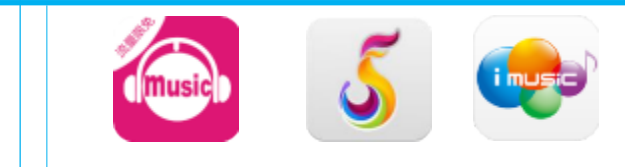
## 手机内置播放器



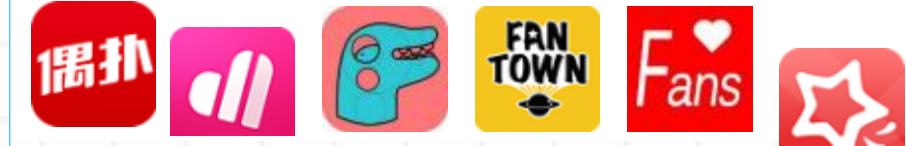
## MV视频与教学



## 运营商增值服务



## 粉丝娱乐平台



## 门户音乐平台



服务支撑

## 音乐众筹



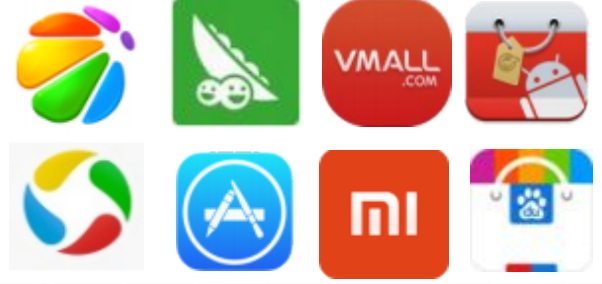
## 音乐票务



## 支付



## 应用商店



## 版权管理与交易



## 硬件设备



2016/11/4

实时分析驱动用户资产成长

2

# 唱片公司是音乐版权的主要供给方，音乐综艺加码二次创作

## 音乐版权方

### 唱片公司



### 制作机构|音乐综艺



### 独立音乐人



### 选秀艺人|网络主播



音乐版权方处于互联网音乐产业链**上游环节**，其中，“唱片公司&文娱公司”和“音乐综艺&制作机构”；等机构角色是音乐版权的主要供给方。

**唱片公司&文娱机构**通过签约、包装、训练艺人，为其制作、宣发歌曲以此来输出音乐，是最为传统的音乐内容提供方。而**音乐综艺**是近几年较为火热的音乐制作形式，通过录制音乐类主题的综艺节目实现原有音乐的二次创作和传播，形成新的音乐版权。

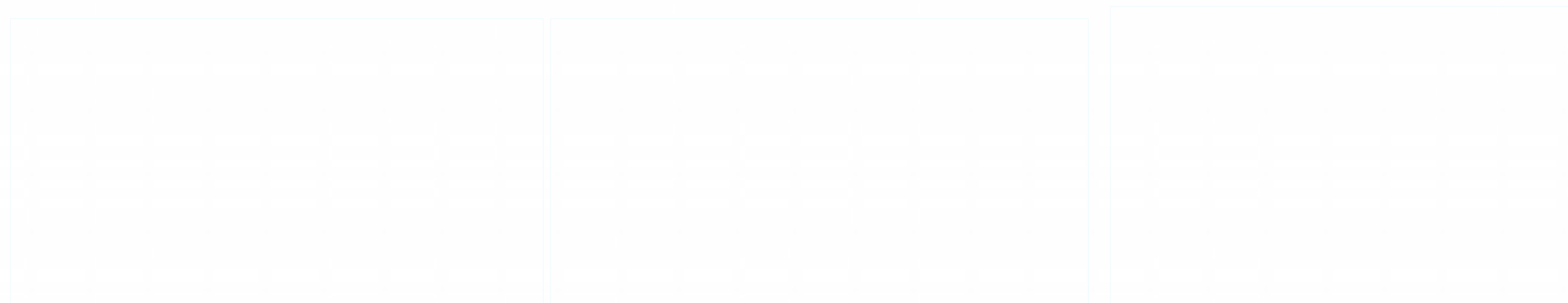
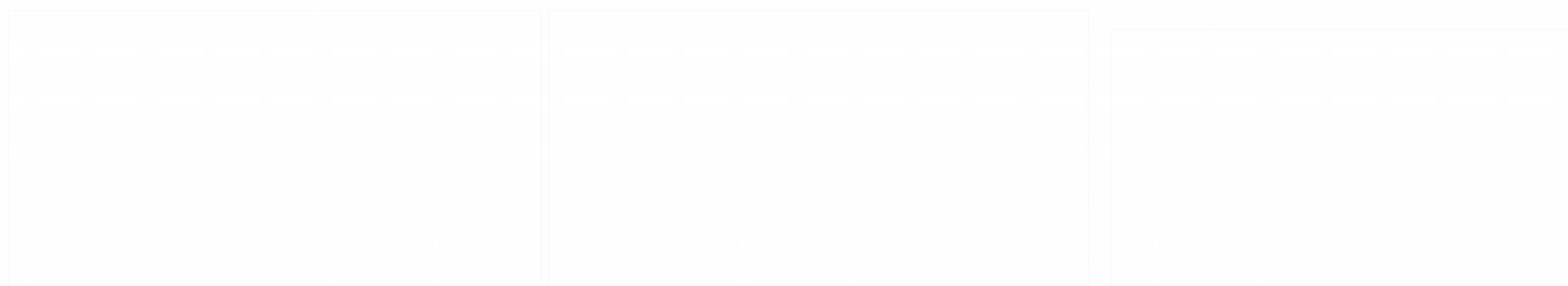
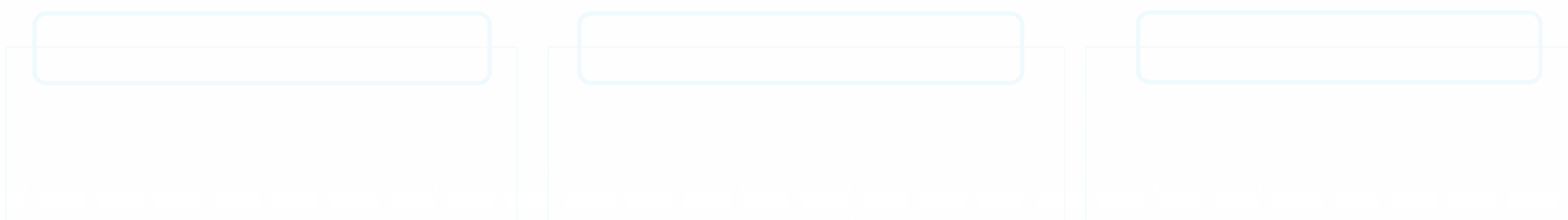
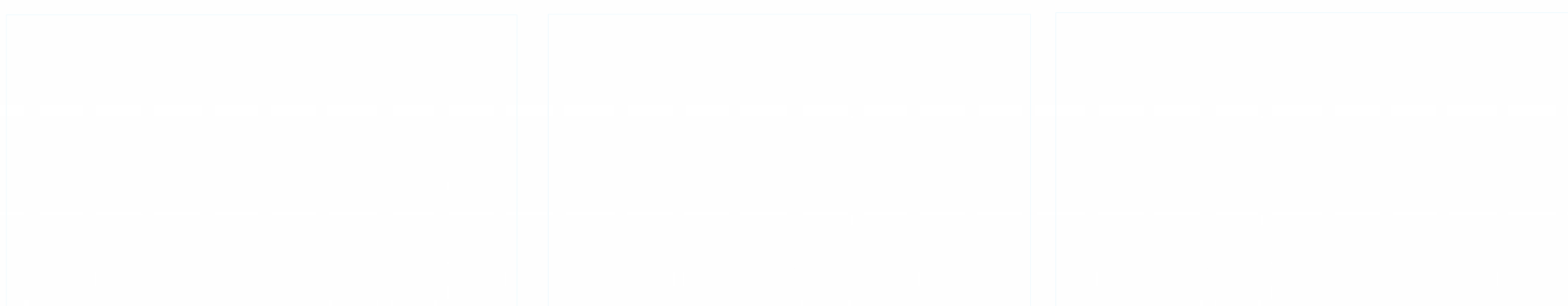
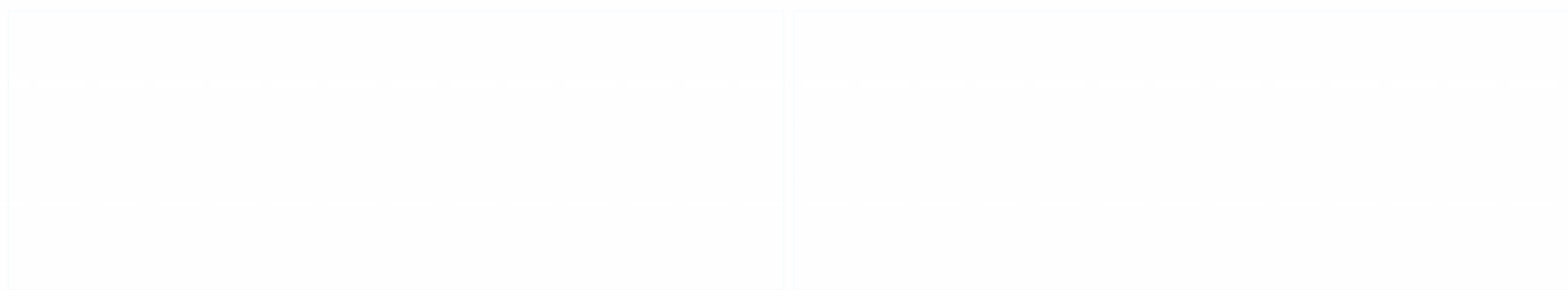
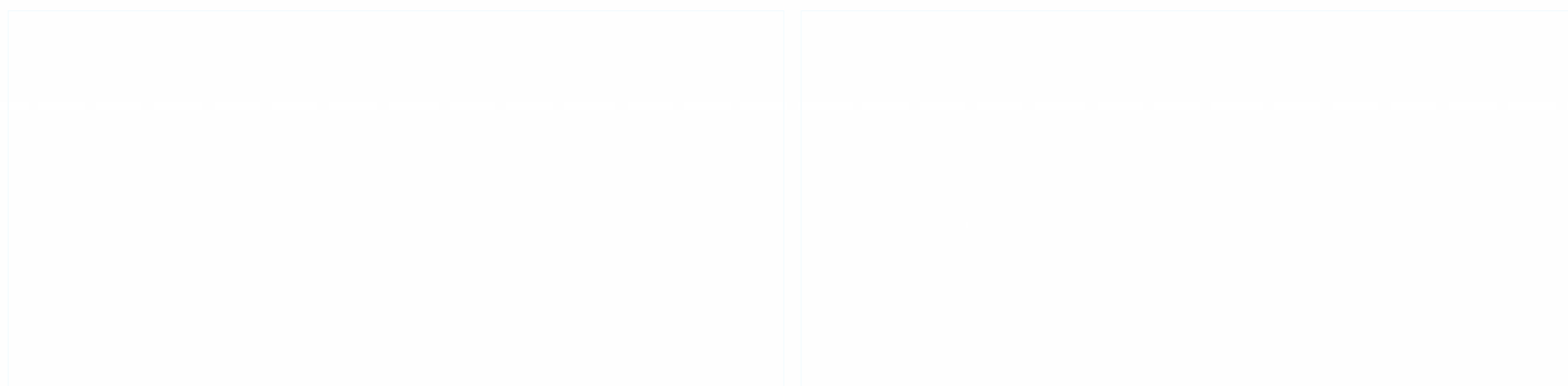
**独立音乐人&合唱团**没有签约任何唱片公司，完全独立创作表演音乐，比如民谣歌手乐队、合唱团等，

受众群体较为小众。除此之外，选秀艺人&网络主播为另一个独立提供音乐内容的个体，通过翻唱或创作等形式进行表演，但音乐专业性上较前者更弱。

2016/11/4

实时分析驱动用户资产成长

3



# 平台运营方百舸争流，服务于用户“听唱看玩”多元化需求

平台运营方处于互联网音乐产业链的**中游环节**，作为连接上游音乐版权提供方和用户的重要节点，经历了PC时期基于网页形式开展音乐门户服务到移动互联网时期基于APP开展音乐客户端服务的转变。

## 平台运营方



**综合音乐、移动K歌和演艺直播**是开展互联网音乐服务的主要平台，其中综合音乐平台成型时间最早，聚集了从PC端转移过来的大部分用户；移动K歌平台则精准地击中了用户的“唱”需求；演艺直播平台则满足了用户对“视听演唱”的音乐需求。

手机内置播放器和运营商增值服务因终端和渠道优势把控一部分用户流量；MV视频与教学提供MV欣赏与视频教学服务；粉丝娱乐平台则是围绕粉丝群体的社区运营；门户音乐平台则是网页端音乐服务的维系。





# 综合音乐平台业务模式成熟， 正版政策实施让付费可期

**综合音乐平台**通过购买、合作等方式获得上游版权方生产的数字音乐资源，同时基于产品的试听下载、个性推荐、歌单查询等功能以优化音乐播放器的“听”服务，占据了互联网音乐的主要流量入口。

平台运营方



在音乐播放器的基础上，**综合音乐平台**增加了K歌、电台、MV、直播，甚至打赏功能，平台服务朝着多元化、泛音乐化的方向发展，极大丰富了用户的视听体验。

同时伴随国内正版音乐政策的实施，基于场景挖掘或建立用户的个性化听歌需求，音乐包的付费收听及下载、耳机、智能音箱等智能硬件兜售以及粉丝

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：  
<https://d.book118.com/558015126024007013>