



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2018-2024年中国音像制品行业 市场发展现状调研及投资趋势前 景报告

# 一、调研说明

《2018-2024年中国音像制品行业市场发展现状调研及投资趋势前景报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/290824.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.com)

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

报告目录：

第一章 2015-2017年中国音像制品发展外部环境分析

第一节 2015-2017年中国文化产业的发展

- 一、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 2015-2017年中国无线音乐的发展分析

- 一、全球无线音乐业务发展透析
- 二、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 2015-2017年中国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 2015-2017年世界音像制品产业运行状况分析

第一节 2015-2017年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 2015-2017年国际唱片市场分析

- 一、全球唱片市场的特征
- 二、日本单曲唱片市场概况
- 三、美国唱片销量分析

第三节 2018-2024年世界音像制品产业发展趋势分析

第三章 2015-2017年中国音像制品产业运行环境分析

## 第一节 2015-2017年中国音像制品产业政策分析

- 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》
- 八、地方政策法规

## 第二节 2015-2017年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入分析
- 三、全社会固定资产投资分析
- 四、进出口总额及增长率分析
- 五、社会消费品零售总额

## 第三节 2015-2017年中国音像制品产业社会环境分析

## 第四章 2015-2017年中国音像制品产业发展形势分析

### 第一节 2015-2017年中国音像制品产业的发展分析

- 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

### 第二节 2015-2017年音像制品产业面临的问题分析

- 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

### 第三节 2015-2017年中国音像制品产业发展对策分析

- 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

## 第五章 2015-2017年中国音像制品市场动态分析

### 第一节 2015-2017年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 2015-2017年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

## 第三节 2015-2017年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

## 第六章 2015-2017年中国光盘复制品产量数据统计分析

### 第一节 2015-2017年中国光盘复制品产量数据分析

#### 一、2015-2017年全国光盘复制品产量数据分析

#### 二、2015-2017年光盘复制品重点省市数据分析

### 第二节 2017年中国光盘复制品产量数据分析

#### 一、2017年全国光盘复制品产量数据分析

#### 二、2017年光盘复制品重点省市数据分析

### 第三节 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

## 第七章 2015-2017年中国唱片市场运行态势分析

### 第一节 2015-2017年中国唱片市场分析

#### 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、中国唱片市场销售情况

#### 四、发烧唱片的发展

### 第二节 2015-2017年中国唱片市场发展存在的问题分析

#### 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

### 第三节 2015-2017年中国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

## 第八章 2015-2017年中国电子出版物产业市场走势解析

### 第一节 2015-2017年中国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 2015-2017年中国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 2015-2017年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 2018-2024年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

## 第九章 2015-2017年广东音像制品产业运行局势分析

### 第一节 2015-2017年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、2017年前广东音像制品的发展

### 第二节 2015-2017年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 2015-2017年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

第十章 2015-2017年中国其它区域音像制品的发展走势分析

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、上海音像电子网络出版简述

三、上海严查恐怖灵异类音像制品

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

第十一章 2015-2017年中国音像制品进出口贸易分析

第一节 2015-2017年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 2015-2017年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

#### 第三节 2015-2017年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

#### 第十二章 2015-2017年中国音像制品知识产权概述

##### 第一节 2015-2017年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 2015-2017年中国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 2015-2017年中国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

#### 第十三章 2015-2017年中国音像制品的租赁市场动态分析

##### 第一节 2015-2017年工作音像制品租赁的发展状况分析

##### 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 2015-2017年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 2018-2024年中国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

### 第十四章 音像制品重点企业运行态势分析

#### 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

## 第十五章 2018-2024年中国音像制品的前景及趋势分析

### 第一节 2018-2024年中国音像制品的前景趋势分析

#### 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、2018-2024年中国音像产业的展望

### 第二节 2018-2024年中国教育类音像制品的前景分析

#### 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

## 第十六章 2018-2024年中国音像制品产业投资机会与风险分析(AK HT)

### 第一节 2018-2024年中国音像制品产业投资背景

- 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 2018-2024年中国音像制品产业投资机会

- 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 2018-2024年中国音像制品产业投资风险

- 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 2018-2024年中国音像制品产业投资策略

- 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

#### 图表目录：

图表：2015-2017年中国无线音乐部分业务的年综合增长情况

图表：2015-2017年中国音像业年发行总金额

图表：2016年音像各载体市场份额

图表：2017年音像各载体市场份额

图表：2015-2017年中国音像制品发行情况

图表：2017年中国音像制品发行情况

图表：2017年几种音像制品增长情况

图表：2017年部分发达国家CD所占市场份额

图表：2017年中国音频节目不同类别音像制品所占比重

图表：2017年中国视频节目不同类别音像制品所占比重

图表：2015-2017年中国音像业年发行品种和数量

图表：2015-2017年中国音像业年发行总金额

图表：2017年音像业发行数量、金额国际比较

图表：2015-2017年盒带发行品种数量统计

图表：2015-2017年CD发行品种数量统计

图表：2015-2017年录像带发行品种数量统计

图表：2015-2017年VCD发行品种数量统计

图表：2015-2017年DVD发行品种数量统计（包括其中引进品种数量）

图表：2015-2017年电子出版物发行品种数量统计

图表：2000-2017年音像制品平均价格

图表：2017年世界部份国家和地区唱片人均购买力

图表：2015-2017年中国人均购买音像制品统计

图表：2002-2017年中国音像商务网国产音像制品向海外销售情况

图表：2002-2017年卓越网国产音像制品向海外销售增长情况

图表：2017年中国传统音像制品销售情况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/290824.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数

据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。