

学校编码: 10384
学 号: 18720141153638

分类号____密级____
UDC____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

在线音乐直播的商业模式探究

Research on the Business Model of Online Live Music

李翊枫

指导教师姓名: 王义彬副教授

专 业 名 称: 音乐与舞蹈学 (文化产业与艺术管理方向)

论文提交日期: 2017 年 月

论文答辩时间: 2017 年 月

学位授予日期: 2017 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2017 年 月

厦门大学博硕士学位论文摘要库

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为（）课题（组）的研究成果，获得（）课题（组）经费或实验室的资助，在（）实验室完成。（请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。）

声明人（签名）：李翔权

2017年5月18日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：李翎枫

2017年5月18日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

摘要

科学技术日新月异的发展和互联网应用的深入普及,丰富了人们获取音乐的方式,使之变得越来越多样化且便捷化。而近年来直播技术在互联网上的广泛应用更促使“在线音乐直播”这一新的视听模式的出现。这次音乐与直播的融合能否为音乐产业带来变革和新生?依靠什么样的商业模式存活?能否为从业者和音乐人带来持久的收入来源?这些是笔者希望探寻的在线音乐直播发展之路。

本文以在线音乐直播为主要研究对象,运用迈克尔·波特(Michael Porter)的价值链理论作为主要研究方法,借鉴文化经济学、文化市场学、文化产业学等相关学科理论,参考行业内相关研究报告,并通过网络田野调查获得相关数据,探索在线音乐直播的商业模式。

全文分为六个部分。第一部分介绍本篇论文的研究背景、相关论题研究综述以及文章的主要研究方法;第二部分对“在线音乐直播”一词做出了概念界定,简要描述在线音乐直播的基本情况,并对在线音乐直播及视频直播行业的发展历程和现状进行梳理和分析;第三部分通过市场状况、价值链构建、营销模式、盈利模式四个方面分析在线音乐直播的商业模式;第四部分在前文研究的基础上,提出并剖析现阶段在线音乐直播商业模式发展存在的问题;第五部分为探寻在线音乐直播商业模式的创新发展之路提供思路和建议;第六部分是对全文研究的总结,并提出研究的不足之处。

关键词: 在线音乐直播; 商业模式; 价值链理论

厦门大学博硕士学位论文摘要库

Abstract

Nowadays, with the rapid development of science and technology, music are becoming more accessible and diversified. The “online live music” is a new audio-visual mode, it derive from the high-tech of broadcast and progressively be accepted by the commons. Does the traditional music and the live technology can get a good combination together? If the audio-visual mode can facilitate an industrial revolution and bring a steady income for practitioners and musicians? What kind of business model can provide it living space? All above the questions are the keys of this thesis.

In this dissertation, the online live music will be the research object and the main research methods will based on the theory of the value chain by Michael Porter. Draw cultural economics, cultural marketing, cultural industries and other related disciplines, referring the relevant research reports in the industry, obtaining the relevant data from the field survey, to explore the online music live business model.

This article is divided into six parts. The first section introduces the research background, the research overview and the main method. The second section defines concept of the “online live music”. This part briefly introduces the current situation of online music live and analyzes the development and living situation of online music live. In the third part, this paper mainly describes the online live music business model. This part includes marketing model, profit model as well as relationship between the upstream industry and the downstream industry. Based on the previous research, the fourth chapter brings the underlying causes and problems forward that accompanying with development of “online live music”. The fifth section is to explore ideas and suggestions for the innovation and development of business model of online live music. The sixth section is the

summary of the full text, and introduce the research deficiencies.

Key Words: Online Music Live; Business Model; Value Chain Analysis

厦门大学博硕士学位论文摘要库

摘 要.....	I
Abstract.....	II
绪 论.....	1
第一节 研究源起.....	1
第二节 研究现状.....	1
第三节 研究方法.....	3
第四节 研究框架.....	4
第一章 在线音乐直播的发展.....	5
第一节 在线音乐直播的概念与基本概况.....	6
一、概念界定.....	6
二、基本要素.....	6
第二节 在线音乐直播及视频直播行业的发展历程.....	7
一、PC 直播阶段.....	7
二、游戏直播阶段.....	7
三、移动直播阶段.....	8
四、VR 直播阶段.....	8
第三节 在线音乐直播的现状分析.....	9
一、政策环境角度.....	9
二、竞争环境角度.....	10
第二章 在线音乐直播的商业模式.....	13
第一节 在线音乐直播的受众及市场分析.....	13
一、市场结构特征分析.....	14
二、消费者分析.....	15
第二节 在线音乐直播的价值链分析.....	20
一、基本性活动之内容生产.....	20

二、基本性活动之营销.....	21
三、支持性活动之服务.....	21
四、支持性活动之研究开发.....	22
第三节 在线音乐直播的营销模式分析.....	23
一、整合网络营销.....	24
二、事件营销.....	24
三、粉丝营销.....	25
四、关系营销.....	26
第四节 常见盈利模式分析.....	27
一、直播平台盈利模式.....	27
二、公会组织盈利分析.....	29
第三章 在线音乐直播商业模式发展存在的问题.....	32
第一节 平台收支情况失衡.....	32
一、主要资金来源.....	32
二、主要成本开销.....	34
第二节 音乐质量与粉丝沉淀问题.....	36
一、过度关注“注意力经济”.....	37
二、忽视个体可替代性.....	38
第三节 分成混乱及流量变现问题.....	38
一、市场分成规则混乱.....	38
二、自食流量作假之果.....	39
三、流量变现方式单薄.....	39
第四章 商业模式创新趋势与探索方向.....	41
第一节 顺应市场竞争趋势并关注内容细分市场.....	41
一、资本运营视角.....	42
二、平台内容视角.....	43
第二节 提升主播专业能力以增强黏性沉淀粉丝.....	44
一、音乐主播发展趋势之探析.....	44
二、增强用户黏性方式之探索.....	45

第三节 关于产业链延伸的设想.....	46
一、以音乐为根基	47
二、以顾客为导向	48
结 语.....	49
附 录.....	51
参考文献.....	59
致 谢.....	62

厦门大学博硕士学位论文摘要库

厦门大学博硕士学位论文摘要库

Content

AbstractI

Introduction 1

Section 1 Research Background 1

Section 2 Research Status 1

Section 3 Research Methods 3

Section 4 Research Framework 4

Chapter One

The Development of Online Live Music 5

Section 1 The concept and the basic situation of online live music 6

 The definition 6

 The basic elements 6

Section 2 The development process of online live music and video live industry 7

 The phase of PC live 7

 The phase of game live 7

 The phase of mobile live 8

 The phase of VR live 8

Section 3 The current studies of online live music 9

 The policy environment 9

 The competitive environment 10

Chapter Two

Business model of online live music..... 13

Section 1 The audiences and market of online live music..... 3

The characteristics of market structure	14
The characteristics of audience	15
Section 2 The value chain of online live music	20
The basic activities of content production	20
The basic activities of marketing	21
Supportive activities of the service	21
Supportive activities of the research and development	22
Section 3 The marketing model of online live music	23
The integration of network marketing	24
Event marketing	24
Fans marketing	25
Relationship marketing	26
Section 4 The common profit model	27
The model of platform profit	27
The income sources of guild organization	29
 Chapter Three	
 The bound of the limitation on business model of online live music	
.....	32
Section 1 The imbalanced payments	32
The main source of funds	32
The main cost of spending	34
Section 2 The instability of audiences group	36
Over-attention to "attention economy"	37
Ignoring the individual alternative	38
Section 3 The problem of income distribution and the Network	
cashability	38
The phenomenon of network fraud	38
The disorganized allocation	39
The single pattern of network cashability	39

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士学位论文摘要库