

2024-2030年中国演艺市场 深度分析与投资分析报告

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

《2024-2030年中国演艺市场深度分析与投资分析报告》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/202310/412417.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

演艺产业是指在剧场、戏院、音乐厅、广场、体育场等室内外演出场所进行的、面向大众的商业化艺术表演活动，以及与之相关的创作、策划、经纪、票务等活动。

演艺产业作为重点发展的文化产业之一，在政策导向、居民收入水平提高、文化消费理念提升的大背景下，我国演艺产业呈现平稳发展的良好态势，演艺产业的潜力逐步被释放。随着疫情得到控制，国内演出加速回暖。

2022年6月29日，文化和旅游部发布数据显示，2021年末，全国共有艺术表演团体18370个，比上年末增加789个；从业人员45.33万人，比上年末增加1.63万人。其中各级文化和旅游部门所属艺术表演团体1947个，占10.6%，从业人员10.67万人，占25.5%。全年全国艺术表演团体共演出232.53万场，比上年增长4.2%；国内观众9.28亿人次，增长4.4%；演出收入112.99亿元，增长30.4%。

在新的历史阶段，我国演艺产业的发展有了新的思路 and 新的思维，积极地探索新的发展新举措。2021年3月12日，文化和旅游部市场管理司发布《关于进一步加强剧院等演出场所、上网服务场所、娱乐场所常态化疫情防控工作的通知》，根据《通知》，疫情低风险地区，对剧院等演出场所、上网服务场所、娱乐场所接待消费者人数比例不再做统一限制，由各省区市党委、政府根据当地疫情防控形势自行掌握。2021年7月12日，文化和旅游部发布《网络表演经纪机构管理办法（征求意见稿）》，规定网络表演经纪机构不得以虚假消费、带头打赏等方式诱导用户消费，不得以打赏排名、虚假宣传等方式炒作网络表演者收入。2021年8月，文化和旅游部颁布国内首个演出票务领域的行业标准《演出票务服务与技术规范》，用于统一全国演出票务的基本要求和具体要求，规范购票、检票、退票等流程，标准于2021年8月19日起实施。2021年12月24日，中国文化和旅游部在官网发布了修订后的《演出经纪人员管理办法》，明确国家对演出经纪人员实行职业资格认定制度。

演艺产业作为下一个投资风口，已开始受到各路投资者的关注，随着影视业、互联网视频等投资领域逐渐变冷，更多资本将涌入尚待开发的演艺产业，加速催生行业格局的转变。企业对接资本的能力和速度将在很大程度上决定其在未来行业中的竞争地位。与此同时，资本的介入和企业资产证券化也将大大提升演艺企业的管理水平和行业规范。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国演艺市场深度分析与投资分析报告》共十五章。首先介绍了演艺行业发展概况，接着分析了我国演艺行业的市场发展环境，然后对演艺产业的总体发展现状进行了深入的剖析，随后，报告对演艺行业的细分市场、典型区域情况、产业的融合发展、国内外重点演艺机构等方面进行了深度的解析，同时对演艺行业的投资潜力及风险做了具体的分析，最后科学预测了演艺行业的未来前景及发展趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、文旅部、中国演出行业协会、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。您或贵单位若想对演艺产业有个系统深入的了解、或者想投资演艺产业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 演艺产业发展解析

1.1 演艺产业的定义及特点

1.1.1 定义

1.1.2 特点

1.2 演艺产业市场要素

1.2.1 主体：剧团

1.2.2 客体：观众

1.2.3 载体：舞台

1.3 演艺产业市场特征

1.3.1 特殊性和复杂性

1.3.2 文化与经济价值

1.3.3 外部效应明显

1.4 演艺产业市场分类

1.4.1 经营主体

1.4.2 演出门类

1.4.3 市场类型

1.5 演艺行业带动效应分析

1.5.1 回顾效应

1.5.2 旁侧效应

1.5.3 前向效应

第二章 2021-2023年中国演艺行业发展环境分析

2.1 经济环境

2.1.1 宏观经济概况

2.1.2 对外经济分析

2.1.3 固定资产投资

- 2.1.4 宏观经济展望
- 2.2 社会生活环境
 - 2.2.1 居民收入水平
 - 2.2.2 社会消费规模
 - 2.2.3 居民消费水平
 - 2.2.4 消费市场特征
- 2.3 政策环境
 - 2.3.1 演艺市场扶持政策汇总
 - 2.3.2 “十四五”文化发展政策
 - 2.3.3 演出经纪行为规范政策
 - 2.3.4 演出经纪人员管理政策
 - 2.3.5 简化跨地区巡演审批程序
 - 2.3.6 网络表演经纪机构管理政策
 - 2.3.7 国有文艺院团改革政策
 - 2.3.8 演出票务领域标准
 - 2.3.9 行业标准建设发展

第三章 2021-2023年中国演艺产业发展状况剖析

- 3.1 演艺产业发展现状解析
 - 3.1.1 演艺行业发展概况
 - 3.1.2 演出市场现状分析
 - 3.1.3 演艺产业数字化发展
 - 3.1.4 文艺表演团体发展
 - 3.1.5 演艺市场用户分析
 - 3.1.6 演艺市场城市发展
- 3.2 演艺市场经济规模分析
 - 3.2.1 总体市场规模
 - 3.2.2 演出票房收入
 - 3.2.3 节假日演艺市场
- 3.3 中国演艺产业国际化发展分析
 - 3.3.1 国际化发展现状
 - 3.3.2 国际竞争力分析

- 3.3.3 国际化发展问题及挑战
- 3.3.4 国际化发展现实策略
- 3.4 中国演艺对外贸易发展分析
 - 3.4.1 对外贸易发展特点
 - 3.4.2 对外贸易发展问题
 - 3.4.3 对外贸易发展建议
- 3.5 民营院团发展现状分析
 - 3.5.1 发展概述
 - 3.5.2 经营机制分析
 - 3.5.3 发展存在问题
 - 3.5.4 发展对策解析
 - 3.5.5 发展机遇分析
- 3.6 中国演艺产业存在的问题
 - 3.6.1 剧目创新能力不足
 - 3.6.2 市场体系还未完善
 - 3.6.3 票价市场急需规范
 - 3.6.4 产业数字化发展问题
- 3.7 中国演艺产业发展路径
 - 3.7.1 演艺跨界发展路径
 - 3.7.2 创新演出产业政策
 - 3.7.3 优化演艺产业运作模式
 - 3.7.4 加大演艺产业创新创意
 - 3.7.5 演艺产业数字化发展对策
 - 3.7.6 确立发展目标与功能定位
 - 3.7.7 打造完整市场化运作机制

第四章 2021-2023年中国音乐类演出发展状况分析

- 4.1 中国音乐演出行业市场运行分析
 - 4.1.1 音乐演出市场规模
 - 4.1.2 音乐演出发展现状
 - 4.1.3 音乐演出用户规模
 - 4.1.4 音乐演出用户特征

4.1.5 音乐演出市场竞争

4.2 音乐节

4.2.1 行业发展历程

4.2.2 行业发展特点

4.2.3 总体市场规模

4.2.4 市场发展现状

4.2.5 区域市场分析

4.2.6 市场票价分析

4.2.7 疫情下发展态势

4.2.8 运营模式分析

4.2.9 行业发展问题

4.2.10 行业发展方向

4.3 演唱会

4.3.1 行业相关概念

4.3.2 市场发展特点

4.3.3 总体市场规模

4.3.4 市场发展态势

4.3.5 区域市场动态

4.3.6 市场竞争格局

4.3.7 在线音乐演唱会

4.3.8 行业驱动因素

4.3.9 行业制约因素

4.3.10 发展趋势分析

4.4 音乐会

4.4.1 市场发展态势

4.4.2 细分市场发展

4.4.3 线上音乐会发展

4.4.4 未来发展趋势

4.5 LiveHouse

4.5.1 行业发展历程

4.5.2 总体市场规模

4.5.3 区域市场发展

- 4.5.4 演出场馆数量
- 4.5.5 细分市场分析
- 4.5.6 连锁品牌情况
- 4.6 中国音乐演出行业运营模式探索
- 4.6.1 行业变革发展
- 4.6.2 行业盈利模式
- 4.6.3 行业营销策略

第五章 2021-2023年戏剧类演出市场全面分析

5.1 戏剧类演出发展状况分析

- 5.1.1 相关概述
- 5.1.2 发展现状
- 5.1.3 发展特点

5.2 儿童剧

- 5.2.1 市场发展现状
- 5.2.2 市场票房收入
- 5.2.3 演出场次分析
- 5.2.4 市场主体规模
- 5.2.5 发展现存问题
- 5.2.6 市场发展对策
- 5.2.7 未来发展趋势

5.3 话剧

- 5.3.1 整体发展现状
- 5.3.2 话剧表演分析
- 5.3.3 营销策略分析
- 5.3.4 创新方向解析
- 5.3.5 发展现存问题
- 5.3.6 解决对策分析
- 5.3.7 未来发展展望

5.4 戏曲

- 5.4.1 整体发展现状
- 5.4.2 发展影响因素

- 5.4.3 创新思路分析
- 5.4.4 传播进化道路
- 5.4.5 戏曲发展理路
- 5.4.6 发展现存问题
- 5.4.7 节目创新策略
- 5.4.8 发展对策分析
- 5.5 音乐剧
 - 5.5.1 行业发展态势
 - 5.5.2 市场规模分析
 - 5.5.3 市场票房收入
 - 5.5.4 市场发展现状
 - 5.5.5 区域分布格局
 - 5.5.6 存在现存问题
 - 5.5.7 解决对策分析
 - 5.5.8 行业发展趋势
- 5.6 歌剧
 - 5.6.1 整体发展现状
 - 5.6.2 发展原因分析
 - 5.6.3 国际道路分析
 - 5.6.4 发展现存问题
 - 5.6.5 问题解决思路
 - 5.6.6 未来发展展望

第六章 2021-2023年演艺产业其他细分市场发展分析

- 6.1 农村演出
 - 6.1.1 市场发展特点
 - 6.1.2 演出票房收入
 - 6.1.3 发展存在问题
 - 6.1.4 对策建议分析
- 6.2 舞蹈类演出
 - 6.2.1 市场发展概述
 - 6.2.2 总体发展情况

- 6.2.3 发展存在问题
- 6.2.4 发展策略分析
- 6.3 曲艺杂技演出
 - 6.3.1 总体发展情况
 - 6.3.2 发展现存问题
 - 6.3.3 对策建议分析
- 6.4 舞台剧演出
 - 6.4.1 行业剧目种类
 - 6.4.2 行业产业链条
 - 6.4.3 行业市场发展
 - 6.4.4 未来发展空间

第七章 2021-2023年中国演艺产业区域市场分析

- 7.1 中国演艺产业区梯队分布
 - 7.1.1 第一梯队
 - 7.1.2 第二梯队
 - 7.1.3 第三梯队
- 7.2 北京市
 - 7.2.1 产业发展基础
 - 7.2.2 产业发展现状
 - 7.2.3 市场发展规模
 - 7.2.4 外贸发展分析
- 7.3 上海市
 - 7.3.1 产业支持政策
 - 7.3.2 市场发展规模
 - 7.3.3 市场发展特点
 - 7.3.4 存在问题分析
 - 7.3.5 发展经验对策
- 7.4 广东省
 - 7.4.1 产业发展格局
 - 7.4.2 市场发展规模
 - 7.4.3 市场发展特点

- 7.4.4 存在问题分析
- 7.4.5 发展对策建议
- 7.5 四川省
 - 7.5.1 产业发展现状
 - 7.5.2 市场发展特点
 - 7.5.3 市场发展特点
 - 7.5.4 存在问题分析
 - 7.5.5 发展经验借鉴
- 7.6 甘肃省
 - 7.6.1 产业发展概况
 - 7.6.2 市场发展特点
 - 7.6.3 存在问题分析
 - 7.6.4 发展对策建议
- 7.7 山东省
 - 7.7.1 演艺协会建设
 - 7.7.2 企业模式建设
 - 7.7.3 存在问题分析
 - 7.7.4 发展经验借鉴
- 7.8 湖北省
 - 7.8.1 产业发展环境
 - 7.8.2 产业发展现状
 - 7.8.3 企业创新模式
 - 7.8.4 企业合作动态
 - 7.8.5 产业存在问题
 - 7.8.6 产业发展建议

第八章 2021-2023年演艺行业产业链发展分析

- 8.1 演艺行业产业链
 - 8.1.1 演艺产业链概念
 - 8.1.2 演艺产业链构成
 - 8.1.3 演艺产业链分布
 - 8.1.4 演艺产业价值链

8.2 剧场

8.2.1 剧场数量规模

8.2.2 剧场从业人数

8.2.3 剧场演出情况

8.2.4 剧场运营情况

8.2.5 数字剧场发展

8.2.6 发展问题及建议

8.3 演艺票务

8.3.1 行业发展状况

8.3.2 行业融合动态

8.3.3 市场竞争格局

8.3.4 行业营销模式

8.3.5 存在问题分析

8.3.6 发展对策建议

8.3.7 行业发展趋势

8.4 演出经纪

8.4.1 行业发展概述

8.4.2 行业发展规模

8.4.3 市场创新发展

8.4.4 行业盈利模式

8.4.5 未来发展趋势

8.5 演艺保险

8.5.1 行业发展概况

8.5.2 主要保险险种

8.5.3 投保流程介绍

8.5.4 市场政策支持

8.5.5 购买策略建议

8.6 演艺设备

8.6.1 行业发展概述

8.6.2 行业发展特性

8.6.3 行业发展现状

8.6.4 行业竞争格局

- 8.6.5 行业技术水平
- 8.6.6 发展对策建议
- 8.6.7 行业需求前景

第九章 2021-2023年演艺产业与其他产业融合发展分析

9.1 旅游演艺

- 9.1.1 产业链结构
- 9.1.2 行业发展状况
- 9.1.3 行业发展格局
- 9.1.4 产业发展动态
- 9.1.5 特色发展探索
- 9.1.6 产业安全分析
- 9.1.7 标准化发展分析
- 9.1.8 行业发展路径

9.2 二次元演艺产业发展分析

- 9.2.1 产业相关概述
- 9.2.2 产业发展机遇
- 9.2.3 用户规模分析
- 9.2.4 运营模式分析
- 9.2.5 产业案例分析

9.3 网络演出（直播）产业发展分析

- 9.3.1 产业发展效益
- 9.3.2 市场主体规模
- 9.3.3 市场发展特点
- 9.3.4 用户规模分析
- 9.3.5 用户调查分析
- 9.3.6 行业发展趋势

9.4 演艺地产产业发展分析

- 9.4.1 产业发展概述
- 9.4.2 产业价值链条
- 9.4.3 产业开发模式
- 9.4.4 产业发展效应

- 9.4.5 产业发展方向
- 9.4.6 项目投资动态
- 9.5 云演艺产业发展分析
 - 9.5.1 产业发展机遇
 - 9.5.2 行业特征分析
 - 9.5.3 产业结构分析
 - 9.5.4 商业模式分析
 - 9.5.5 行业竞争格局
 - 9.5.6 行业发展动态
 - 9.5.7 合作发展趋势
 - 9.5.8 产业发展建议

第十章 2021-2023年国外重点演出机构经营分析

- 10.1 百老汇
 - 10.1.1 院区发展状况
 - 10.1.2 剧场分布格局
 - 10.1.3 院区演艺集团
 - 10.1.4 院区要素分析
 - 10.1.5 运作模式分析
 - 10.1.6 疫情下剧场运营
 - 10.1.7 发展经验借鉴
- 10.2 伦敦西区
 - 10.2.1 机构基本介绍
 - 10.2.2 机构发展状况
 - 10.2.3 机构发展模式
 - 10.2.4 机构经济效益
 - 10.2.5 发展经验借鉴
- 10.3 大都会歌剧院
 - 10.3.1 剧院基本介绍
 - 10.3.2 剧院发展定位
 - 10.3.3 剧院发展状况
 - 10.3.4 剧院运营分析

10.3.5 剧院发展战略

10.4 太阳马戏团

10.4.1 马戏团发展状况

10.4.2 马戏团发展动态

10.4.3 马戏团演出模式

10.4.4 马戏团竞争因素

10.4.5 马戏团经验借鉴

10.5 宝冢歌剧团

10.5.1 剧团发展状况

10.5.2 剧团特色分析

10.5.3 主要剧场分布

10.5.4 演出类目分析

10.5.5 核心竞争力分析

10.5.6 发展经验借鉴

10.6 四季剧团

10.6.1 剧团发展概况

10.6.2 剧团发展特色

10.6.3 剧团经营模式

10.6.4 发展经验借鉴

第十一章 2021-2023年国内重点演艺机构运营分析

11.1 国家大剧院

11.1.1 发展概况

11.1.2 功能定位

11.1.3 运营模式

11.1.4 发展动态

11.1.5 发展战略

11.2 北京保利剧院

11.2.1 发展概况

11.2.2 业务状况

11.2.3 发展动态

11.2.4 合作动态

11.3 上海大剧院

11.3.1 发展概况

11.3.2 经营策略

11.3.3 发展建议

11.4 上海现代戏剧谷

11.4.1 发展概况

11.4.2 区位优势

11.4.3 运营模式

11.4.4 发展动态

11.5 北京天桥艺术中心

11.5.1 发展概况

11.5.2 区位优势

11.5.3 硬件设施

11.5.4 运营状况

11.6 广东艺术剧院

11.6.1 发展概况

11.6.2 SWOT分析

11.6.3 存在的问题

11.6.4 发展建议

第十二章 2020-2023年国内重点演艺企业经营分析

12.1 宋城演艺发展股份有限公司

12.1.1 企业发展概况

12.1.2 经营效益分析

12.1.3 业务经营分析

12.1.4 财务状况分析

12.1.5 核心竞争力分析

12.1.6 公司发展战略

12.1.7 未来前景展望

12.2 三湘印象股份有限公司

12.2.1 企业发展概况

12.2.2 经营效益分析

- 12.2.3 业务经营分析
- 12.2.4 财务状况分析
- 12.2.5 核心竞争力分析
- 12.2.6 公司发展战略
- 12.2.7 未来前景展望
- 12.3 云南杨丽萍文化传播股份有限公司
 - 12.3.1 企业发展概况
 - 12.3.2 经营效益分析
 - 12.3.3 业务经营分析
 - 12.3.4 财务状况分析
 - 12.3.5 商业模式分析
 - 12.3.6 公司发展战略
- 12.4 北京锋尚世纪文化传媒股份有限公司
 - 12.4.1 企业发展概况
 - 12.4.2 经营效益分析
 - 12.4.3 业务经营分析
 - 12.4.4 财务状况分析
 - 12.4.5 核心竞争力分析
 - 12.4.6 未来前景展望
- 12.5 北京开心麻花娱乐文化传媒股份有限公司
 - 12.5.1 企业基本信息简介
 - 12.5.2 企业产品业务分析
 - 12.5.3 企业竞争优势分析
 - 12.5.4 风险因素分析
- 12.6 北京丑小鸭剧团股份有限公司
 - 12.6.1 企业基本信息简介
 - 12.6.2 企业产品业务分析
 - 12.6.3 商业模式分析
 - 12.6.4 企业竞争优势分析
 - 12.6.5 风险因素分析
- 12.7 北京环宇兄弟国际文化传媒股份有限公司
 - 12.7.1 企业基本信息简介

- 12.7.2 企业主营业务分析
- 12.7.3 经营效益分析
- 12.7.4 业务经营分析
- 12.7.5 财务状况分析
- 12.7.6 风险因素分析

第十三章 演艺产业市场营销模式分析

- 13.1 演出营销概况
 - 13.1.1 相关概述
 - 13.1.2 营销要素
 - 13.1.3 营销传播
 - 13.1.4 营销的必要性
- 13.2 演艺市场营销渠道分析
 - 13.2.1 营销新渠道
 - 13.2.2 营销渠道转变
 - 13.2.3 营销渠道趋势
- 13.3 演艺市场营销战略分析
 - 13.3.1 营销理念与模式
 - 13.3.2 新的网络演艺模式
 - 13.3.3 建立互利营销体系
 - 13.3.4 拓宽营销渠道
 - 13.3.5 社交营销策略
 - 13.3.6 国际营销策略
- 13.4 重点营销案例分析
 - 13.4.1 《云南映象》
 - 13.4.2 “旅游+演艺”案例
 - 13.4.3 演艺大世界云剧场

第十四章 中国演艺产业投融资分析

- 14.1 演艺产业融资类型
 - 14.1.1 外部直接融资
 - 14.1.2 外部间接融资

- 14.1.3 企业内部融资
- 14.2 中国演艺产业投融资状况
 - 14.2.1 演艺业投融资阶段
 - 14.2.2 演艺业投融资规模
 - 14.2.3 演艺业投融资金额
 - 14.2.4 演艺业投融资事件
 - 14.2.5 演艺业投融资领域
 - 14.2.6 演艺业投融资动态
- 14.3 演艺行业投资新业态分析
 - 14.3.1 演艺进饭店的概述
 - 14.3.2 演艺场景的新开拓
 - 14.3.3 转型升级的新空间
 - 14.3.4 产品迭代的新形式
- 14.4 中国演艺产业银行投融资机制
 - 14.4.1 演艺产业融资环境
 - 14.4.2 演艺产业融资困境
 - 14.4.3 投融资机制优化路径
- 14.5 演艺产业投资机遇分析
 - 14.5.1 政策端
 - 14.5.2 供给端
 - 14.5.3 需求端
 - 14.5.4 内容创新
- 14.6 演艺产业投融资风险及发展建议
 - 14.6.1 行业投资风险
 - 14.6.2 政策建议分析
 - 14.6.3 融资理念逻辑
 - 14.6.4 行业投资建议

第十五章 中国演艺产业发展趋势预测及投资前景分析

- 15.1 演艺产业发展前景及趋势预测
 - 15.1.1 “十四五”发展方向
 - 15.1.2 各细分市场发展趋势

- 15.1.3 演艺产业跨界融合趋势
- 15.1.4 旅游演艺演出方式演变
- 15.1.5 竞争格局变化趋势
- 15.1.6 行业投资发展趋势
- 15.2 对2024-2030年中国演艺行业预测分析
- 15.2.1 2024-2030年中国演艺行业影响因素分析
- 15.2.2 2024-2030年中国演艺市场经济规模预测
- 15.2.3 2024-2030年中国演出票房收入预测

附录

附录一：《营业性演出管理条例实施细则》

附录二：《网络表演经营活动管理办法》

附录三：《演出经纪人员管理办法》

图表目录

- 图表 演艺产业回顾效应
- 图表 演艺产业的旁侧效应
- 图表 演艺产业前向效应
- 图表 2017-2021年国内生产总值及其增长速度
- 图表 2017-2021年全国三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表 2017-2021年全员劳动生产率
- 图表 2021年年末人口数及其构成
- 图表 2017-2021年全国城镇新增就业人数
- 图表 2021年居民消费价格月度涨跌幅
- 图表 2021年居民消费价格比上年涨跌幅度
- 图表 2021-2022年全国居民消费价格涨跌幅
- 图表 2022年居民消费价格主要数据
- 图表 2017-2021年社会消费品零售总额及其增长速度
- 图表 2021-2022年全国社会消费品零售总额同比增速
- 图表 2021-2022年按消费类型分零售额同比增速
- 图表 2022年社会消费品零售总额主要数据
- 图表 2021年三次产业投资占固定资产投资
- 图表 2021年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表 2021年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2021-2022年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 2022年固定资产（不含农户）主要数据

图表 2021年房地产开发和销售主要指标及其增长速度

图表 2021-2022年全国房地产开发投资增速

图表 2017-2021年货物进出口总额

图表 2021年货物进出口总额及其增长速度

图表 2021年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表 2021年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表 2021年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重

图表 2021年外商直接投资（不含银行、证券、保险领域）及其增长速度

图表 2021年对外非金融类直接投资额及其增长速度

图表 2017-2021年全国一般公共预算收入

图表 2021年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表 2017-2021年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2021年全国居民人均消费支出及其构成

图表 2020年文化和旅游管理部门发布的部分防疫相关政策文件

图表 2020年发布的部分演艺改革相关政策文件

图表 演艺行业相关国家标准

图表 演艺行业相关行业标准

图表 演艺行业地方标准

图表 2011-2020年全国艺术表演团体基本情况

图表 演出购票用户画像

图表 城市演出购票用户分布

图表 2013-2021年中国演艺市场经济规模情况

图表 2017-2021年中国演出票房收入情况

图表 2014-2021年中国音乐演出市场用户规模

图表 2021年中国音乐演出市场用户性别分布占比

图表 2021年中国音乐演出市场用户学历分布占比

图表 2021年中国音乐演出市场用户年龄结构分布

图表 2021年中中国音乐演出市场TOP榜

图表 2021年中国音乐演出市场用户票务APP使用率排名

图表 2021年五一假期演出市场观演人次占比

图表 2021年五一假期音乐节市场票房及观演人次增速

图表 2021年参加音乐节次数较多的乐队

图表 2021年音乐节演出地区分布

图表 2019-2021年音乐节票价分析

图表 演唱会分类

图表 演唱会行业产业链

图表 2021年已举办的演唱会

图表 2020年疫情期间中国网络音乐线上Live节目观看人数

图表 2021年度线上演唱会热度TOP10

图表 2021年著名Livehouse城市演出场次同比增长情况

图表 中国Livehouse场馆类型

图表 LiveHouse部分连锁品牌情况

图表 2014-2019年中国儿童剧演出票房收入及增速

图表 2014-2019年中国儿童剧演出场次

图表 2014-2019年中国儿童剧观众人次

图表 2017-2019年中国音乐剧市场规模

图表 2019年中国音乐剧区域结构分析

图表 舞蹈类演出的场次、年收入及同比增长情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/412417.html>