

# 中国音像制品市场专项调研及盈利空间预测报告 (2012-2016)

报告大纲

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国音像制品市场专项调研及盈利空间预测报告（2012-2016）》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://baogao.chinabaogao.com/yinxiang/138834138834.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

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。改革开放30年来，我国音像业不断发展壮大，已经从1978年前的1家音像出版单位，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。

进入21世纪以来，我国音像制品出版呈加速发展态势。由于录像制品出版数量的快速增长，带动整个音像制品出版数量的大幅增长，整个音像出版业品种、数量和出版发行总金额都在快速增长。

2010年全国共有音像制品出版单位374家，共出版录音制品10639种，出版数量2.39亿盒（张），发行数量2.57亿盒（张），发行总金额12.08亿元；共出版录像制品10913种，出版数量1.85亿盒（张），发行数量1.19亿盒（张），发行总金额8.05亿元。国内音像制品市场发展呈现两极分化，传统音像市场持续低迷，数字音像市场则实现井喷式增长。

当前我国音像业正处于变革转型期，改革是推动音像业发展的必由之路。2011年3月19日，国务院公布新修订的《音像制品管理条例》，明确国务院出版行政主管部门负责全国音像制品的出版、制作、复制、进口、批发、零售和出租的监督管理工作。这意味着原来由出版和文化两部门主管音像制品的体制谢幕。未来我国音像制品行业机遇与挑战并存。

中国报告网发布的《中国音像制品市场专项调研及盈利空间预测报告（2012-2016）》共十三章。首先介绍了中国音像制品行业的概念，接着分析了中国音像制品行业发展环境，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。

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。

### 报告目录

#### 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、2011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、2011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、2011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、2012-2016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 我国各地方音像制品市场整顿情况

- 一、北京市音像制品市场整顿情况
- 二、河南省音像制品市场整顿情况
- 三、广东省音像制品市场整顿情况
- 四、广西北海市音像制品市场整顿情况
- 五、江西鹰潭市音像制品市场整顿情况
- 六、甘肃省音像制品市场整顿情况
- 七、大连市音像制品市场整顿情况

## 第五章 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

## 第六章 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、2012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、2012年全球数字收音机市场需求分析
- 六、到2012年数字卫星收音机发展预测
- 七、2012年全球车载数字收音机市场产量分析

### 第二节 组合音响

- 一、2012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、2011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、2012-2016年我国数字电视机市场发展预测

## 第七章 我国音像制品重点企业分析

### 第一节 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

#### 第二节 俏佳人传媒

##### 一、集团介绍

##### 二、俏佳人传媒音像的发展历程

##### 三、俏佳人传媒海外市场的发展

#### 第三节 三辰卡通集团

##### 一、集团简介

##### 二、企业制作基地介绍

##### 三、企业品牌发展分析

#### 第四节 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

### 第八章 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

### 第九章 音像制品行业投资环境分析

#### 第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国宏观经济发展预测分析

#### 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

### 第十章 2012-2016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

#### 第十一章 2012-2016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

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinxiang/138834138834.html>