

2012-2016年中国音像制品 行业现状分析及投资前景研究报告

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现状分析及投资前景研究报告》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/jiaoyu1203/B2382715D9.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】2012-03-31

【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现状分析及投资前景研究报告》共十一章。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《2012-2016年中国音像制品行业现状分析及投资前景研究报告》，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。

音像制品是指录有内容的录音带、录像带、唱片、激光唱盘和激光视盘等。近年来中国电影逐渐走上了商业化、娱乐化的大众路线，随后发行的电影VCD、DVD等一系列音像产品随着影片的大受欢迎而成为音像制品的领头军。同时音像制品市场还出现了一些关于健身塑体、瑜伽练习、婴幼儿教育、商业讲座、文化论坛等一系列科普知识类音像制品。经过多年的努力，中国音像制品正朝着以规模扩张、结构调整、市场整合为主要特征并以民营音像企业为主导的方向发展。

第一章 音像业的概述

第一节 音像业基础阐述

一、音像产业亮点分析

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形势

第三节 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 2011-2012年全球音像市场运行态势分析

第一节 2011-2012年世界音像制品行业运行环境浅析

第二节 2011-2012年世界音像制品行业市场发展格局

一、世界音像制品市场特征分析

二、国外网上电影租赁业发展迅猛

三、世界音像制品市场发展动态分析

第三节 2011-2012年世界音像制品市场销量情况分析

一、全球唱片销量情况

二、全球磁带库市场销量统计和预测

三、蓝光光盘全球销量逆市上升

四、全球盗版光盘销量分析

第四节 2011-2012年世界主要国家音像制品运行分析

一、美国的视听产业运行走势分析

二、日本唱片市场的规模分析

第五节 2012-2016年世界音像制品行业发展趋势分析

第三章 2011-2012年中国音像制品市场整体运行新形势透析

第一节 2011-2012年中国音像制品业现状综述

一、我国唱片业和录像业迎来全面发展时期

二、音像业的规模迅速扩大

三、音像业结构调整透析

四、中国音像制品涉及领域透析

第二节 2011-2012年中国音像制品知识产权保护分析

一、国内音像制品知识产权保护进步明显

二、中国承诺进一步加强音像业知识产权保护

三、中国积极开展音像制品知识产权保护专项行动

四、中国文化部加强保护音像制品知识产权的对外宣传

五、国内10年间收缴各类盗版音像制品8亿多件

六、2011-2012年中国抑制音像盗版的新思路

第三节 2011-2012年中国音像制品业面临的新机遇与挑战

第四章 2011-2012年中国音像制品细分领域运行分析

第一节 2011-2012年中国唱片行业发展分析

- 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、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

第二节 2011-2012年中国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、数字音乐给音乐产业带来未来的机会
- 五、数字音乐市场发展前景
- 六、未来数字音乐竞争模式
- 七、2012-2016年中国数字音市场预测

第五章 2011-2012年中国音像制品的区域市场和市场整顿情况

第一节 2011-2012年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、甘肃省音像制品市场发展情况
- 三、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 2011-2012年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

第六章 2011-2012年中国主要音像制品设备产业运行分析

第一节 录放音机和收音机

一、我国录放音机供货情况

二、收音机产业和市场的发展情况

三、收音机市场新动向

四、数字卫星收音机发展预测

第二节 组合音响

一、我国组合音响产量情况

二、我国各地组合音响市场价格同比分析

三、我国唱盘、唱机、盒式磁带放声机等声音重放设备进出口情况

四、未来组合音响的发展趋势

第三节 DVD机和电视机

一、碟机市场的主流DVD发展状况

二、蓝光DVD面临发展面临的困局

三、便携DVD发展机遇

四、金融危机下DVD市场与电影业发展分析

五、我国电视机的产量情况

六、未来中国电视机市场发展趋势

七、全球OLED电视机市场预测

八、2012-2016年我国数字电视机市场发展预测

第七章 2011-2012年中国音像制品行业竞争新格局透析

第一节 2011-2012年中国音像制品业竞争总况

一、音像制品市场竞争白热化

二、盗版音像制品充斥市场

第二节 2011-2012年中国音像制品业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 2011-2012年中国音像制品竞争策略分析

第四节 2012-2016年中国音像制品竞争趋势分析

第八章 2011-2012年中国音像制品重点企业竞争力对比分析

第一节 中视传媒股份有限公司（600088）

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（600825）

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（600037）

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（000917）

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（000504）

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历程

三、俏佳人传媒海外市场的发展

第八节 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

五、俏佳人集团公司

六、吉神文化传播公司

七、华视伟业文化发展有限公司

八、丽声公司

九、广东飞仕影音有限公司

第九章 2012-2016年中国音像制品业发展趋势和对策

第一节 2012-2016年中国音像制品业发展趋势探析

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、2011-2012年中国无线音乐市场发展趋势

第二节2012-2016年中国音像制品发展策略与出路

一、数字

二、独立

三、演出

四、出版

第三节2012-2016年中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、音像市场“打建并举”

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、保护知识产权

九、多元化战略拓展生存空间

十、大力开发原创产品

第四节2012-2016年中国音像企业发展战略分析

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

第十章 2011-2012年中国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2011-2012年中国音像制品市场政策环境分析

一、中国文化产量振兴与调整规划要点解析

二、七大措施搞活流通扩大消费政策解析

三、音像制品增值税费管理政策

四、《音像制品制作管理规定》

五、关于促进我国音像业健康有序发展的若干意见

六、音像制品其它地方政策法规

第三节2011-2012年中国音像制品市场社会环境分析

一、人们业余文化生活日渐丰富

二、居民消费观念

第十一章 2012-2016年中国音像制品行业投资战略研究

第一节2012-2016年中国音像制品行业投资机会分析

一、中国音像制品业投资热点分析

二、教育音像制品数字化蕴藏百亿商机

第二节2012-2016年中国音像制品行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

第三节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：部分国家通过互联网下载的DVD音像占有所有DVD音像制品的比重

图表：国产音像制品成品出口情况

图表：国产音像制品版权贸易方面出口情况

图表：国产音像制品出口类型所占比重

图表：中国教育类音像制品在音像制品中的比重

图表：教育音像出版单位在音像出版单位中的比重

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：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年年末国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2011年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：略……

更多图表见报告正文

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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/jiaoyu1203/B2382715D9.html>