

2012-2016年中国音像制品 行业市场运营状况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

《2012-2016年中国音像制品行业市场运营状况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/jiaoyu1209/0575045TDI.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】2012-09-06

【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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国音像制品行业市场运营状况分析与投资前景研究报告》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。

通过《2012-2016年中国音像制品行业市场运营状况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。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。

第一章 新能源相关概述

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、项目管理制度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

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/jiaoyu1209/0575045TDI.html>