

2013-2017年中国音像制品 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2013-2017年中国音像制品市场分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/qitaxiuxian1302/W4504349GE.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-02-25

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国音像制品市场分析与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了中国音像制品行业发展环境，接着分析了中国音像制品行业规模及消费需求，然后对中国音像制品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国音像制品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国音像制品行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

通过《2013-2017年中国音像制品市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

在我国，大部分音像出版、复制和销售单位同时经营“音”和“像”制品，除音乐、戏曲制品的制作出版、复制生产和批发销售较为明确构成音像产业的一部分外，还涉及电影、电视剧后产品等。近年来，我国音像业不断发展壮大，现已发展成为包括制作、出版、复制、批发、零售、出租、放映等多个门类的产业体系。

“十一五”时期是我国视听行业进行以数字化、平板显示、节能环保、产品与内容融合为主的产业结构调整和技术升级的关键阶段。“十一五”期间，视听产业虽然经历了全球金融危机，但随着《电子信息产业调整和振兴规划》的实施以及家电下乡、家电以旧换新等一揽子刺激内需政策的拉动，仍然取得了平稳较快发展，平板显示和彩电转型取得了重大进展，数字电视相关产业发展较快，初步建立了以企业为主体的技术创新体系，行业国际化特征明显，基本实现了“十一五”目标。

第一章 音像业的概述

第一节 行业相关概念

一、音像产业定义

二、音像产业产品范围

三、音像产业的外延及其所隶属的大行业

第二节 音像产业产品与服务

一、音像产业主要业态

二、音像产业组织形式

三、音像产品种类与生产数量

第三节 音像产业投资特性分析

- 一、音像产业赢利性
- 二、音像产业成长性
- 三、音像产业风险性
- 四、音像业进入壁垒

第四节 音像业现行管理体制分析

- 一、现行管理体制制约音像业的发展
- 二、音像协会在市场管理中的作用
- 三、对音像行业行政管理体制改革的建议

第二章 全球音像市场发展分析

第一节 全球音像市场发展情况

- 一、2013年全球唱片销量情况
- 二、国外唱片公司在中国发展的挑战
- 三、未来全球CD唱片市场预测
- 四、未来几年全球及美国市场传统音像制品消费预测

第二节 中西方国家音像行业的定位及比较差异

第三节 主要国家音像市场情况

- 一、法国
- 二、美国
- 三、日本

第三章 中国音像制品市场发展分析

第一节 音像制品市场的发展情况

- 一、音像制品市场的发展现状
- 二、我国音像业产业体系情况
- 三、中国音像行业面临的困难局面
- 四、2013年转型期音像业谋求发展新空间

第二节 唱片行业发展分析

- 一、唱片行业概述及产业分析
- 二、唱片市场外的利润增长点分析
- 三、2013年中国唱片发展现状分析
- 四、唱片公司运作流程与商业模式分析

五、国内唱片业存在的问题和解决方式

六、唱片工业在线化的情况

第三节 数字音乐产业的发展

一、数字音乐对传统唱片工业的影响

二、数字音乐和网络歌唱行业的发展情况

三、数字音乐发展的意义

四、数字音乐市场发展前景

五、未来数字音乐竞争模式

六、2013-2017年数字音市场预测

第四节 农村音像市场发展分析

一、农村音像市场发展情况

二、科学规范农村音像市场

三、农村音像市场建设和管理的建议

第四章 音像制品的区域市场和市场整顿情况

第一节 我国音像制品的区域市场发展情况

一、内蒙古音像业市场发展情况

二、广东省音像制品市场发展情况

第二节 “恐怖灵异类”音像制品监管情况

一、恐怖灵异类音像制品的危害

二、“恐怖灵异类”音像制品与神话、魔幻音像制品的区别

三、“恐怖灵异类”音像制品禁止进入市场

四、“恐怖灵异类”音像制品禁售难题

五、“恐怖灵异类”音像制品监管建议

第三节 2013年我国各地方音像制品市场整顿情况

一、2013年北京市音像制品市场整顿情况

二、2013年河南省音像制品市场整顿情况

三、2013年广东省音像制品市场整顿情况

四、2013年广西北海市音像制品市场整顿情况

五、2013年江西鹰潭市音像制品市场整顿情况

六、2013年甘肃省音像制品市场整顿情况

七、2013年大连市音像制品市场整顿情况

第五章2007-2013年中国光盘复制品产量数据统计分析

第一节 2007-2013年中国光盘复制品产量数据分析

一、2007-2013年光盘复制品产量数据分析

二、2007-2013年光盘复制品重点省市数据分析

第二节 2013年中国光盘复制品产量数据分析

一、2013年全国光盘复制品产量数据分析

二、2013年光盘复制品重点省市数据分析

第三节 2013年中国光盘复制品产量增长性分析

一、产量增长

二、集中度变化

第六章 2006-2013年中国音像录制媒体（3524）进出口数据监测分析

第一节 2006-2013年中国音像录制媒体进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2006-2013年中国音像录制媒体出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2006-2013年中国音像录制媒体进出口平均单价分析

第四节 2006-2013年中国音像录制媒体进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第七章 主要音像制品设备产业发展分析

第一节 录放音机和收音机

一、2013年我国录放音机产量情况

二、多媒体时代的收音机产业机遇

三、收音机机产业发展策略分析

四、网络收音机成为市场主流

五、2013年全球数字收音机市场需求分析

六、到2013年数字卫星收音机发展预测

七、2013年全球车载数字收音机市场产量分析

第二节 组合音响

- 一、2013年我国组合音响产量情况
- 二、组合音响市场现状分析
- 三、组合音响市场高端产品带动后续增长

第三节 DVD机和电视机

- 一、蓝光DVD面临发展面临的困局
- 二、便携DVD发展机遇
- 三、金融危机下DVD市场与电影业发展分析
- 四、2013年我国电视机的产量情况
- 五、未来中国电视机市场发展趋势
- 六、到2013年全球OLED电视机市场预测
- 七、2013-2017年我国数字电视机市场发展预测

第八章 中国音像制品行业竞争格局分析

第一节 音像出版社的组织结构必须适应市场竞争

- 一、传统的出版社组织架构
- 二、组织变革是市场环境的要求
- 三、组织变革对管理者的要求
- 四、项目管理制是优化组织的有效形式
- 五、组织的生存和发展最终应由客户决定

第二节 音像企业竞争致胜的四个要素

- 一、市场
- 二、资金
- 三、品牌
- 四、服务

第三节 音像业市场竞争格局分析

- 一、全球化背景下中国音像业的竞争格局
- 二、中国音像业企业的竞争
- 三、音像业竞争格局的特点

第九章 我国音像制品重点企业分析

第一节 中视传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 上海新华传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 湖南电广传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 北京赛迪传媒投资股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 中凯文化集团

一、集团简介

二、中凯精品战略初显成效

三、中凯文化发展EVD市场

四、中凯文化进行大规模网络反盗维权

第七节 俏佳人传媒

一、集团介绍

二、俏佳人传媒音像的发展概况

三、俏佳人传媒海外市场的发展

四、俏佳人筹划新未来

第八节 三辰卡通集团

一、集团简介

二、三辰卡通集团商业模式

三、三辰集团成为卡通音像行业领头羊

第九节 音像制品主力经销商发展分析

一、广东泰盛文化传播有限公司

二、钱柜公司

三、山东“爱书人”集团

四、江苏中艺音像城

六、吉神文化传播公司

七、华视伟业文化发展有限公司

九、广东飞仕影音有限公司

第十章 我国音像制品业发展趋势和对策

第一节 音像制品业发展趋势

一、传统音像业发展趋势

二、未来的音像店的发展趋势

三、音像产业销售渠道与销售方式的变化趋势

四、中国将推进传统音像业利用新技术转型升级

五、音像业重塑信心实现健康有序发展

第二节 音像行业突破销售瓶颈亟待解决的七个问题

- 一、流通渠道
- 二、资本介入
- 三、销售模式
- 四、市场营销
- 五、农村开发
- 六、创立品牌
- 七、连锁经营

第三节 我国音像业发展的对策

- 一、中国音像走出去的问题与对策
- 二、音像出版社产业化发展意识定位分析
- 三、在对比反思中增强音像产业化发展意识
- 四、资源总库助力教育音像数字化
- 五、强强联合专职管理
- 六、风险应降低政策待倾斜
- 七、参与体制改革进军网络领域
- 八、多元化战略拓展生存空间
- 九、大力开发原创产品

第四节 音像企业发展的策略

- 一、音像企业面对市场的四种策略
- 二、光盘音像企业摆脱恶性循环生存链的策略
- 三、营销盘活危机下音像出版公司

第十一章 行业投资环境分析

第一节 经济环境分析

- 一、2013年我国宏观经济运行分析
- 二、2013年中国经济增长分析预测

第二节 政策环境分析

- 一、出口奖励项目及出口补助项目的通知
- 二、进境旅客携带音像制品量规定
- 三、我国拟重新修订中国标准音像制品编码标准
- 四、音像制品管理条例

五、官方首提八大标准界定低俗音像制品

六、音像制品将不再贴统一防伪标识

第三节 社会环境分析

一、2013年我国居民收入分析

二、2013年全国居民收入情况分析

三、2013年全国社会消费品零售总额

四、2013年全国居民消费价格分析

五、2013年消费者信心指数

第十二章 2013-2017年行业投资机遇与风险分析

第一节 中国音像业的潜在市场

一、农村市场

二、海外市场

第二节 中国音像制品的问题和危机

一、当前音像市场面临的主要问题

二、音像出版社面临的结构性困局

三、光盘产业的发展的危机

第三节 中国音像产业发展的机遇和建议

一、我国音像产业的机遇

二、我国音像行业发展的建议

三、音像游商、地摊和无证照经营场所的存在原因及对策建议

第十三章 2013-2017年行业投资战略研究分析

第一节 国内唱片业风险投资形势分析

第二节 金融危机下音像制品发展与投资策略分析

一、对症下药

二、程序科学

三、控制成本

四、以市场为中心

五、讲求效益

六、可持续发展

七、遵守法律

第三节 中国音像制品产业投资策略分析

一、音像产业需向资本市场发展

二、中国音像制品产业应积极发展原创音乐

图表目录（部分）：

图表：2013年中国光盘复制品产量和2011年同期对比图

图表：2013年中国光盘复制品产量前5位省市对比图

图表：2013年中国光盘复制品前5位省市产量比例图

图表：2013年中国光盘复制品重点省市产量及增长率统计表

图表：2013年中国光盘复制品产量增长率排名前5位省市对比图

图表：2013年中国光盘复制品主要省份产量比重统计表

图表：2013年中国光盘复制品市场集中度和2011年同期对比图

图表：2006-2013年中国音像录制媒体进口数量分析

图表：2006-2013年中国音像录制媒体进口金额分析

图表：2006-2013年中国音像录制媒体出口数量分析

图表：2006-2013年中国音像录制媒体出口金额分析

图表：2006-2013年中国音像录制媒体进出口平均单价分析

图表：2006-2013年中国音像录制媒体进口国家及地区分析

图表：2006-2013年中国音像录制媒体出口国家及地区分析

图表：中视传媒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：中视传媒股份有限公司经营收入走势图

图表：中视传媒股份有限公司盈利指标走势图

图表：中视传媒股份有限公司负债情况图

图表：中视传媒股份有限公司负债指标走势图

图表：中视传媒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：中视传媒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：上海新华传媒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：上海新华传媒股份有限公司经营收入走势图

图表：上海新华传媒股份有限公司盈利指标走势图

图表：上海新华传媒股份有限公司负债情况图

图表：上海新华传媒股份有限公司负债指标走势图

图表：上海新华传媒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：上海新华传媒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司主要经济指标走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司经营收入走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司盈利指标走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司负债情况图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司负债指标走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司运营能力指标走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司成长能力指标走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司经营收入走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司盈利指标走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司负债情况图

图表：湖南电广传媒股份有限公司负债指标走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：北京赛迪传媒投资股份有限公司主要经济指标走势图

图表：北京赛迪传媒投资股份有限公司经营收入走势图

图表：北京赛迪传媒投资股份有限公司盈利指标走势图

图表：北京赛迪传媒投资股份有限公司负债情况图

图表：北京赛迪传媒投资股份有限公司负债指标走势图

图表：北京赛迪传媒投资股份有限公司运营能力指标走势图

图表：北京赛迪传媒投资股份有限公司成长能力指标走势图

图表：2008-2013年国内生产总值

图表：2008-2013年居民消费价格涨跌幅度

图表：2013年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2008-2013年年末国家外汇储备

图表：2008-2013年财政收入

图表：2008-2013年全社会固定资产投资

图表：2013年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2013年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2013年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：略

更多图表详见正文……

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitaxiuxian1302/W4504349GE.html>