

2024-2030年中国音像制品 市场深度评估与发展趋势研究报告

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

《2024-2030年中国音像制品市场深度评估与发展趋势研究报告》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.cction.com/report/202310/412591.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

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。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。近年来，中国音像制品逐渐走上了商业化、娱乐化的大众路线，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关于婴幼儿教育、商业讲座、文化论坛等一系列科普知识类产品。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，以民营音像企业为主导的方向发展。

2020年，全国共出版图书、期刊、报纸、音像制品和电子出版物417.51亿册（份、盒、张），较2019年降低7.36%。其中，出版图书103.74亿册（张）、期刊20.35亿册、报纸289.14亿份、音像制品1.75亿盒（张）、电子出版物2.53亿张，较2019年均有所下降。截至2020年年底，全国共有音像制品出版单位381家，电子出版物出版单位316家。2020年，全国共出版录音制品5312种，12194.67万盒（张）。与上年相比，品种降低19.16%，出版数量降低27.98%。2020年，全国共引进图书、音像制品和电子出版物版权14185项，输出图书、音像制品和电子出版物版权13895项。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国音像制品市场深度评估与发展趋势研究报告》共九章。首先介绍了音像制品业发展的外部环境，接着分析了音像制品业的发展概况，并具体分析了唱片市场和电子出版物市场的发展。随后，报告对音像制品的进出口数据和重点企业运营状况进行了分析，并介绍了音像制品知识产权保护情况。最后，报告对中国音像制品行业投资潜力及发展前景进行了分析和预测，还详细列明了与音像制品市场密切相关的政策和法规。本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、文旅部、国家新闻出版署、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对音像制品市场有个系统深入的了解、或者想投资音像制品业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 2021-2023年音像制品发展外部环境分析

1.1 中国文化产业的发展

- 1.1.1 文化产业发展总体态势
- 1.1.2 文化产业发展制约因素
- 1.1.3 文化产业发展的政策建议
- 1.1.4 文化产业发展目标与战略
- 1.2 行业发展的政策环境
 - 1.2.1 我国发布音像（电子）出版业体制改革实施方案
 - 1.2.2 《复制管理办法》对音像出版业的影响
 - 1.2.3 我国已制定发行音像制品等七项标准
 - 1.2.4 新闻出版总署规划三个国家级音乐出版基地
- 1.3 数字音乐对音像制品发展的冲击
 - 1.3.1 数字音乐的定义及优点
 - 1.3.2 数字音乐当前发展概况
 - 1.3.3 数字音乐迅猛发展对音乐市场的影响
 - 1.3.4 数字化对中国音像制品业的影响
 - 1.3.5 数字音乐重组音像制品出版产业链

第二章 2021-2023年音像制品产业的发展

- 2.1 音像制品相关概述
 - 2.1.1 音像产业解释
 - 2.1.2 音像制品定义
 - 2.1.3 音像出版概念
 - 2.1.4 音像电子出版介绍
- 2.2 中国音像业发展的主要阶段
 - 2.2.1 快速发展和扩张阶段
 - 2.2.2 产业形成阶段
 - 2.2.3 相对平稳发展阶段
 - 2.2.4 转型变革阶段
- 2.3 2021-2023年中国音像制品产业发展现状
 - 2.3.1 我国音像制品产业发展回顾
 - 2.3.2 音像制品行业发展的特点分析
 - 2.3.3 国内音像制品业进入变革转型期
 - 2.3.4 我国音像制品出版选题综述

- 2.3.5 中国音像制品出版量
- 2.4 音像制品产业面临的问题
 - 2.4.1 中国音像制品产业面临的危机
 - 2.4.2 我国音像制品行业发展面临的挑战
 - 2.4.3 国内音像制品行业存在的问题
 - 2.4.4 我国传统音像制品市场遭遇数码产品冲击
- 2.5 音像制品产业发展对策
 - 2.5.1 破解音像制品出版产业困局的方法
 - 2.5.2 推动音像制品行业健康发展的措施
 - 2.5.3 中国音像制品业发展策略
 - 2.5.4 音像出版社产业化发展的五种对策
 - 2.5.5 音像制品应对网络时代挑战的对策

第三章 2021-2023年唱片市场分析

- 3.1 2021-2023年国际唱片市场
 - 3.1.1 国际唱片市场特征
 - 3.1.2 国际唱片业的市场运作
 - 3.1.3 全球唱片销售概况
 - 3.1.4 英国唱片销售状况
 - 3.1.5 美国唱片市场销量情况
- 3.2 2021-2023年中国唱片市场
 - 3.2.1 中国唱片市场概况
 - 3.2.2 发烧唱片发展简述
 - 3.2.3 中国唱片市场特征
 - 3.2.4 中国唱片市场态势
- 3.3 唱片市场发展存在的问题
 - 3.3.1 实体唱片衰落盗版市场猖獗
 - 3.3.2 网络音乐冲击唱片市场
 - 3.3.3 录音制作权缺失削弱唱片业发展动力
 - 3.3.4 唱片业发展面临的三大挑战
- 3.4 唱片市场发展对策与趋势
 - 3.4.1 解决唱片盗版问题的建议

3.4.2 国内唱片市场将出现新气象

3.4.3 我国唱片市场发展的趋势

第四章 2021-2023年电子出版物行业分析

4.1 电子出版物发展的相关概述

4.1.1 多媒体电子出版物的介绍

4.1.2 电子出版物与传统出版物相比之优势

4.1.3 电子出版物整体发展环境综述

4.2 2021-2023年电子出版物发展现状

4.2.1 国外电子出版物的现状

4.2.2 我国电子出版物的发展概况

4.2.3 全息电子出版物的发展

4.3 电子出版物版权分析

4.3.1 电子出版物版权纠纷思考

4.3.2 中华书局诉汉王电子出版物侵权案分析

4.3.3 国外电子出版物呈缴机制可供借鉴

4.4 中国电子出版物发展的问题

4.4.1 我国电子出版物产业发展的难题

4.4.2 国内电子出版物市场发展的的问题

4.4.3 我国电子出版中相当数量的产品存在明显不足

4.5 中国电子出版物的发展策略和趋势

4.5.1 我国电子出版物的发展措施

4.5.2 我国发展电子出版物的对策

4.5.3 多媒体电子出版物的发展探讨

4.5.4 电子出版物未来的发展趋势

第五章 2021-2023年音像制品行业进出口数据分析

5.1 2021-2023年中国已录制唱片进出口数据分析

5.1.1 进出口总量数据分析

5.1.2 主要贸易国进出口情况分析

5.1.3 主要省市进出口情况分析

5.2 2021-2023年中国未录制唱片进出口数据分析

- 5.2.1 进出口总量数据分析
- 5.2.2 主要贸易国进出口情况分析
- 5.2.3 主要省市进出口情况分析

第六章 2021-2023年音像制品行业重点企业分析

6.1 中国国际电视总公司

- 6.1.1 公司简介
- 6.1.2 国际电视总公司拓展境外高端音像市场
- 6.1.3 以合作方式进军美国音像制品市场

6.2 中国唱片总公司

- 6.2.1 公司简介
- 6.2.2 中国唱片公司SKCD横空出世
- 6.2.3 公司将传统老唱片进行数字化市场推广
- 6.2.4 中唱公司在改革重组中开创未来

6.3 北京沃勤音像有限公司

- 6.3.1 公司简介
- 6.3.2 北京沃勤音像有限公司发展优势
- 6.3.3 沃勤音像公司逆市发展策略分析

6.4 广东中凯文化发展有限公司

- 6.4.1 公司简介
- 6.4.2 中凯精品战略成效回顾
- 6.4.3 中凯文化音像业维权之路概述

6.5 俏佳人传媒股份有限公司

- 6.5.1 公司简介
- 6.5.2 俏佳人传媒海外市场发展回顾
- 6.5.3 俏佳人传媒音像市场开拓概况
- 6.5.4 俏佳人音像制品市场发展经验

6.6 上海新汇文化娱乐集团

- 6.6.1 公司简介
- 6.6.2 新汇集团音像制品市场开拓状况
- 6.6.3 新汇集团音像产品走出去成果显著

第七章 2021-2023年音像制品知识产权概述

7.1 音像制品知识产权保护概况

7.1.1 国内音像制品知识产权保护进步明显

7.1.2 中国承诺进一步加强音像业知识产权保护

7.1.3 中国积极开展音像制品知识产权保护专项行动

7.1.4 中国文化部加强保护音像制品知识产权的对外宣传

7.2 音像制品盗版问题的分析

7.2.1 中国音像制品盗版存在的原因

7.2.2 音像制品盗版屡禁不绝的根由

7.2.3 音像制品知识产权保护遭遇五大问题

7.3 治理音像制品盗版的对策分析

7.3.1 音像制品盗版的治本对策

7.3.2 对控制音像市场盗版的建议

7.3.3 中国音像制品盗版的治理措施

第八章 对音像制品行业投资分析及前景预测

8.1 音像制品投资分析

8.1.1 中国音像制品投资环境

8.1.2 中国音像制品投资优势

8.1.3 音像制品行业投资机遇

8.1.4 港澳公司将独资进入内地音像制品市场

8.2 音像制品的前景趋势

8.2.1 音像制品海外市场大

8.2.2 中国音像业发展趋向

8.2.3 未来我国音像制品发展的五大趋势

8.2.4 国家重点音像电子出版规划方向

8.2.5 对2024-2030年我国音像制品行业预测

第九章 2021-2023年音像制品业相关政策法规

9.1 国家政策法规

9.1.1 《音像制品出版管理规定》

9.1.2 《音像制品制作管理规定》

- 9.1.3 音像制品进口管理办法
- 9.1.4 新《音像制品批发零售出租管理办法》
- 9.1.5 中外合作音像制品分销企业管理办法
- 9.1.6 关于《中外合作音像制品分销企业管理办法》的补充规定
- 9.1.7 《音像制品内容审查办法》
- 9.1.8 《音像制品条码实施细则》
- 9.2 地方政策法规
 - 9.2.1 《广东省音像制品制作管理暂行办法》
 - 9.2.2 《北京市音像制品管理条例》
 - 9.2.3 《上海市音像制品管理条例》
 - 9.2.4 《江苏省音像制品经营单位审批管理办法》

图表目录

- 图表 中国数字音乐市场规模及预测
- 图表 我国出版物销售结构
- 图表 我国录音制品出版情况
- 图表 我国录像制品出版情况
- 图表 2020-2022年中国已录制唱片进出口总额
- 图表 2020-2022年中国已录制唱片进出口（总额）结构
- 图表 2020-2022年中国已录制唱片贸易顺差规模
- 图表 2020-2021年中国已录制唱片进口区域分布
- 图表 2020-2021年中国已录制唱片进口市场集中度（分国家）
- 图表 2021年主要贸易国已录制唱片进口市场情况
- 图表 2022年主要贸易国已录制唱片进口市场情况
- 图表 2020-2021年中国已录制唱片出口区域分布
- 图表 2020-2021年中国已录制唱片出口市场集中度（分国家）
- 图表 2021年主要贸易国已录制唱片出口市场情况
- 图表 2022年主要贸易国已录制唱片出口市场情况
- 图表 2020-2021年主要省市已录制唱片进口市场集中度（分省市）
- 图表 2021年主要省市已录制唱片进口情况
- 图表 2022年主要省市已录制唱片进口情况
- 图表 2020-2021年中国已录制唱片出口市场集中度（分省市）

图表 2021年主要省市已录制唱片出口情况

图表 2022年主要省市已录制唱片出口情况

图表 2020-2022年中国未录制唱片进出口总额

图表 2020-2022年中国未录制唱片进出口（总额）结构

图表 2020-2022年中国未录制唱片贸易顺差规模

图表 2020-2021年中国未录制唱片进口区域分布

图表 2020-2021年中国未录制唱片进口市场集中度（分国家）

图表 2021年主要贸易国未录制唱片进口市场情况

图表 2022年主要贸易国未录制唱片进口市场情况

图表 2020-2021年中国未录制唱片出口区域分布

图表 2020-2021年中国未录制唱片出口市场集中度（分国家）

图表 2021年主要贸易国未录制唱片出口市场情况

图表 2022年主要贸易国未录制唱片出口市场情况

图表 2020-2021年主要省市未录制唱片进口市场集中度（分省市）

图表 2021年主要省市未录制唱片进口情况

图表 2022年主要省市未录制唱片进口情况

图表 2020-2021年中国未录制唱片出口市场集中度（分省市）

图表 2021年主要省市未录制唱片出口情况

图表 2022年主要省市未录制唱片出口情况

图表 对2024-2030年中国音像制品行业录音制品出版数量预测

图表 对2024-2030年中国音像制品行业录音制品发行金额预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/412591.html>