

2007-2008年中国音像制品 市场研究发展分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2007-2008年中国音像制品市场研究发展分析报告》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.cction.com/report/200806/1718.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

第一章、音像制品发展外部环境分析

第一节、中国文化产业的发展

- 一、2006年中国文化产业发展的总体态势
- 二、中国文化产业发展存在的问题分析
- 三、制约文化产业可持续发展的主要问题
- 四、中国文化产业的发展建议与方向

第二节、无线音乐的发展

- 一、全球无线音乐业务发展透析
- 二、2006年中国无线音乐市场的概况
- 三、无线音乐产业结构还需磨合
- 四、中国无线音乐市场前景广阔

第三节、数字音乐对音像制品发展的冲击

- 一、数字化对中国音像制品业的影响
- 二、数字音乐销售剧增与传统音像品销售同期下滑
- 三、数字音乐重组音像制品出版产业链
- 四、传统音像制品业面临数字音乐挑战
- 五、数字化、高清化是未来音像的转型方向

第二章、音像制品产业的发展

第一节、国际音像制品发展概述

- 一、国外音像产业发展的背景
- 二、国际音像产业对经济增长的带动作用
- 三、世界音像产业发展的有效经验
- 四、世界主要国家音像制品业的发展

第二节、中国音像制品产业的发展

- 一、中国音像制品发展的国际环境
- 二、中国音像业发展回顾
- 三、中国对音像制品实行优惠税率政策

第三节、音像制品产业面临的问题

- 一、国内音像文化制品难以打开美国主流市场
- 二、中国音像制品产业面临的危机

三、音像制品业发展的五大瓶颈

第四节、音像制品产业发展对策

一、中国音像制品业发展策略

二、音像制品应加强原创与提高质量

三、音像出版社产业化发展的五种对策

第三章、中国音像制品市场分析

第一节、中国音像制品市场概况

一、中国音像制品市场的概述

二、中国音像市场细分

三、音像制品市场走大众化路线

第二节、2003-2006年音像制品市场发展分析

一、2003年国内音像市场的发展状况

二、2004年中国音像市场十件大事的综述

三、2005年音像制品市场的发展

四、2006年中国音像制品市场发展概况

第三节、中国音像制品市场面临的问题

一、中国音像制品市场问题分析

二、音像市场管理中存在的问题

三、音像市场上经销商抽逃资金

四、压缩光盘冲击音像市场

第四节、中国音像制品市场的发展对策

一、音像制品市场从八方面建立长效管理机制

二、教育音像产品市场的发展对策

三、音像制品市场应大力发展电子商务

第四章、唱片市场

第一节、国际唱片市场

一、全球唱片市场的特征

二、日本单曲唱片市场概况

三、2007年一季度美国CD销售下滑

第二节、中国唱片市场

- 一、国外唱片公司关注中国唱片市场
- 二、中国唱片市场的三股势力
- 三、2006年中国唱片市场销售情况
- 四、发烧唱片的发展

第三节、唱片市场发展存在的问题

- 一、全球CD唱片盗版严重
- 二、国内唱片市场存在的问题
- 三、网络音乐冲击唱片市场
- 四、中国唱片市场发展形势严峻

第四节、唱片市场发展对策与趋势

- 一、解决唱片盗版问题的建议
- 二、国内唱片市场将出现新气象
- 三、中国唱片市场发展的趋势

第五章、电子出版物

第一节、电子出版物发展的相关概述

- 一、多媒体电子出版物的介绍
- 二、电子出版物与传统出版物相比之优势
- 三、电子出版物整体发展环境综述

第二节、电子出版物的发展概况

- 一、国外电子出版物的现状
- 二、中国电子出版物的发展概况
- 三、全息电子出版物的发展

第三节、中国电子出版物发展的问题

- 一、中国电子出版物产业发展的难题
- 二、国内电子出版物市场发展的的问题
- 三、中国电子出版中相当数量的产品存在明显不足

第四节、中国电子出版物的发展策略和趋势

- 一、中国电子出版物的发展措施
- 二、中国发展电子出版物的对策
- 三、多媒体电子出版物的发展探讨
- 四、电子出版物未来的发展趋势

第六章、广东音像制品的发展

第一节、广东音像制品发展概况

- 一、广东音像制品市场发展回顾
- 二、中国8成音像制品是广东制造
- 三、广东音像制品出口简述
- 四、2006年前10个月广东音像制品的发展

第二节、广东省音像制品发展存在的问题

- 一、广东音像市场存在的主要问题
- 二、广东省音像制品出口下降的原因

第三节、广东音像制品的发展策略与趋势

- 一、促进广东音像产业发展的措施
- 二、广东音像制品的具体发展思路
- 三、广东音像市场发展趋势分析

第七章、中国其它区域音像制品的发展

第一节、北京

- 一、第一批纳入北京市出版工程的音像制品
- 二、北京严厉打击非法音像制品
- 三、北京市实行音像制品统一进货
- 四、北京音像行业将建零售商诚信评估体系

第二节、上海

- 一、上海市音像制品批发交易市场概况
- 二、2006年上海音像电子网络出版简述
- 三、2007年一季度上海整治非法音像制品成果

第三节、江苏

- 一、江苏音像制品正版率高
- 二、江苏违法音像制品整治活动概况
- 三、江苏省治理盗版音像制品工作

第四节、其它地区

- 一、浙江省音像制品的经营方向
- 二、山东音像制品市场建设成音像界榜样
- 三、辽宁正版音像制品越做越大

第八章、中国音像制品进出口分析

第一节、中国音像制品进出口概况

一、中国音像制品进口的回顾

二、国内音像制品出口的发展历程

三、中国音像制品出口的内容变化

四、中国音像制品出口权全面放开

五、中国国产音像制品出口

第二节、2001-2006年中国已灌（录）信息的唱片、磁带及其它媒体进出口数据

一、2001-2006年中国已灌（录）信息的唱片、磁带及其它媒体进出口总体数据分析

二、2005-2006年中国已灌（录）信息的唱片、磁带及其它媒体主要省市进出口的数据分析

三、2005-2006年中国已灌（录）信息的唱片、磁带及其它媒体进出口主要国家和地区的数据分析

第三节、中国音像制品进出口面临的问题

一、阻碍中国音像制品出口的四大瓶颈

二、影响音像制品出口的主要问题

三、中国音像制品进口审查工作存在的问题

四、国产音像制品现存的主要问题

第四节、中国音像制品进出口策略

一、国内音像制品进口审核问题的发展建议

二、中国音像制品出口之对策

三、对中国音像制品出口思考

四、推动音像制品出口政策建议

第九章、重点企业

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

第三节、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

第十章、音像制品知识产权概述

第一节、音像制品知识产权保护概况

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

第二节、音像制品盗版问题的分析

一、国内10年间收缴各类盗版音像制品8亿多件

二、中国音像制品盗版存在的原因

三、音像制品盗版屡禁不绝的根由

四、音像制品知识产权保护遭遇五大问题

五、农村音像制品盗版市场值得关注

第三节、治理音像制品盗版的对策分析

一、音像制品盗版的治本对策

二、对控制音像市场盗版的建议

三、中国音像制品盗版的治理对策

四、抑制音像盗版的新思路

第十一章、音像制品的租赁市场

第一节、音像制品租赁的发展状况

一、全球最大音像出租连锁店已退出香港市场

二、国外网上电影租赁业发展迅猛

三、中国列车上已停止音像制品租售

第二节、中国部份地区音像制品的租赁市场

一、湖北省提高音像制品租售准入门槛

二、广西西宁市音像制品出租价格不合理

三、合肥市音像租赁业市场经营形势浅析

第三节、音像制品租赁面临的问题与发展对策

一、网络冲击音像制品出租店

二、会员租赁有待市场考验

三、租赁是中国音像行业发展的重要策略

第十二章、音像制品投资分析

第一节、投资背景

一、国产音像制品全力开拓国际市场

二、中国音像制品投资环境

三、中国音像制品投资优势

第二节、投资机会

一、数字化为音像业带来更多机遇

二、数字音像市场机会空间大

三、农村音像制品市场空间大

第三节、投资风险

一、音像制品产业风险性分析

二、音像制品产业遭遇手机、网络挑战

三、中国正版音像制品发展艰难

第四节、投资策略

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

第十三章、音像制品的前景及趋势

第一节、音像制品的前景趋势

一、音像制品海外市场大

二、音像制品全球化趋势

三、网络时代音像制品产业的发展新方向

四、2007年中国音像产业的展望

第二节、中国教育类音像制品的前景

一、教育音像制品数字化蕴藏百亿商机

二、教育类音像制品市场前景广阔

三、胎教音像制品受青睐

第十四章、音像制品业相关政策法规

第一节、国家政策法规

一、《音像制品管理条例》

二、《音像制品出版管理规定》

三、《音像制品批发、零售、出租管理办法》

四、《音像制品内容审查办法》

五、《音像制品进口管理办法》

六、《国产音像制品出口专项资金管理办法》

七、《音像制品条码实施细则》

第二节、地方政策法规

一、《广东省音像制品制作管理暂行办法》

二、《北京市音像制品管理条例》

三、《上海市音像制品管理条例》

四、《江苏省音像制品经营单位审批管理办法》

图表目录：

图表1 2003-2005年中国无线音乐部分业务的年综合增长情况

图表2 1994-2002中国音像业年发行总金额

图表3 2001年音像各载体市场份额

图表4 2002年音像各载体市场份额

图表5 2003-2005年中国音像制品发行情况

图表6 2005年中国音像制品发行情况

图表7 2005年几种音像制品增长情况

图表8 2004年部分发达国家CD所占市场份额

图表9 2004年中国音频节目不同类别音像制品所占比重

图表10 2004年中国视频节目不同类别音像制品所占比重

图表11 1994年-2003中国音像业年发行品种和数量

- 图表12 1994年-2003中国音像业年发行总金额
- 图表13 2002年音像业发行数量、金额国际比较
- 图表14 1997-2003年盒带发行品种数量统计（1999年以后包括其中引进品种数量）
- 图表15 1997年-2003年CD发行品种数量统计（1999年以后包括其中引进品种数量）
- 图表16 1997年-2003年录像带发行品种数量统计
- 图表17 1997年-2003年VCD发行品种数量统计（1999年以后包括其中引进品种数量）
- 图表18 1997年-2003年DVD发行品种数量统计（包括其中引进品种数量）
- 图表19 1997年-2003年电子出版物发行品种数量统计
- 图表20 2000年-2003年音像制品平均价格
- 图表21 2002年世界部份国家和地区唱片人均购买力
- 图表22 1997年-2003年中国人均购买音像制品统计
- 图表23 2002-2004年中国音像商务网国产音像制品向海外销售情况
- 图表24 2002-2004年卓越网国产音像制品向海外销售增长情况
- 图表25 2006年1-11月份中国传统音像制品销售情况
- 图表26 2003-2006年1-11月中国向各音像出版发行单位发放音像制品防伪标识数量
- 图表27 2003-2005年中国移动音乐市场规模
- 图表28 2006年唱片公司唱片销量占中国唱片市场的比重
- 图表29 世界部份国家盗版CD在CD市场中所占的比重
- 图表30 2005-2006广东省音像制品出口情况
- 图表31 2006年7-9月广东省音像制品销售量与上年同比增长率
- 图表32 2006年中国非法光盘生产线分布情况
- 图表33 2006年广东省已投产光盘复制企业情况
- 图表34 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35 国产音像制品成品出口情况
- 图表36 国产音像制品版权贸易方面出口情况
- 图表37 国产音像制品出口类型所占比重
- 图表38 2001-2006年中国已灌（录）信息的唱片、磁带及其它媒体进口的总值
- 图表39 2001-2006年中国已灌（录）信息的唱片、磁带及其它媒体出口的总值
- 图表40 2005年1-12月中国已灌（录）信息的唱片、磁带及其它媒体主要省市进口的数据
- 图表41 2005年1-12月中国已灌（录）信息的唱片、磁带及其它媒体主要省市出口的数据
- 图表42 2006年1-12月中国已灌（录）信息的唱片、磁带及其它媒体主要省市进口的数据
- 图表43 2006年1-12月中国已灌（录）信息的唱片、磁带及其它媒体主要省市出口的数据

图表44 2005年1-12月中国已灌（录）信息的唱片、磁带及其它媒体进口主要国家和地区的数据

图表45 2005年1-12月中国已灌（录）信息的唱片、磁带及其它媒体出口主要国家和地区的数据

图表46 2006年1-12月中国已灌（录）信息的唱片、磁带及其它媒体进口主要国家和地区的数据

图表47 2006年1-12月中国已灌（录）信息的唱片、磁带及其它媒体出口主要国家和地区的数据

图表48 中国教育类音像制品在音像制品中的比重

图表49 教育音像出版单位在音像出版单位中的比重

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1718.html>