

2021-2027年中国演艺市场 评估与投资方向研究报告

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

《2021-2027年中国演艺市场评估与投资方向研究报告》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/202103/209352.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

演艺产业是以演艺产品的创作、生产、表演、销售、消费及经纪代理、艺术表演场所等配套服务机构共同构成的产业体系。演艺产品具体形态包括音乐、歌舞、戏剧、戏曲、芭蕾、曲艺、杂技等各类型演出。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国演艺市场评估与投资方向研究报告》共十章。首先介绍了演艺行业市场发展环境、演艺整体运行态势等，接着分析了演艺行业市场运行的现状，然后介绍了演艺市场竞争格局。随后，报告对演艺做了重点企业经营状况分析，最后分析了演艺行业发展趋势与投资预测。您若想对演艺产业有个系统的了解或者想投资演艺行业，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：

第一章中国演艺产业发展综述17

第一节演艺产业范畴与内容17

一、演艺产业内容17

二、演艺产业要素17

（一）演出主体——演员17

（二）演出客体——观众17

（三）演出载体——演出场所17

（四）其他要素18

三、产业状态概述19

（一）主体特性19

（二）产业特性19

（三）消费特性19

（四）定位特性19

第二节中国演艺产业发展必要性20

一、群众文化消费需求20

二、城市营销宣传需要20

三、企事业单位及非政府组织的宣传20

四、国家文化软实力提升的需要20

第三节中国演艺产业问题与策略21

一、演艺产业存在主要问题21

（一）演出市场体系尚未形成真正的公平竞争机制21

（二）本土演艺市场在运营方面缺乏有效的协调机制21

（三）文化经营人才缺乏，演出行业机构作用弱化21

二、演艺产业发展提升策略22

（一）转变管理理念，积极培育市场主体22

（二）加强官方文化交流，鼓励演艺产品商业化运作22

（三）打造兼具艺术水准和商业价值的演艺产业品牌23

（四）与海外演艺机构建立全方位的长效合作机制23

第四节中国演艺产业链概述24

第二章中国演艺产业发展环境分析25

第一节演艺产业政策环境分析25

一、演艺产业管理体制25

二、演艺产业相关政策26

（一）主要产业支持政策26

（二）金融与税收支持政策29

（三）对产业保护政策29

三、演艺产业相关规划29

第二节演艺产业经济环境分析33

一、世界经济形势分析33

（一）世界经济形势解析33

（二）世界经济形势展望38

二、国内经济形势分析39

（一）国内经济形势解析39

（二）国内经济形势展望40

三、文化产业投资情况41

第三节演艺产业社会环境分析42

一、居民收入稳步提升42

二、居民娱乐消费支出43

第四节演艺产业技术环境分析43

一、互联网发展状况43

（一）网民规模43

（二）接入方式46

（三）网民属性48

二、互联网基础资源51

三、互联网应用状况52

四、手机网络应用状况53

五、中国IPTV产业快速发展54

六、媒体播出平台渠道多样化56

第五节演艺产业营销环境分析56

一、中国演艺产业主要营销平台56

（一）中国艺术节56

（二）中国文化年活动57

（三）中国国际演出交易会59

二、中国演艺产业营销手段介绍59

（一）成立演出联盟59

（二）打包批售60

（三）与相关产业融合60

第三章国际演艺产业现状与经验借鉴62

第一节国际演艺市场发展现状及前景62

一、国际演艺产业发展概况62

二、国际演艺产业运作模式63

（一）商业演艺模式63

（二）非赢利性演艺模式63

（三）商非结合演艺模式64

三、国际演艺产业发展趋势64

第二节重点地区演艺产业经验借鉴65

一、美国演艺产业经验借鉴65

（一）美国演艺产业发展概况65

(二) 美国演艺产业运作特色	65
(三) 中美演艺产业比较分析	66
(四) 美国演艺产业经验借鉴	66
二、英国演艺产业经验借鉴	67
(一) 英国演艺产业发展概况	67
(二) 英国演艺产业运作特色	67
(三) 英国演艺产业经验借鉴	68
三、韩国演艺产业经验借鉴	68
(一) 韩国演艺市场发展概况	68
(二) 韩国演艺产业运作特色	68
(三) 中韩演艺相关市场对比	69
四、香港文化演出产业研究	70
(一) 文化演出产业发展概况	70
(二) 与内地之间的交流合作	71
(三) 文化演出产业经验借鉴	71
五、台湾演艺产业经验借鉴	73
(一) 台湾演艺产业发展概况	73
(二) 台湾演艺产业运作特色	73
(三) 台湾演艺产业经验借鉴	73
第三节世界著名文化演出团体介绍	74
一、法国巴黎歌剧院芭蕾舞团	74
二、圣彼得堡基洛夫芭蕾舞团	74
三、荷兰阿姆斯特丹皇家乐团	75
四、美国纽约城市芭蕾舞团	76
五、柏林爱乐乐团	76
六、台湾表演工作坊	77
七、台湾相声瓦舍	78
第四节全球文化演出产业发展趋势	79

第四章中国演艺产业现状与供需平衡80

第一节演艺产业发展现状分析80

一、演艺产业发展历程80

二、全国演出市场总体情况81

- (一) 演出场次81
- (二) 演出总收入82
- (三) 票房总收入82
- (四) 不同地域演出场次比较84

三、全国演出市场结构分析85

- (一) 演出团体85
- (二) 演出经纪88
- (三) 演出场所91
- (四) 演出票务公司92
- (五) 舞美工程企业93
- (六) 个体演员和个体经纪人94

四、艺术表演团体基本情况96

- (一) 艺术表演团体数量96
- (二) 艺术表演团体从业人员97
- (三) 艺术表演团体原创首演剧目98
- (四) 艺术表演团体演出场次99
- (五) 艺术表演团体观众情况101
- (六) 艺术表演团体收支情况102

五、艺术表演场馆基本情况104

- (一) 艺术表演场馆数量104
- (二) 艺术表演场馆从业人员105
- (三) 艺术表演场馆坐席数量106
- (四) 艺术表演场馆演出场次107
- (五) 艺术表演场馆观众数量108
- (六) 艺术表演场馆收支情况108

第二节国有艺术剧院团改革分析109

一、院团改革背景介绍109

二、院团改革发展现状110

- (一) 院团改革发展历程110
- (二) 院团改革进展解析110
- (三) 院团改革效益剖析111

三、院团改革路径与模式112

（一）院团改革路径112

（二）院团改革模式112

四、关于支持转企改制国有文艺院团改革发展的指导意见112

第三节演艺产业市场价值链分析115

一、要素平台构建：版权交易与演员经纪115

（一）演艺产业的基本生产要素115

（二）版权交易平台与演艺经纪平台117

二、演出院线构建：场馆建设与场馆运营118

三、分销渠道构建：电子票务网络系统119

（一）电子票务网络系统的结构与原理119

（二）我国电子票务网络系统的建设现状120

第四节演艺产业进出口情况分析122

一、演艺产业贸易发展背景122

二、对外文化贸易发展特点122

（一）出口模式更加丰富122

（二）国际合作深入发展123

（三）出口范围更为广阔123

（四）搭建文化贸易平台124

（五）参与国际文化交流124

（六）国有企业成中流砥柱125

三、涉外演出项目风险分析125

（一）文化差异125

（二）成本居高126

（三）恶性打压126

（四）经验缺失126

（五）重叠经纪127

（六）实力不济127

（七）法律纠纷127

第五章中国演艺产业细分市场发展分析128

第一节音乐演出市场分析128

一、音乐演出市场概况128

二、演奏会市场运行情况128

三、演唱会演出特点分析129

四、演唱会演出消费群体129

五、演唱会演出分类情况130

六、演唱会演出市场特点130

（一）“怀旧”演唱会仍占较大份额130

（二）年轻歌手演唱会场次明显上升130

（三）内地歌手场次比例较上年度有所提高131

（四）欧美、日韩等国外流行歌手演唱会场次和观众人数持续增长131

（五）演唱会扎堆现象有所缓解，市场逐渐理性131

（六）演唱会周边产品开发和版权保护有待加强132

（七）演员成本上涨，演出公司盈利空间压缩132

七、演唱会演出票价分析132

（一）演唱会演出票价分析132

（二）大型演唱会演出票价核定与影响因素133

八、音乐剧演出票价分析133

第二节话剧演出市场分析134

一、话剧演出市场发展综述134

（一）话剧定义及分类134

（二）话剧产生及发展134

（三）话剧艺术基本特点136

二、中国话剧市场发展特点137

（一）小剧场与剧目演出供求不平衡137

（二）演出团体品牌优势明显137

（三）影视明星加盟话剧演出137

（四）属于“非大众文化”范畴138

三、话剧演出市场经营分析138

（一）话剧演出市场特点138

（二）话剧演出消费群体138

（三）话剧演出票价分析138

四、著名话剧文化演出研究139

五、话剧演出市场机会分析140

第三节曲艺演出市场分析141

一、戏曲演出市场分析141

（一）戏曲演出特点分析141

（二）戏曲演出类型研究142

（三）戏曲演出消费群体151

（四）重点细分市场前景152

（五）戏曲演出市场机会153

二、相声演出市场分析153

（一）相声演出特点分析153

（二）相声演出消费群体153

（三）著名相声团体研究154

（四）相声演出市场前景155

三、二人转演出市场分析156

（一）二人转演出特点分析156

（二）二人转演出消费群体158

（三）二人转演出场次规模158

（四）二人转特色节目分析159

（五）二人转演出市场前景159

第四节儿童剧演出市场分析159

一、儿童剧演出市场发展概述159

（一）中国儿童剧资源概述159

（二）中国儿童剧节目种类160

（三）儿童剧消费群体分析160

（四）儿童剧观众的心理需求160

二、儿童剧演出市场经营分析163

（一）儿童剧著名剧目情况163

（二）儿童剧演出成本分析164

三、儿童剧演出市场趋势及前景164

（一）儿童剧演出市场提升策略164

（二）儿童剧演出市场趋势及前景166

第五节与其他产业融合新市场分析166

- 一、旅游演出市场分析166
 - (一) 旅游演出行业发展沿革166
 - (二) 旅游演出行业发展特点169
 - (三) 旅游演出市场规模分析173
 - (四) 旅游演出成功要素分析174
 - (五) 旅游演出门票价格分析177
 - (六) 旅游演出未来发展展望177
- 二、动漫演艺市场分析178
 - (一) 南昌沃动漫音乐节概况178
 - (二) 动漫演艺企业发展动态179
 - (三) 动漫演艺市场前景预测179
- 三、网络演艺市场分析180
 - (一) 网络演艺市场区域动态180
 - (二) 网络演艺市场企业动态181
- 四、模特演艺市场分析182
 - (一) 模特演艺市场发展背景182
 - (二) 模特演艺市场经营特点182
 - (三) 模特演艺市场发展规模182
 - (四) 模特演艺市场发展趋势183

第六章中国演艺产业重点区域发展分析184

第一节北京市演艺产业发展分析184

- 一、北京文化产业发展背景184
- 二、北京演出市场需求特征187
- 三、北京文化演出市场规模188
- 四、北京文化演出票价统计190
- 五、北京演出市场观众人数190
- 六、北京文化演出场次统计191

第二节上海市演艺产业发展分析191

- 一、上海文化产业发展背景191
- 二、上海演出市场需求特征192
- 三、上海文化演出市场规模193

四、上海演出市场观众人数	194
五、上海文化演出场次统计	195
六、上海文化演出市场动态	195
第三节广州市演艺产业发展分析	196
一、广州文化产业发展背景	196
二、广州演出市场需求特征	197
三、广州文化演出市场规模	198
四、广州文化演出市场分析	199
五、珠影集团惠民文艺演出	199
六、文艺演出下基层系列活动	199
第四节深圳市演艺产业发展分析	200
一、深圳文化产业发展背景	200
二、深圳演出市场需求特征	200
三、深圳文化演出市场规模	202
四、深圳演出市场观众人数	202
五、深圳文化演出场次统计	202
六、深圳文化演出市场分析	202
第五节成都市演艺产业发展分析	203
一、成都文化产业发展背景	203
二、成都演出市场需求特征	203
三、成都文化演出市场趋势	205
四、成都文化惠民演出情况	206
第六节武汉市演艺产业发展分析	206
一、武汉文化产业发展背景	206
二、武汉演出市场需求特征	207
三、武汉市国际杂技艺术节	207
四、武汉民营演艺业的发展	208
五、武汉文化演出市场机会	209
第七节苏州市演艺产业发展分析	209
一、苏州文化产业发展背景	209
二、苏州演出市场需求特征	209
三、苏州文化演出市场规模	210

四、苏州演出市场观众人数	211
五、苏州文化演出场次统计	211
六、苏州文化演出市场分析	212
第八节天津市演艺产业发展分析	213
一、天津文化产业发展背景	213
二、天津演出市场需求特征	213
三、天津春节文化惠民活动	214
四、天津演艺品牌海外行销	215
五、天津文化演出市场机会	216
第九节重庆市演艺产业发展分析	217
一、重庆文化产业发展背景	217
二、重庆演出市场需求特征	219
三、重庆文化演出规模分析	219
四、重庆文化演出市场机会	220
第十节宁波市演艺产业发展分析	221
一、宁波文化产业发展背景	221
二、宁波演出市场需求特征	222
三、宁波文化演出市场规模	222
四、宁波演出市场观众人数	223
五、宁波文化演出场次统计	223
六、宁波文化演出市场机会	224
第十一节杭州市演艺产业发展分析	224
一、杭州文化产业发展背景	224
二、杭州演出市场需求特征	225
三、杭州文化演出市场规模	225
四、杭州演出市场观众人数	226
五、杭州文化演出场次统计	227
六、杭州文化演出市场机会	227
第十二节西安市演艺产业发展分析	227
一、西安文化产业发展背景	227
二、西安演出市场发展特征	228
三、西安文化演出规模分析	229

四、西安文化演出市场机会229

第十三节南京市演艺产业发展分析229

一、南京文化产业发展背景229

二、南京艺术团体市场情况230

三、南京文化演出规模分析231

四、南京文化演出市场机会231

第七章国内外演艺精品剧目运营经验借鉴233

第一节国外领先演艺精品剧目运营分析233

一、《猫》233

（一）故事背景情况概述233

（二）剧目运营成果总结235

（三）在华运营情况分析235

（四）剧目运营经验借鉴235

二、《图兰朵》236

（一）全球运作背景介绍236

（二）在华运营情况分析236

（三）运营规模情况分析237

（四）“资本化”运作分析237

三、《大河之舞》238

（一）故事背景情况概述238

（二）剧目运营成果总结238

（三）在华运营情况分析238

（四）剧目运营经验借鉴239

第二节中国领先演艺精品项目运营分析243

一、《茶馆》243

（一）演出基本情况概述243

（二）剧目运营主体团队243

（三）剧目投资收益分析244

（四）市场影响效果分析244

（五）剧目成功经验借鉴244

二、《雷雨》245

- (一) 演出基本情况概述245
- (二) 剧目运营主体团队246
- (三) 剧目投资收益分析247
- (四) 市场影响效果分析247
- (五) 剧目成功经验借鉴248

三、《女子十二乐坊》 248

- (一) 演出基本情况概述248
- (二) 剧目运营主体团队249
- (三) 剧目投资收益分析249
- (四) 市场影响效果分析251
- (五) 剧目成功经验借鉴251

四、《印象·刘三姐》 252

- (一) 演出基本情况概述252
- (二) 项目运营主体团队253
- (三) 项目投资收益分析253
- (四) 市场影响效果分析254
- (五) 剧目成功经验借鉴256

五、《中华泰山封禅大典》 258

- (一) 演出基本情况概述258
- (二) 项目运营主体团队258
- (三) 项目投资收益分析259
- (四) 市场影响效果分析259
- (五) 剧目成功经验借鉴261

六、《宋城千古情》 263

- (一) 演出基本情况概述263
- (二) 项目运营主体团队263
- (三) 项目投资收益分析264
- (四) 市场影响效果分析264
- (五) 剧目成功经验借鉴265

七、《西游记》 266

- (一) 演出基本情况概述266
- (二) 项目制作投入情况266

(三) 市场影响效果分析	266
(四) 剧目成功经验借鉴	266
第三节 国外优秀剧目在华改编运营分析	268
一、《妈妈咪呀!》	268
(一) 全球运作背景介绍	268
(二) 在华运营情况分析	268
(三) 剧目运营经验借鉴	269
二、《胡桃夹子?海上梦》	270
(一) 全球运作背景介绍	270
(二) 在华运营情况分析	271
(三) 运营规模情况分析	271
(四) 剧目运营经验借鉴	271
第四节 国内剧目在国外成功运营经验借鉴	272
一、《风中少林》	272
(一) 演出基本情况概述	272
(二) 剧目运营团队分析	273
(三) 海外演出情况分析	273
(四) 剧目成功经验借鉴	274
二、《功夫传奇》	277
(一) 演出基本情况概述	277
(二) 剧目运营团队分析	277
(三) 海外演出情况分析	278
(四) 剧目成功经验借鉴	278
第八章 中国演艺产业领先企业经营分析	283
第一节 领先国有改制演艺团体经营分析	283
一、中国东方演艺集团有限公司	283
(一) 演艺集团发展概况	283
(二) 集团演艺资源分析	283
(三) 集团业务服务体系	284
(四) 集团经营情况分析	285
(五) 演艺集团最新动向	285

二、江苏省演艺集团有限公司286

- (一) 演艺集团发展概况286
- (二) 集团演艺资源分析286
- (三) 集团业务服务体系287
- (四) 集团经营情况分析287
- (五) 演艺集团最新动向288

三、北京演艺集团有限责任公司289

- (一) 演艺集团发展概况289
- (二) 集团演艺资源分析290
- (三) 集团业务服务体系291
- (四) 集团经营情况分析291
- (五) 演艺集团最新动向292

第二节中国领先演出品牌机构经营分析292

一、本山传媒集团292

- (一) 企业发展基本情况292
- (二) 企业演艺资源分析293
- (三) 企业业务服务体系293
- (四) 企业合作情况分析293
- (五) 企业发展优势劣势294
- (六) 企业最新发展动向295

二、北京德云社文化传播有限公司295

- (一) 企业发展基本情况295
- (二) 企业演艺资源分析296
- (三) 企业业务服务体系297
- (四) 企业合作情况分析297
- (五) 企业发展优势劣势297
- (六) 企业最新发展动向298

第三节中国领先产业整合演艺机构分析299

一、北京保利剧院管理有限公司299

- (一) 企业发展基本情况299
- (二) 企业演艺资源分析299
- (三) 企业业务服务体系300

(四) 企业经营情况分析	301
(五) 企业成本缩减策略	301
二、北京红马传媒文化发展有限公司	302
(一) 企业发展基本情况	302
(二) 企业演艺资源分析	302
(三) 企业业务服务体系	303
(四) 企业经营情况分析	303
(五) 企业最新发展动向	304
第四节中国领先旅游文化演艺企业分析	304
一、杭州宋城集团控股有限公司	304
(一) 企业发展基本情况	304
(二) 企业演艺资源分析	304
(三) 企业业务服务体系	305
(四) 企业经营情况分析	305
(五) 企业最新发展动向	307
二、桂林广维文华旅游文化产业有限公司	307
(一) 企业发展基本情况	307
(二) 企业演艺资源分析	307
(三) 企业业务服务体系	308
(四) 企业经营情况分析	308
(五) 企业最新发展动向	308
第五节领先开拓国际市场演艺企业分析	309
一、中国对外文化集团公司	309
(一) 企业发展基本情况	309
(二) 企业演艺资源分析	310
(三) 企业经营情况业绩	310
(四) 对外演出合作分析	311
(五) 企业最新发展动向	311
二、天创国际演艺制作交流有限公司	312
(一) 企业发展基本情况	312
(二) 企业演艺资源分析	312
(三) 企业经营情况业绩	313

(四) 涉外演出经营分析313

(五) 企业主要客户情况314

第九章中国演艺产业投资模式与价值分析315

第一节国内各地区演艺产业投资动态315

一、国内各地区演艺产业投资动态315

(一) 中部少数民族文化演艺中心开工315

(二) 日照五莲投资2亿建演艺文化产业园315

(三) 西安投资120亿元建现代文化演艺园区316

二、演艺产业相关企业投资动态316

(一) 索芙特拟定增12.8亿元收购文化演艺资产316

(二) 宋城股份演艺谷项目启动317

三、北京市发布天桥演艺指数317

第二节中国演艺产业投融资模式318

一、银行贷款318

二、VC/PE投资模式318

三、并购投资模式320

四、上市融资模式321

第三节演艺产业投融资案例借鉴321

一、IPO案例321

二、并购案例322

三、多方投资案例322

四、国际投资案例323

第十章演艺产业投资价值与风险分析324

第一节演艺产业投资价值324

一、演艺产业投资价值解析324

(一) 旅游演出投资特性324

(二) 海外演出投资机会324

(三) 演艺设备投资价值325

二、演艺产业投资风险解析326

(一) 市场运营风险326

(二) 创新不足风险	326
(三) 消费疲软风险	327
(四) 剧院空置风险	327
(五) 其他风险分析	328
第二节 演艺产业典型阻碍因素	328
一、文化消费未成为生活必需	328
二、演艺市场成熟度不高	328
三、原创生态环境尚未形成	329
四、税收政策缺乏特殊性	329
五、演艺产业缺乏统计标准	329
第三节 演艺产业发展趋势解析	330
一、联合与融合趋势	330
(一) 跨界融合将成为主流	330
(二) 跨区域合作趋势扩大	330
(三) 演艺聚焦区成为常态	330
二、创作与保护趋势	331
(一) “内容为王”力量彰显	331
(二) 知识产权保护为新课题	331
三、企业运营与管理趋势	332
(一) 品牌化竞争时代来临	332
(二) 企业集团化趋势明显	332
(三) 产业链延伸成利润增长点	332
(四) 资本为企业成长重要推动力	333
四、对外扩张趋势	333
(一) “走出去”创新模式继续推进	333
(二) 加大文艺产品的出口力度	333
第四节 演艺产业发展前景预测	334
一、演艺产业“十三五”发展目标举措和政策支持	334
(一) 发展目标	334
(二) 发展措施	334
(三) 政策支持	335
二、主要区域演艺市场前景预测	335

- (一) 珠三角地区发展前景预测335
- (二) 环渤海地区发展前景预测336
- (三) 长三角地区发展前景预测336
- (四) 其他地区发展前景预测337
- 三、2021-2027年中国演艺产业市场前景分析338
 - (一) 演出团体增长前景预测338
 - (二) 中国演艺市场规模预测338
 - (三) 演出票务市场前景预测339
 - (四) 演出场所发展前景预测340

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202103/209352.html>