



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国文化产业市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2016-2022年中国文化产业市场需求及投资前景分析报告》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/278693.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

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

文化产业，这一术语产生于二十世纪初。最初出现在霍克海默和阿多诺合著的《启蒙辩证法》一书之中。它的英语名称为Culture Industry，可以译为文化工业，也可以译为文化产业。文化产业作为一种特殊的文化形态和特殊的经济形态，影响了人们对文化产业的本质把握，不同国家从不同角度看文化产业有不同的理解。联合国教科文组织关于文化产业的定义如下：文化产业就是按照工业标准，生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。从文化产品的工业化生产、流通、分配、消费的角度进行界定。

一、全球文化产业的发展特点

全球文化产业发展呈现出以下特点：一是文化产业具有反经济周期的特性，经济繁荣带动了文化消费和产业结构升级，经济危机也蕴含着文化产业的重大机遇。二是科技是文化产业发展的催化剂，“文化+科技”拓展了文化产业的发展空间。三是品牌和集群化是核心竞争力，以品牌为核心的产业价值链构建，是文化产业规模化和快速发展的规律。四是文化贸易和保护成为国家新的战略资源和竞争力，国际化的生产方式加剧了对文化资源配置的争夺。

二、2014年全球文化产业市场结构

知识信息领域因互联网的不断普及占据了最大的市场份额28.2%，其次分别是广告22.4%、广播电视18.5%、出版14.1%。 2014年全球文化产业细分市场格局 资料来源：Kocca

三、2014年全球文化产业发展分析

Kocca统计数据显示：2014年全球文化产业市场规模达到24600亿美元，市场规模较上年同期增长5.26%。 2008-2014年全球文化产业市场规模走势图 资料来源：Kocca

四、2014年全球文化产业竞争格局

2014年全球文化产业市场规模达到24600亿美元，当中知识信息产业规模达到6940亿美元，占比为28.2%；广告产业规模为5010亿美元，占比为22.4%。 2012-2014年全球文化产业细分市场规模统计图（十亿美元）

	2012年	2013年	2014年
出版	345	347	347
漫画	8	9	9
音乐	49	50	51
游戏	58	63	73
电影	89	90	93
动画	17	18	19
广播电视	401	435	455
广告	501	522	551
知识信息	585	635	694
其他	147	168	168
合计	2200	2337	2460

资料来源：Kocca

五、2014年全球文化产业市场区域分布

据测算，目前北美地区是全球最大的文化产业市场，区域规模占全球市场总量的35.5%；亚太地区是全球第二大文化产业区域。占比为27.8%。 2014年全球文化产业市场区域分布格局 资料来源：艾凯咨询网整理

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 文化产业发展综述1

第一节 文化产业定义及分类1

一、行业定义1

二、行业分类及范围1

三、行业特性及在国民经济中的地位2

第二节 文化产业发展的经济学分析4

一、文化产业的自然垄断属性分析4

二、文化产业的市场势力分析5

三、文化产业的调价模型分析6

1、让利一定最小增销量模型6

2、增销量一定最大降价额模型6

四、文化产业正在成为我国支柱产业6

五、文化产业对我国经济发展作用分析7

六、文化产业与经济关系的投入产出分析8

第三节 文化产品特性8

一、经典外部性理论与公共物品理论回顾8

1、外部性理论的简单回顾8

2、经典的公共物品理论回顾9

二、文化产品的外部性特征11

1、文化产品外部性特征的相关研究11

2、文化产品外部性内涵的界定12

3、文化产品外部性特征的表现形式12

4、文化产品及其意识形态属性13

三、文化产品的公共物品属性14

1、文化产品公共物品属性的相关研究14

2、文化产品的公共物品属性剖析15

3、优效性文化产品16

第四节 最近3-5年中国文化产业经济指标分析17

一、赢利性17

二、成长速度17

三、附加值的提升空间18

四、文化产业与知识产权关系18

五、周期性分析20

六、竞争激烈程度指标20

第五节 文化消费概论21

一、文化消费的定义21

二、文化消费的特征21

1、文化消费具有多样性21

2、文化消费具有层次性21

3、文化消费存在有限性和无限性22

4、文化消费存在个性化和社会化22

5、文化消费具有时间的延伸性23

6、文化消费存在无偿性和有偿性23

三、提高文化消费水平的途径24

1、增加文化消费品（服务）的供给24

2、提高消费者的收入和教育水平24

3、增加消费者的闲暇时间24

4、大力发展文化产业24

5、改善文化消费环境25

第二章 文化产业市场环境及影响分析（PEST）26

第一节 文化产业政治法律环境（P）26

一、行业管理体制分析26

二、行业主要法律法规28

1、文化产业政策与法规概述28

2、广播电视管理政策法规28

3、电影产业管理政策法规29

- 4、出版物管理政策法规30
- 5、网络产业管理政策法规31
- 6、演出娱乐市场管理政策法规33
- 7、艺术品市场管理政策法规34
- 8、会展业管理政策法规34
- 9、广告业管理政策法规34
- 10、旅游业管理政策法规35
- 三、《文化及相关产业分类（2012）》37
- 四、行业相关发展规划46
- 五、政策环境对行业的影响47
- 第二节 行业经济环境分析（E）50
- 一、宏观经济形势分析50
- 1、国际宏观经济形势分析50
- 2、国内宏观经济形势分析71
- 3、产业宏观经济环境分析81
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析85
- 1、经济复苏对行业的影响85
- 2、货币政策对行业的影响85
- 3、区域规划对行业的影响86
- 第三节 行业社会环境分析（S）87
- 一、文化产业社会环境87
- 二、社会环境对行业的影响94
- 三、文化产业发展对社会发展的影响94
- 第四节 行业技术环境分析（T）94
- 一、文化产业技术分析94
- 二、2011-2015年文化产业技术发展分析95
- 三、行业主要技术发展趋势97
- 四、技术环境对行业的影响98

第三章 国际文化产业发展分析及经验借鉴99

第一节 全球文化产业市场总体情况分析99

- 一、全球文化产业发展特点99

二、2015年全球文化产业市场结构	99
三、2015年全球文化产业发展分析	100
四、2015年全球文化产业竞争格局	100
五、2015年全球文化产业市场区域分布	101
第二节 国际文化产业发展概况及经验借鉴	102
一、国际文化产业发展概况	102
二、国际文化产业发展模式	103
1、美国的市场驱动型	103
2、英法的资源驱动型	105
3、日韩的政策驱动型	106
三、国际文化创意产业发展情况	109
1、国际文化创意产业政策	109
2、国际文化创意产业经验	111
四、国际文化产业发展趋势	113
第三节 美国文化产业发展经验借鉴	114
一、美国文化产业管理体制	114
二、美国文化产业细分市场发展状况	115
三、美国文化产业发展的成功经验借鉴	115
第四节 英国文化产业发展经验借鉴	116
一、英国文化产业管理体制	116
二、英国文化产业细分市场发展状况	116
三、英国文化产业发展的成功经验借鉴	120
第五节 日本文化产业发展经验借鉴	122
一、日本文化产业管理体制	122
二、日本文化产业细分市场发展状况	129
三、日本文化产业发展的成功经验借鉴	131
第六节 韩国文化产业发展经验借鉴	135
一、韩国文化产业管理体制	135
二、韩国文化产业细分市场发展状况	136
三、韩国文化产业发展的成功经验借鉴	139
第四章 中国文化产业的国际比较分析	140

第一节 中国文化产业的国际比较分析140

一、中国文化产业竞争力指标分析140

二、中国文化产业经济指标国际比较分析142

三、文化产业国际竞争力比较142

1、市场要素142

2、需求条件144

3、支援与相关产业145

4、战略146

5、政府的作用147

四、经济全球化对文化产业的冲击148

1、文化产品的冲击148

2、文化资本的冲击148

3、文化价值观的冲击148

第二节 全球文化产业市场需求分析149

一、市场规模现状149

二、需求结构分析150

三、重点需求客户151

四、市场前景展望151

第三节 全球创意产业市场供给分析152

一、产品及服务规模现状152

二、产业增长规模分布153

三、重点城市发展途径及现状156

第五章 我国文化产业运行现状分析158

第一节 我国文化产业发展状况分析158

一、我国文化产业发展阶段158

二、我国文化产业发展总体概况158

三、我国文化产业发展特点分析160

四、我国文化产业十五种商业模式分析161

五、我国文化产业商业模式评价163

第二节 2015年文化产业发展现状172

一、2015年我国文化产业市场规模172

二、2015年我国文化产业发展分析173

1、我国文化产业的现状173

2、我国文化产业面临的形势183

3、中国文化产业发展的不足原因187

4、建议189

三、2015年中国文化企业发展分析190

四、我国文化企业发展方向及策略研究探讨190

第三节 2015年创意产业市场情况分析199

一、2015年文化创意产业发展现状与对策调研分析199

二、2015年中国创意产品市场发展分析201

三、2015年中国创意产业服务市场发展分析203

第六章 我国文化产业整体运行指标分析208

第一节 2015年中国文化产业总体规模分析208

一、企业数量结构分析208

二、人员规模状况分析208

三、行业资产规模分析208

四、行业市场规模分析209

第二节 2015年中国文化消费水平指标209

一、我国人均文化消费水平209

二、我国文化消费人数211

三、我国文化消费总额213

第三节 2011-2015年我国重点城市文化产业增加值分析213

一、北京213

二、上海215

三、深圳217

四、成都218

五、长沙221

第四节 2011-2015年中国文化产业财务指标总体分析222

一、行业盈利能力分析222

二、行业偿债能力分析222

三、行业营运能力分析222

四、行业发展能力分析223

第五节 我国文化产业分类指标223

一、文化艺术行业发展指标分析223

二、新闻出版发行行业发展指标分析224

三、旅游休闲娱乐行业发展指标分析224

四、城市规划、225

五、工艺美术品225

六、广告会展行业发展情况分析226

七、软件226

八、广播227

九、文化产品227

第七章 我国文化产业市场需求形势分析228

第一节 我国文化产业市场需求分析228

一、中国文化产业呈现出蓬勃发展态势228

二、文化产业满足人民多样化精神文化需求228

三、2011-2015年我国文化产业需求情况229

四、2011-2015年我国文化产业供需平衡分析231

第二节 文化产品市场应用及需求预测238

一、文化产品应用市场总体需求分析238

二、2016-2022年文化产业领域需求量预测244

三、重点行业文化产品需求分析预测245

四、我国文化产品走出去战略研究245

第八章 文化产品进出口结构及面临的机遇与挑战247

第一节 文化产品进出口市场分析247

一、文化产品进出口综述247

二、文化产品出口市场分析247

三、文化产品进口市场分析248

第二节 中国文化产品出口面临的挑战及对策250

一、中国文化产品出口面临的挑战250

二、中国文化产品未来出口展望250

三、中国文化产品出口对策251

第九章 我国文化产业结构分析253

第一节 文化产业市场结构253

一、市场结构类型分析253

二、市场集中度的衡量及形成分析254

三、市场的进入与退出254

四、结构特点及性质255

1、产品差异化255

2、错位竞争与纵向256

3、横向一体化257

第二节 产业价值链的结构分析及整体竞争优势分析257

一、产业价值链的构成257

二、产业链条的竞争优势与劣势分析260

三、优化市场结构可以调节260

第三节 产业结构发展预测262

一、产业结构调整指导政策分析262

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素263

三、中国文化产业参与国际竞争的战略市场定位263

四、产业结构调整方向分析264

第十章 中国文化产业主要细分市场研究及预测266

第一节 中国图书出版业发展分析266

一、图书出版行业发展概况266

二、图书出版行业发展规模268

1、出版社数量268

2、行业销售收入269

三、图书出版行业经营效益269

四、图书出版行业区域特征270

五、图书出版行业竞争格局270

六、图书出版行业发展趋势274

第二节 中国电视产业发展分析275

一、电视产业发展规模分析275

1、电视产业基础275

2、电视节276

3、电视产业规模277

二、电视市场收视特征分析281

1、收视量的变化趋势281

2、收视量的观众特征281

3、收视量的频道分布282

4、收视量的时段分布283

5、收视量的周天特征284

三、电视市场竞争趋势分析284

1、整体竞争格局284

2、时段收视表现285

3、频道竞争力差异286

4、受众市场竞争表现286

四、电视节287

第三节 中国电影产业发展分析294

一、电影产业发展规模分析294

1、电影院线规模294

2、电影产量规模295

3、电影观众规模295

4、电影票房收入296

5、电影海外销售297

二、电影产业竞争格局分析298

1、区域竞争格局298

2、影片竞争格局299

3、国产与进口电影竞争格局300

三、3D电影发展分析300

1、3D电影发展规模300

2、3D电影盈利能力301

3、3D电影发展契机301

4、3D电影发展前景302

四、电影产业发展趋势分析302

第四节 移动媒体产业发展分析304

一、移动媒体基础资源发展情况304

1、用户规模304

2、移动终端305

3、移动网络建设306

二、移动媒体市场规模情况306

三、移动媒体市场结构分析307

四、移动媒体产品与服务发展情况308

1、移动通信的发展308

2、移动搜索的发展308

3、移动微博的发展309

4、移动视频的发展309

5、移动游戏的发展310

6、移动购物的发展311

五、移动媒体发展趋势分析311

第五节 中国广告业发展分析312

一、广告行业市场状况概述312

1、综合情况312

2、各媒体广告市场状况316

3、消费者媒体接触行为317

二、广告行业市场规模分析317

三、广告行业市场竞争分析318

1、专业广告公司与媒体企业间的竞争318

2、本土广告公司与跨国广告公司竞争318

3、广告客户代理与媒介代理公司竞争319

4、广告公司区域市场之间的竞争分析319

四、广告业细分市场发展分析320

1、报纸广告发展分析320

2、期刊广告发展分析324

3、电视广告发展分析324

4、广播广告发展分析325

5、网络广告发展分析326

6、户外广告发展分析326

五、广告行业发展趋势分析327

1、广告与营销一体化327

2、集团化与专业化发展328

3、媒体投放效果可测性要求提高329

第六节 中国动漫产业发展分析329

一、动漫产业市场规模分析329

二、动漫产业供需分析330

三、动漫产业市场竞争分析332

四、动漫产业发展趋势分析333

第七节 中国文物艺术品市场发展分析334

一、文物艺术市场发展现状分析334

二、文物艺术品细分市场发展分析338

三、文物艺术品市场发展趋势341

第十一章 中国文化产业基地建设及运营分析342

第一节 文化产业基地概述342

一、文化产业基地的概念和类型342

1、文化产业基地概念342

2、文化产业基地类型342

3、文化产业园区342

二、文化产业基地的功能343

1、文化产业基地的经济功能343

2、文化产业基地的社会文化功能344

第二节 中国重点文化产业示范基地（园区）发展分析344

一、国家文化产业示范基地发展概况344

二、国家级文化产业示范园区发展分析349

1、国家级文化产业示范园区发展规模349

2、华侨城集团公司发展分析349

3、西安曲江新区发展分析363

4、沈阳棋盘山开发区发展分析366

- 5、曲阜新区文化产业园发展分析369
- 6、开封宋都古城文化产业园发展分析372
- 7、张江文化产业园发展分析374
- 8、长沙天心文化产业园发展分析380
- 9、成都青羊绿舟文化产业园发展分析384
- 10、国家级文化产业示范园区数量控制385
- 三、国家级文化产业试验园区发展分析386
 - 1、广州北岸文化码头发展分析386
 - 2、黑龙江（大庆）文化创意产业园发展分析387
 - 3、中国曲阳雕塑文化产业园发展分析387
 - 4、福建省闽台文化产业园发展分析390
 - 5、山东省台儿庄古城文化产业园发展分析391
 - 6、吉林省东北亚文化创意科技园发展分析391
 - 7、石嘴山市星海湖文化产业园发展分析393

四、国家级动漫基地发展分析393

第三节 文化产业基地（园区）发展分析394

- 一、文化产业基地发展现状分析394
 - 1、文化产业基地类型394
 - 2、文化产业基地形成方式394
 - 3、文化产业基地发展规模396
 - 4、文化产业基地发展中存在的问题400
- 二、文化产业基地产业链构建400
 - 1、“钻石模型”与文化产业基地的要素400
 - 2、文化产业基地产业链打造402
- 三、促进文化产业基地发展的建议405

第十二章 文化产业（产业集群）及区域市场分析407

第一节 文化产业集群及其发展模式407

- 一、文化产业集群的内涵407
- 二、文化产业的集群模式408
- 三、文化产业集群形成条件409
- 四、文化产业的可持续发展409

第二节 中国重点省市文化产业运营分析411

一、北京市文化产业运营分析411

- 1、北京市文化产业发展分析411
- 2、北京市文化产业基地建设情况412
- 3、北京市重点文化产业基地运营分析414

二、上海市文化产业运营分析415

- 1、上海市文化产业发展分析415
- 2、上海市文化产业基地建设情况417
- 3、上海市重点文化产业基地运营分析418

三、广东省文化产业运营分析421

- 1、广东省文化产业发展分析421
- 2、广东省文化产业基地建设情况421
- 3、广东省重点文化产业基地运营分析422

四、山东省文化产业运营分析423

- 1、山东省文化产业发展分析423
- 2、山东省文化产业基地建设情况424
- 3、山东省重点文化产业基地运营分析425

五、浙江省文化产业运营分析427

- 1、浙江省文化产业发展分析427
- 2、浙江省文化产业基地建设情况427
- 3、浙江省重点文化产业基地运营分析429

第十三章 2016-2022年文化产业竞争形势及策略433

第一节 行业总体市场竞争状况分析433

一、文化产业竞争结构分析433

- 1、现有企业间竞争433
- 2、潜在进入者分析433
- 3、替代品威胁分析434
- 4、供应商议价能力434
- 5、客户议价能力434
- 6、竞争结构特点总结435

二、文化产业企业间竞争格局分析437

三、文化产业集中度分析439

四、文化产业SWOT分析440

1、文化产业优势分析440

2、文化产业劣势分析440

3、文化产业机会分析441

4、文化产业威胁分析442

第二节 中国文化产业竞争力分析442

一、文化产业核心竞争力的构成要素442

二、中外文化产业竞争力差异比较445

1、产业概念比较445

2、产业实力比较446

3、人力资源比较447

4、资金实力比较448

5、技术实力比较449

三、产业能力比较450

1、市场化能力450

2、资源转化能力451

3、创新能力451

4、产业潜力比较452

四、中国文化产业国际竞争力水平分析453

1、中国文化产业的竞争优势453

2、中国文化产业的竞争劣势453

五、中国文化产业竞争力提升建议454

第十四章 2016-2022年文化产业领先企业经营形势分析456

第一节 中国文化产业企业总体发展状况分析456

一、文化产业企业主要类型456

二、文化产业企业资本运作分析456

三、文化产业企业创新及品牌建设459

四、文化产业企业国际竞争力分析459

第二节 中国领先旅游企业经营形势分析460

一、深圳华侨城控股股份有限公司460

- 1、企业概况460
- 2、企业经营分析461
- 3、企业经营策略和发展战略466
- 二、华谊兄弟传媒股份有限公司467
- 1、企业概况467
- 2、企业经营分析469
- 3、企业经营策略和发展战略474
- 三、杭州宋城旅游发展股份有限公司474
- 1、企业概况474
- 2、企业经营分析481
- 3、企业经营策略和发展战略486
- 四、江苏凤凰出版传媒股份有限公司486
- 1、企业概况486
- 2、企业经营分析491
- 3、企业经营策略和发展战略496
- 五、北京演艺集团有限责任公司499
- 1、企业概况499
- 2、企业经营分析499
- 3、企业经营策略和发展战略500
- 六、上海东方传媒集团有限公司501
- 1、企业概况501
- 2、企业经营分析502
- 3、企业经营策略和发展战略503
- 七、中国对外文化集团公司503
- 1、企业概况503
- 2、企业经营分析504
- 3、企业经营策略和发展战略506
- 八、北京光线传媒股份有限公司507
- 1、企业概况507
- 2、企业经营分析509
- 3、企业经营策略和发展战略514
- 九、完美世界（北京）网络技术有限公司515

- 1、企业概况515
- 2、企业经营分析517
- 3、企业经营策略和发展战略522
- 十、深圳华强文化科技集团股份有限公司524
 - 1、企业概况524
 - 2、企业经营分析525
 - 3、企业经营策略和发展战略528
- 十一、百视通新媒体股份有限公司529
 - 1、企业概况529
 - 2、企业经营分析533
 - 3、企业经营策略和发展战略537
- 十二、乐视网信息技术（北京）股份有限公司538
 - 1、企业概况538
 - 2、企业经营分析540
 - 3、企业经营策略和发展战略545
- 十三、北京万达文化产业集团有限公司545
 - 1、企业概况545
 - 2、企业经营分析547
 - 3、企业经营策略和发展战略547
- 十四、湖南电广传媒股份有限公司550
 - 1、企业概况550
 - 2、企业经营分析555
 - 3、企业经营策略和发展战略560

第十五章 “十二五”时期文化产业倍增计划562

第一节 背景介绍562

第二节 指导思想562

一、指导思想562

二、发展思路563

三、主要目标563

第三节 主要任务564

一、培育壮大市场主体564

- 二、转变文化产业发展方式564
- 三、优化文化产业布局565
- 四、加强文化产品创作生产的引导566
- 五、扩大文化消费567
- 六、推进文化科技创新568
- 七、实施重大项目带动战略570
- 八、健全投融资体系571

第四节 保障措施572

- 一、加大政府投入力度572
- 二、完善政策法规体系573
- 三、深化文化体制改革573
- 四、规范文化市场秩序573
- 五、加强产业公共服务574
- 六、加强组织实施574

第五节 重点行业575

- 一、演艺业575
- 二、娱乐业576
- 三、动漫业577
- 四、游戏业578
- 五、文化旅游业579
- 六、艺术品业580
- 七、工艺美术业580
- 八、文化会展业581
- 九、创意设计业583
- 十、网络文化业584
- 十一、数字文化服务业585

第十六章 2016-2022年文化产业投资分析586

第一节 文化产业投资特性分析586

- 一、文化产业进入壁垒分析586
- 二、文化产业盈利因素分析587
- 三、文化产业盈利模式分析589

第二节 2016-2022年文化产业发展的影响因素592

一、有利因素592

二、不利因素593

第三节 2016-2022年文化产业投资价值评估分析593

一、行业投资效益分析593

二、产业发展的空白点分析595

三、投资回报率比较高的投资方向596

四、新进入者应注意的障碍因素599

第四节 2016-2022年文化产业投资机会600

一、产业链投资机会600

二、细分市场投资机会600

三、重点区域投资机会601

四、文化产业投资机遇601

第五节 2016-2022年文化产业投资风险及防范602

一、政策风险及防范602

二、技术风险及防范602

三、供求风险及防范602

四、宏观经济波动风险及防范603

五、关联产业风险及防范603

六、其他风险及防范603

第六节 中国文化产业投资建议604

一、文化产业未来发展方向604

二、文化产业主要投资建议604

三、中国文化产业企业融资分析605

第十七章 2016-2022年文化产业面临的困境及对策606

第一节 2014年文化产业面临的困境606

一、中国文化产业发展的主要困境606

二、中国文化企业面临的发展困境607

三、细分文化产业困境产生背景607

第二节 中国文化产业存在的问题及对策608

一、中国文化产业存在的问题608

- 1、结构性矛盾突出608
- 2、对文化产业的认识不足608
- 3、核心竞争力不足608
- 4、文化产业市场占有率偏低609
- 二、文化产业发展的建议对策609
- 第三节 中国文化产业市场发展面临的挑战与对策611
- 一、中国文化产业市场发展面临的挑战611
- 二、推进文化产业发展的对策612

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：文化行业产业链

图表：2011-2015年我国文化行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国文化行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国文化行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国文化行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国文化行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国文化行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国文化行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国文化行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国文化行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国文化行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业……

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年文化行业市场供给

图表：2011-2015年文化行业市场需求

图表：2011-2015年文化行业市场规模

图表：文化所属行业生命周期判断

图表：文化所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国文化行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国文化行业供给预测

图表：2016-2022年中国文化行业需求预测

图表：2016-2022年中国文化行业价格指数预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/278693.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）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提供专业投资咨询报告、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。