

2019-2025年中国视觉创意行业市场发展模式调研 及投资趋势分析研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国视觉创意行业市场发展模式调研及投资趋势分析研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201806/653749.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

全球视觉创意行业在2011年的市场规模约为110亿美元，到2018年达到152亿美元，5年累计增长38.2%。其中美国企业占据多数市场份额。值得注意的是，中国视觉素材市场虽然起步比较晚，但是发展迅猛，市场前景广阔，空间巨大，近5年来市场规模年均增幅达到30%左右，是全球视觉素材行业增速最快的地区。

视觉素材行业主要受互联网、创意行业和传媒业的发展影响，其中与广告、创意设计、广电、报刊杂志、互联网新媒体等行业的发展紧密相关，随着这些下游行业的快速发展，视觉素材行业的容量将迅速扩大，行业发展已进入高速增长阶段。

若中国的图片市场规模占广告业规模的比例按2.7%来计算，2018年中国正版图片市场空间应该为186亿，到2020年正版图片市场空间预计可以达到221亿（8213亿*2.7%）。

公民维权意识提升、图片版权追踪技术的快速推进，正版化的加速将带动图片付费市场规模持续保持高增长。参考中国市场近三年30%的行业增速，我们预计到2020年中国图片版权市场将达32亿元左右。

2014-2020年图片行业规模及增速

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2019-2025年中国视觉创意行业市场发展模式调研及投资趋势分析研究报告》共十三章。首先介绍了中国视觉创意行业市场发展环境、视觉创意整体运行态势等，接着分析了中国视觉创意行业市场运行的现状，然后介绍了视觉创意市场竞争格局。随后，报告对视觉创意做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国视觉创意行业发展趋势与投资预测。您若想对视觉创意产业有个系统的了解或者想投资中国视觉创意行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章2014-2018年世界视觉创意市场发展现状分析

第一节2014-2018年世界视觉创意市场发展状况分析

一、世界视觉创意行业特点分析

二、世界视觉创意市场需求分析

第二节2014-2018年全球视觉创意市场调研

一、2014-2018年全球视觉创意需求分析

二、2014-2018年全球视觉创意产销分析

三、2014-2018年中外视觉创意市场对比

第二章我国视觉创意行业发展现状

第一节我国视觉创意行业发展现状

一、视觉创意行业品牌发展现状

二、视觉创意行业消费市场现状

三、视觉创意市场消费层次分析

四、我国视觉创意市场走向分析

第二节2014-2018年视觉创意行业发展情况分析

一、2014-2018年视觉创意行业发展特点分析

二、2014-2018年视觉创意行业发展情况

第三节2014-2018年视觉创意行业运行分析

一、2014-2018年视觉创意行业产销运行分析

二、2014-2018年视觉创意行业利润情况分析

三、2014-2018年视觉创意行业发展周期分析

四、2019-2025年视觉创意行业发展机遇分析

五、2019-2025年视觉创意行业利润增速预测

第四节对中国视觉创意市场的分析及思考

一、视觉创意市场特点

二、视觉创意市场调研

三、视觉创意市场变化的方向

我国第一部《著作权法》于1990年正式颁布施行，后在2001年和2010年进行过两次修订完善。但著作权的立法一直滞后于版权行业的发展，为了更好地解决中国面临的著作权保护突出问题，我国在2011年7月正式启动第三次《著作权法》的修改。经过多年的讨论完善，2018年2月，国务院终于形成了《著作权法（修订草案送审稿修改稿）》，递交给全国人大。

对于公众最为关心的侵权赔偿责任问题，目前的《著作权法》规定侵犯著作权的赔偿标准上限为50万元。而《著作权》的第三次修改，随着今年各方对知识产权保护呼声的持续加大，有望提速并尽快出台。根据此前国家版权局公布的修改草案，侵权赔偿标准将由原来的50万元提高到100万元。

侵犯著作权的赔偿标准及惩罚性规定	项目	原第二次法案规定	修改草案规定	赔偿标准
上限为50万	或大幅提升至100万	惩罚性赔偿	无	两次以上故意侵权处1-3倍惩罚性赔偿

数据来源：公开资料整理

互联网是图片侵权盗版的“重灾区”。自媒体、互联网公司、电商平台都是图片侵权的多发地。但随着监管层不断严打盗版侵权行为，以及公民和企业的维权意识加强，近几年图片版权诉讼案件呈现大幅增长的趋势。

2015-2018年图片版权诉讼案件数量及增长情况

数据来源：公开资料整理

2015-2018年4月平均每幅作品判赔金额及增速

数据来源：公开资料整理

四、中国视觉创意产业发展的新思路

五、对中国视觉创意产业发展的思考

第三章2014-2018年中国视觉创意市场供需分析剖析

第一节2014-2018年中国视觉创意市场动态分析

一、视觉创意行业新动态

二、视觉创意主要品牌动态

三、视觉创意行业消费者需求新动态

第二节2014-2018年中国视觉创意市场运营格局分析

一、市场供给情况分析

二、市场需求情况分析

三、影响市场供需的因素分析

第三节2014-2018年中国视觉创意市场进出口形式综述

第四节2014-2018年中国视觉创意市场价格分析

一、热销品牌产品价格走势分析

二、影响价格的主要因素分析

第四章视觉创意所属行业经济运行分析

第一节2014-2018年视觉创意所属行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2015年视觉创意所属行业主要经济指标分析

三、2018年视觉创意所属行业主要经济指标分析

第二节2014-2018年我国视觉创意所属行业绩效分析

一、2014-2018年视觉创意所属行业产销能力

二、2014-2018年视觉创意所属行业规模情况

三、2014-2018年视觉创意所属行业盈利能力

四、2014-2018年视觉创意所属行业经营发展能力

五、2014-2018年视觉创意所属行业偿债能力分析

第五章中国视觉创意行业消费市场调研

第一节视觉创意市场消费需求分析

一、视觉创意市场的消费需求变化

- 二、视觉创意行业的需求情况分析
- 三、2014-2018年视觉创意品牌市场消费需求分析
- 第二节视觉创意消费市场状况分析
 - 一、视觉创意行业消费特点
 - 二、视觉创意行业消费分析
 - 三、视觉创意行业消费结构分析
 - 四、视觉创意行业消费的市场变化
 - 五、视觉创意市场的消费方向
- 第三节不同客户购买相关的态度及影响分析
 - 一、价格敏感程度
 - 二、品牌的影响
 - 三、购买便利的影响
 - 四、广告的影响
 - 五、包装的影响
- 第四节视觉创意行业产品的品牌市场运营状况分析
 - 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
 - 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
 - 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
 - 四、消费者经常购买的品牌调查
 - 五、视觉创意行业品牌忠诚度调查
 - 六、视觉创意行业品牌市场占有率调查
 - 七、消费者的消费理念调研
- 第六章我国视觉创意行业市场运营状况分析
 - 第一节2014-2018年我国视觉创意行业市场宏观分析
 - 一、主要观点
 - 二、市场结构分析
 - 三、整体市场关注度
 - 四、厂商分析
 - 第二节2014-2018年中国视觉创意行业市场微观分析
 - 一、品牌关注度格局
 - 二、产品关注度调查
 - 三、不同价位关注度
- 第七章视觉创意行业上下游产业分析
 - 第一节上游产业分析
 - 一、发展现状

二、发展趋势预测

三、行业新动态及其对视觉创意行业的影响

四、行业竞争状况及其对视觉创意行业的意义

第二节下游产业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、行业新动态及其对视觉创意行业的影响

五、行业竞争状况及其对视觉创意行业的意义

第八章视觉创意行业竞争格局分析

第一节行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力分析

五、客户议价能力分析

第二节行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节中国视觉创意行业竞争格局综述

一、2014-2018年视觉创意行业集中度

二、2014-2018年视觉创意行业竞争程度

三、2014-2018年视觉创意企业与品牌数量

四、2014-2018年视觉创意行业竞争格局分析

第四节2014-2018年视觉创意行业竞争格局分析

一、2014-2018年国内外视觉创意行业竞争分析

二、2014-2018年我国视觉创意市场竞争分析

第九章视觉创意企业竞争策略分析

第一节视觉创意市场竞争策略分析

一、2018年视觉创意市场增长潜力分析

二、2018年视觉创意主要潜力品种分析

三、现有视觉创意市场竞争策略分析

四、潜力视觉创意竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节视觉创意企业竞争策略分析

- 一、2019-2025年中国视觉创意市场竞争趋势
- 二、2019-2025年视觉创意行业竞争格局展望
- 三、2019-2025年视觉创意行业竞争策略分析

第三节视觉创意行业发展机会分析

第四节视觉创意行业发展风险分析

第十章重点视觉创意企业竞争分析

第一节 视觉中国

- 一、企业概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、2014-2018经营状况分析
- 四、2014-2018主要经营数据指标

第二节 东方IC

- 一、企业概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、2014-2018经营状况分析
- 四、2014-2018主要经营数据指标

第三节全景视觉

- 一、企业概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、2014-2018经营状况分析
- 四、2014-2018主要经营数据指标

第四节台湾达志影像

- 一、企业概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、2014-2018经营状况分析
- 四、2014-2018主要经营数据指标

第五节 新华社

- 一、企业概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、2014-2018经营状况分析
- 四、2014-2018主要经营数据指标

第十一章视觉创意行业发展趋势分析

第一节我国视觉创意行业前景与机遇分析

- 一、我国视觉创意行业趋势预测

- 二、我国视觉创意发展机遇分析
- 三、2018年视觉创意行业的发展机遇分析
- 四、金融危机对视觉创意行业的影响分析
- 第二节2019-2025年中国视觉创意市场趋势分析
 - 一、2014-2018年视觉创意市场趋势总结
 - 二、2018年视觉创意行业发展趋势分析
 - 三、2019-2025年视觉创意市场发展空间
 - 四、2019-2025年视觉创意产业政策趋向
 - 五、2019-2025年视觉创意行业技术革新趋势
 - 六、2019-2025年视觉创意价格走势分析
 - 七、2019-2025年国际环境对视觉创意行业的影响
- 第十二章视觉创意行业发展趋势与投资规划建议研究
 - 第一节视觉创意市场发展潜力分析
 - 一、市场空间广阔
 - 二、竞争格局变化
 - 三、高科技应用带来新生机
 - 第二节视觉创意行业发展趋势分析
 - 一、品牌格局趋势
 - 二、渠道分布趋势
 - 三、消费趋势分析
 - 第三节视觉创意行业投资前景研究
 - 一、战略综合规划
 - 二、技术开发战略
 - 三、业务组合战略
 - 四、区域战略规划
 - 五、产业战略规划
 - 六、营销品牌战略
 - 七、竞争战略规划
 - 第四节对我国视觉创意品牌的战略思考
 - 一、企业品牌的重要性
 - 二、视觉创意实施品牌战略的意义
 - 三、视觉创意企业品牌的现状分析
 - 四、我国视觉创意企业的品牌战略
 - 1、要树立强烈的品牌战略意识
 - 2、选准市场定位，确定战略品牌

3、运用资本经营，加快开发速度

4、利用信息网，实施组合经营

5、实施规模化、集约化经营

五、视觉创意品牌战略管理的策略

第十三章2019-2025年视觉创意行业发展预测(ZYZF)

第一节未来视觉创意需求与消费预测

一、2019-2025年视觉创意产品消费预测

二、2019-2025年视觉创意市场规模预测

三、2019-2025年视觉创意行业总产值预测

四、2019-2025年视觉创意行业销售收入预测

五、2019-2025年视觉创意行业总资产预测

第二节2019-2025年中国视觉创意行业供需预测

一、2019-2025年中国视觉创意供给预测

二、2019-2025年中国视觉创意产量预测

三、2019-2025年中国视觉创意需求预测

四、2019-2025年中国视觉创意供需平衡预测

五、2019-2025年中国视觉创意产品价格预测

六、2019-2025年主要视觉创意产品进出口预测

第三节影响视觉创意行业发展的主要因素

一、2019-2025年影响视觉创意行业运行的有利因素分析

二、2019-2025年影响视觉创意行业运行的稳定因素分析

三、2019-2025年影响视觉创意行业运行的不利因素分析

四、2019-2025年中国视觉创意行业发展面临的挑战分析

五、2019-2025年中国视觉创意行业发展面临的机遇分析

第四节视觉创意行业投资前景及控制策略分析

一、2019-2025年视觉创意行业市场风险及控制策略

二、2019-2025年视觉创意行业政策风险及控制策略

三、2019-2025年视觉创意行业经营风险及控制策略

四、2019-2025年视觉创意行业技术风险及控制策略

五、2019-2025年视觉创意行业同业竞争风险及控制策略

六、2019-2025年视觉创意行业其他风险及控制策略(ZYZF)

图表目录：

图表 2014-2018年我国视觉创意行业产销率及增长情况

图表 2014-2018年我国视觉创意行业产销率及增长对比图

图表 2014-2018年我国视觉创意行业营业增长率及增长情况

图表 2014-2018年我国视觉创意行业销售毛利率及增长情况

图表 2014-2018年我国视觉创意行业销售毛利率及增长对比图

图表 2014-2018年我国视觉创意行业总资产增长率及增长情况

图表 2014-2018年我国视觉创意行业资产负债率及增长情况

图表 2014-2018年我国视觉创意行业资产负债率及增长对比图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201806/653749.html>