



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国演艺市场分析 及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2022年中国演艺市场分析及投资策略研究报告》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/281382.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

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。

演艺产业是基础性文化产业，在文化市场中占据重要地位。在2009年国务院通过的《文化产业振兴规划》中，将发展文艺演出院线作为发展文化产业的八项重点工作之一，而"十二五"期间，《国家"十二五"规划》仍继续将演艺产业作为重点发展的文化产业之一。与此同时，随着经济的迅速发展，民众的娱乐支出比重不断增加，文化消费时间逐渐增多，对文化产品的选择性日益增强，逐渐向高层次的精神文化需要转移，而观看娱乐性强、影响力大的演出节目成为民众最为普遍的文化消遣方式之一。

演艺产业链各环节包括文艺表演团体、演出场所、演出中介机构和演出票务。演艺产业是文化产业体系中的核心产业之一，是一个创意密集和劳动力密集的产业，也是一项能耗低、可持续发展性强的低碳产业，具有极大的辐射和拉动作用。据数据统计，2010年中国演出市场收入达到108亿元，其中，专业场馆演艺规模为57.18亿元，实景旅游演艺市场规模为12.4亿元，民营团体在非专业场所的演艺市场规模为25.2亿元，大型场馆演唱会等演出规模为13.2亿元。

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 21

第一节 演艺产业范畴与内容 21

一、演艺产业内容 21

二、演艺产业要素 22

（一）演出主体—演员 22

（二）演出客体—观众 22

（三）演出载体—演出场所 22

（四）其他要素 23

三、产业状态概述 23

(一) 主体状态多元化	23
(二) 产业状态集团化	24
(三) 消费状态大众化	24
(四) 定位状态高雅化	24
四、演艺产业链概述	24
第二节 中国演艺产业发展必要性	25
一、群众文化消费需求	25
二、城市营销宣传需要	25
三、企事业单位及非政府组织的宣传	25
四、国家文化的国内外消费	25
第三节 中国演艺产业问题与策略	26
一、演艺产业存在问题	26
二、演艺产业提升策略	27
第二章 中国演艺产业发展环境分析	30
第一节 演艺产业政策环境分析	30
一、演艺产业管理体制	30
二、演艺产业相关政策	31
(一) 主要产业支持政策	31
(二) 金融与税收支持政策	34
(三) 演艺产业其他政策	34
三、演艺产业税收政策	36
(一) 营业税	36
(二) 营业税改增值税	37
(三) 剧场自用房产土地税、房产税	38
(四) 税改建议	39
四、演艺产业相关规划	39
五、政策环境影响分析	43
第二节 演艺产业经济环境分析	45
一、国外经济形势分析	45
(一) 国外经济形势解析	45
(二) 国外经济形势展望	51
二、国内经济形势分析	52

(一) GDP增长情况分析	52
(二) 工业经济发展形势	53
(三) 社会固定资产投资	54
第三节 演艺产业社会环境分析	55
一、居民收入稳步提升	55
二、居民娱乐消费支出	57
三、文化产业发展环境	57
(一) 文化产业环境分析	57
(二) 文化产业投资情况	57
第四节 演艺产业技术环境分析	58
一、新媒体技术推动产业发展	58
二、互联网发展状况	58
(一) 网民规模	58
(二) 手机网民规模	59
(三) 接入方式	60
(四) 网民属性	61
三、互联网基础资源	65
四、互联网应用状况	66
五、手机网络应用状况	67
六、中国IPTV产业快速发展	68
七、媒体播出平台渠道多样化	69
第五节 演艺产业营销环境分析	70
一、中国演艺产业主要营销平台	70
(一) 中国艺术节	70
(二) 中国国际演出交易会	71
二、中国演艺产业营销渠道分析	72
三、中国演艺产业营销手段介绍	72
(一) 成立演出联盟	72
(二) 打包批售	72
(三) 与相关产业融合	73
第三章 国际演艺产业现状与经验借鉴	74
第一节 国际演艺市场发展现状及前景	74

一、国际演艺产业发展概况	74
二、国际演艺产业运作模式	75
(一) 商业演艺模式	75
(二) 非赢利性演艺模式	75
(三) 商非结合演艺模式	76
三、国际演艺产业前景分析	76
第二节 重点地区演艺产业经验借鉴	77
一、美国演艺产业经验借鉴	77
(一) 美国演艺产业发展概况	77
(二) 美国演艺产业运作特色	77
(三) 中美演艺产业比较分析	78
(四) 美国演艺产业经验借鉴	78
二、英国演艺产业经验借鉴	79
(一) 英国演艺产业发展概况	79
(二) 英国演艺产业运作特色	79
(三) 英国演艺产业经验借鉴	80
三、韩国演艺产业经验借鉴	80
(一) 韩国演艺市场发展概况	80
(二) 韩国演艺产业运作特色	80
(三) 中韩演艺相关市场对比	81
四、香港演艺产业经验借鉴	82
(一) 香港演艺产业发展概况	82
(二) 与内地之间的交流合作	82
(三) 文化演出产业经验借鉴	83
五、台湾演艺产业经验借鉴	84
(一) 台湾演艺产业发展概况	84
(二) 台湾演艺产业运作特色	85
(三) 台湾演艺产业经验借鉴	85
第三节 重点演艺运营机构介绍	86
一、百老汇经营状况分析	86
(一) 百老汇发展概况	86
(二) 百老汇经营情况	87

(三) 百老汇剧场情况	89
(四) 百老汇成功经验	90
二、国际领先演艺中心介绍	91
(一) 林肯表演艺术中心	91
(二) 肯尼迪表演艺术中心	93
(三) 香港艺术中心	93
(四) 上海大剧院艺术中心	94
三、国际领先大型剧院介绍	94
(一) 英国皇家国家剧院	94
(二) 悉尼歌剧院	95
(三) 纽约大都会歌剧院	95
四、国际著名表演团体介绍	96
(一) 波士顿交响乐团	96
(二) 纽约城市芭蕾舞团	96
(三) 巴黎歌剧院芭蕾舞团	97
(四) 圣彼得堡基洛夫芭蕾舞团	97
(五) 荷兰阿姆斯特丹皇家乐团	98
第四章 中国演艺产业现状与供需分析	100
第一节 演艺产业发展现状分析	100
一、演艺产业发展历程	100
二、演出市场结构调整分析	101
(一) 国有院团完成改制	101
(二) 民营院团和演出经纪机构作用显著	101
(三) 中介机构及个体中介减少	102
(四) 演出经营主体的专业化、连锁化趋势	102
三、演出票务公司结构多样情况	102
四、演出与周边行业融合加深	102
五、演出产业营销方式转变分析	103
第二节 演艺产业发展规模分析	104
一、演出市场规模分析	104
(一) 演出市场总体规模	104
(二) 演出市场收入结构	104

二、演出细分市场规 模分析	105
(一) 演出票房收入	105
(二) 农村演出收入	107
(三) 演出周边产品及赞助收入	107
(四) 演出经营主体配套设施及其他服务收入	108
(五) 政府补贴收入	108
第三节 演出经营主体经营状况分析	109
一、文艺表演团体经营状况分析	109
(一) 文艺表演团体收入规模	109
(二) 国有文艺表演团体分析	109
1、国有文艺表演团体发展情况	109
2、转制国有院团面临主要问题	111
3、关于国有改制院团两点建议	111
(三) 民营文艺表演团体分析	111
1、民营文艺表演团体发展情况	111
2、民营文艺表演团体面临问题	112
3、民营文艺表演团体扶持建议	113
二、演出经纪机构经营状况分析	113
(一) 演出经纪机构市场规模	113
(二) 民营演出经纪机构	115
(三) 演出项目经纪机构	116
(四) 演员经纪机构	116
(五) 演出票务经纪机构	118
(六) 演出经纪人员	120
三、专业剧场经营状况分析	121
(一) 专业剧场市场规模	121
(二) 专业剧场市场特征	121
四、舞美工程企业经营状况分析	123
(一) 舞美工程企业市场规模	123
(二) 舞美工程企业发展情况	124
(三) 安全保障体系亟待建立	125
(四) 加强演出工程安全管理建议	126

第四节 艺术表演团体及场馆发展分析 128

一、艺术表演团体基本情况 128

- (一) 艺术表演团体数量 128
- (二) 艺术表演团体从业人员 129
- (三) 艺术表演团体原创首演剧目 130
- (四) 艺术表演团体演出场次 131
- (五) 艺术表演团体观众情况 132
- (六) 艺术表演团体收支情况 133
- (七) 政府采购的公益演出活动 135

二、艺术表演场馆基本情况 136

- (一) 艺术表演场馆数量 136
- (二) 艺术表演场馆从业人员 137
- (三) 艺术表演场馆坐席数量 138
- (四) 艺术表演场馆演出场次 138
- (五) 艺术表演场馆观众数量 139
- (六) 艺术表演场馆收支情况 140

第五节 国有艺术剧院团改革分析 141

一、院团改革背景介绍 141

二、院团改革发展现状 142

- (一) 院团改革发展历程 142
- (二) 院团改革进展解析 142
- (三) 院团改革效益剖析 142

三、院团改革路径与模式 144

- (一) 院团改革路径 144
- (二) 院团改革模式 144

四、关于支持转企改制国有文艺院团改革发展的指导意见 144

第六节 演出市场演员从业情况分析 147

一、演员基本从业状态 147

二、演员演出渠道、收入及社会保障 149

三、演员的培养和选拔机制 152

四、演员从业市场存在问题 153

第七节 演艺产业进出口情况分析 156

一、演艺产业贸易发展背景	156
(一) 海外中国文化中心情况	156
(二) 海外中国文化中心规划	156
二、涉外演出市场发展状况	156
(一) 涉外演出市场现状	156
(二) 演出国际化合作情况	157
三、涉外演出项目风险分析	158
(一) 文化差异	158
(二) 成本居高	158
(三) 恶性打压	158
(四) 经验缺失	159
(五) 重叠经纪	159
(六) 实力不济	159
(七) 法律纠纷	159
第五章 中国演艺产业细分市场发展分析	160
第一节 音乐类演出市场分析	160
一、音乐类演出市场发展规模	160
(一) 音乐类演出发展特点	160
(二) 音乐类演出市场规模	160
二、音乐类演出细分市场分析	160
(一) 演唱会	160
(二) 音乐会	162
(三) 音乐节	163
第二节 舞蹈类演出市场分析	164
一、舞蹈类演出市场规模	164
二、北京舞蹈演出市场突出	165
三、舞蹈类演出市场存在问题	165
第三节 话剧演出市场分析	167
一、话剧演出市场发展综述	167
(一) 话剧定义及分类	167
(二) 话剧产生及发展	167
(三) 话剧艺术基本特点	169

- 二、中国话剧市场发展特点 170
 - (一) 大剧场剧目复排、改编多 170
 - (二) 小剧场剧目创作特色确立 170
 - (三) 戏剧初步探索国际化模式 171
- 三、话剧演出市场经营分析 172
 - (一) 话剧演出市场特征 172
 - (二) 话剧演出市场规模 172
- 四、话剧演出市场存在问题 172
 - (一) 话剧演出原创力疲乏 172
 - (二) 话剧演出资金短缺 172
 - (三) 话剧区域发展不平衡 173
- 第四节 曲艺演出市场分析 173
 - 一、曲艺演出市场规模分析 173
 - 二、戏曲演出市场发展分析 174
 - (一) 戏曲演出场所分析 174
 - (二) 农村戏曲演出分析 174
 - (三) 城市戏曲演出分析 174
 - (四) 地方戏曲市场分析 175
 - 三、曲艺、杂技类演出市场分析 175
 - (一) 曲艺、杂技类演出规模 175
 - (二) 曲艺演出市场分析 176
 - (三) 杂技演出市场分析 177
- 第五节 儿童剧演出市场分析 177
 - 一、儿童剧演出市场发展概述 177
 - (一) 中国儿童剧资源概述 177
 - (二) 中国儿童剧分类介绍 178
 - (三) 儿童剧消费群体分析 178
 - (四) 儿童剧观众的心理需求 178
 - 三、儿童剧演出市场经营分析 180
 - (一) 儿童剧著名剧目情况 180
 - (二) 儿童剧演出成本分析 182
 - 三、儿童剧演出市场趋势及前景 182

(一) 儿童剧演出市场提升策略	182
(二) 儿童剧演出市场趋势及前景	183
第六节 专项演出市场分析	184
一、农村演出市场分析	184
(一) 农村演出市场规模	184
(二) 农村演出市场问题	186
(三) 农村演出市场建议	187
二、旅游演艺市场分析	188
(一) 旅游演艺市场发展背景	188
(二) 旅游演艺市场经营特点	191
(三) 旅游演艺市场规模分析	192
(四) 旅游演出运营国际化趋势	193
三、动漫演艺市场分析	194
(一) 北京首届动漫剧场演出	194
(二) 动漫演艺市场前景预测	194
四、网络演艺市场分析	195
(一) 网络演艺市场类型分析	195
(二) 网络演艺市场经营特点	195
(三) 网络演艺市场重点企业	197
五、模特演艺市场分析	198
(一) 模特演艺市场发展背景	198
(二) 模特演艺市场经营特点	198
(三) 模特演艺市场经营情况	198
(四) 模特演艺市场发展趋势	199
第六章 中国演艺产业重点区域发展分析	200
第一节 北上广演艺市场分析	200
一、北京市演艺产业发展分析	200
(一) 演艺产业资源盘点	200
(二) 演艺产业运营情况	201
1、演出场次统计	201
2、观众人数统计	202
3、演出收入统计	203

- 4、演出票价统计 203
- 5、旅游剧场演出统计 204
- 6、200场以上剧场统计 204
 - (三) 重点演出剧目介绍 205
- 二、上海市演艺产业发展分析 206
 - (一) 演艺产业资源盘点 206
 - (二) 演出市场需求特征 207
 - (三) 演艺产业经营分析 207
 - (四) 演艺产业竞争优势 208
 - (五) 演艺产业发展前景 208
- 三、广州市演艺产业发展发展 209
 - (一) 广州文化产业环境 209
 - (二) 广州主要演出场馆 209
 - (三) 广州流行演出市场 210
 - (四) 广州演艺市场特征 211
 - (五) 广州演艺产业规划 212
- 第二节 领先城市演艺市场分析 213
 - 一、深圳市演艺产业发展分析 213
 - (一) 深圳文化产业现状 213
 - (二) 深圳演出市场特点 215
 - (三) 深圳主要演出场馆 216
 - (四) 深圳演艺发展战略 217
 - (五) 深圳演艺市场机遇 217
 - 二、成都市演艺产业发展分析 218
 - (一) 成都文化产业现状 218
 - (二) 成都演出市场特点 219
 - (三) 成都话剧演出市场 219
 - (四) 成都演艺产业战略 220
 - 三、长沙市演艺产业发展分析 220
 - (一) 长沙文化产业环境 220
 - (二) 居民文化消费特点 221
 - (三) 长沙演出市场特点 222

- (四) 长沙演艺市场新规 223
- (五) 长沙演艺产业战略 224
- 四、济南市演艺产业发展分析 224
 - (一) 济南文化产业现状 224
 - (二) 济南演艺产业优势 225
 - (三) 济南主要演出场馆 226
 - (四) 济南演艺市场规划 226
- 五、天津市演艺产业发展分析 227
 - (一) 天津文化产业背景 227
 - (二) 天津演出市场规模 228
 - (三) 天津主要演出场馆 228
 - (四) 天津演艺市场动态 229
 - (五) 天津演艺产业规划 230
- 六、重庆市演艺产业发展分析 230
 - (一) 重庆文化产业政策 230
 - (二) 重庆主要演出场馆 231
 - (三) 重庆演出市场规模 232
 - (四) 重庆演出市场动态 232
 - (五) 重庆演艺市场前景 233
- 七、青岛市演艺产业发展分析 234
 - (一) 青岛文化产业现状 234
 - (二) 青岛演出市场特点 235
 - (三) 青岛主要演出场馆 236
 - (四) 青岛演艺市场规模 237
 - (五) 青岛演出市场前景 237
- 八、杭州市演艺产业发展分析 237
 - (一) 杭州文化产业环境 237
 - (二) 杭州主要演出场馆 238
 - (三) 杭州旅游演艺特点 238
 - (四) 杭州演艺产业规划 240
- 九、西安市演艺产业发展分析 241
 - (一) 西安文化产业背景 241

(二) 西安演艺产业特点	241
(三) 西安演艺发展机遇	242
(四) 西安演艺发展前景	242
十、南京市演艺产业发展分析	243
(一) 南京文化发展背景	243
(二) 南京演艺运营情况	243
(三) 南京演艺发展机遇	244
(四) 南京演艺运营前景	244
第七章 国内外演艺精品剧目运营经验借鉴	246
第一节 国外领先演艺精品剧目运营分析	246
一、《猫》	246
(一) 故事背景情况概述	246
(二) 剧目运营成果总结	248
(三) 在华运营情况分析	248
(四) 剧目运营经验借鉴	248
二、《图兰朵》	249
(一) 全球运作背景介绍	249
(二) 在华运营情况分析	249
(三) 运营规模情况分析	250
(四) "资本化"运作分析	250
三、《大河之舞》	251
(一) 故事背景情况概述	251
(二) 剧目运营成果总结	251
(三) 在华运营情况分析	251
(四) 剧目运营经验借鉴	252
第二节 中国领先演艺精品项目运营分析	255
一、《茶馆》	255
(一) 演出基本情况概述	255
(二) 剧目运营主体团队	256
(三) 剧目投资收益分析	256
(四) 市场影响效果分析	257
(五) 剧目成功经验借鉴	257

二、《雷雨》	258
(一) 演出基本情况概述	258
(二) 剧目运营主体团队	258
(三) 剧目投资收益分析	260
(四) 市场影响效果分析	260
(五) 剧目成功经验借鉴	260
三、《女子十二乐坊》	261
(一) 演出基本情况概述	261
(二) 剧目运营主体团队	261
(三) 剧目投资收益分析	262
(四) 市场影响效果分析	264
(五) 剧目成功经验借鉴	264
四、《印象·刘三姐》	265
(一) 演出基本情况概述	265
(二) 项目运营主体团队	266
(三) 项目投资收益分析	266
(四) 市场影响效果分析	267
(五) 剧目成功经验借鉴	269
五、《中华泰山封禅大典》	271
(一) 演出基本情况概述	271
(二) 项目运营主体团队	271
(三) 项目投资收益分析	272
(四) 市场影响效果分析	272
(五) 剧目成功经验借鉴	274
六、宋城演艺系列产品	276
(一) 《宋城千古情》	276
1、演出基本情况概述	276
2、项目运营主体团队	277
3、项目投资收益分析	277
4、市场影响效果分析	278
5、剧目成功经验借鉴	278
(二) 《三亚千古情》	279

- 1、演出基本情况概述 279
- 2、项目投资收益分析 280
 - (三)《丽江千古情》 281
 - 1、演出基本情况概述 281
 - 2、项目投资收益分析 281
 - (四)《九寨千古情》 282
 - 1、演出基本情况概述 282
 - 2、项目投资收益分析 282
- 七、《西游记》 282
 - (一)演出基本情况概述 282
 - (二)项目制作投入情况 283
 - (三)市场影响效果分析 283
 - (四)剧目成功经验借鉴 283
- 第三节 国外优秀剧目在华改篇运营分析 284
 - 一、《妈妈咪呀!》 284
 - (一)全球运作背景介绍 284
 - (二)在华运营情况分析 285
 - (三)剧目运营经验借鉴 285
 - 二、《胡桃夹子?海上梦》 287
 - (一)全球运作背景介绍 287
 - (二)在华运营情况分析 287
 - (三)运营规模情况分析 288
 - (四)剧目运营经验借鉴 288
- 第四节 国内剧目在国外成功运营经验借鉴 289
 - 一、《风中少林》 289
 - (一)演出基本情况概述 289
 - (二)剧目运营团队分析 289
 - (三)海外演出情况分析 290
 - (四)剧目成功经验借鉴 290
 - 二、《功夫传奇》 293
 - (一)演出基本情况概述 293
 - (二)剧目运营团队分析 294

(三) 海外演出情况分析	295
(四) 剧目成功经验借鉴	295
三、《丝路花雨》	299
(一) 剧目简介及特色	299
(二) 剧目在华运营情况	299
(三) 剧目海外演出情况	299
第八章 中国演艺产业领先企业经营分析	300
第一节 领先国有改制演艺团体经营分析	300
一、中国东方演艺集团有限公司	300
(一) 剧团发展概况	300
(二) 剧团组织架构	300
(三) 剧团演艺资源	301
(四) 剧团定位与任务	302
(五) 剧团优势分析	302
(六) 剧团战略规划	303
(七) 剧团最新动向	303
二、江苏省演艺集团有限公司	303
(一) 剧团发展概况	303
(二) 剧团组织架构	304
(三) 剧团演艺资源	305
(四) 剧团业务体系	305
(五) 剧团服务网络	306
(六) 剧团优势分析	306
三、北京演艺集团有限责任公司	306
(一) 剧团发展概况	306
(二) 剧团组织架构	307
(三) 剧团演艺资源	308
(四) 剧团业务体系	308
(五) 剧团经营分析	308
(六) 剧团优势分析	309
(七) 剧团最新动向	309
第二节 中国领先演出品牌机构经营分析	309

一、本山传媒集团 309

(一) 企业发展历程 309

(二) 企业演艺资源 310

(三) 企业业务体系 310

(四) 企业经营成果 311

(五) 企业合作情况 311

(六) 企业发展优劣势 311

二、北京德云社文化传播有限公司 313

(一) 企业发展历程 313

(二) 企业演艺资源 313

(三) 企业常规场地 314

(四) 企业业务体系 315

(五) 企业服务网络 315

(六) 企业发展优劣势 315

第三节 中国领先产业整合演艺机构分析 316

一、北京保利剧院管理有限公司 316

(一) 企业发展概况 316

(二) 企业业务体系 317

(三) 企业服务网络 317

(四) 企业演艺资源 317

(五) 企业经营分析 318

(六) 企业优势分析 318

(七) 企业战略规划 319

二、北京红马传媒文化发展有限公司 319

(一) 企业发展概况 319

(二) 企业业务体系 319

(三) 企业服务网络 319

(四) 企业演艺资源 320

(五) 企业经营分析 320

(六) 企业优势分析 321

第四节 中国领先旅游文化演艺企业分析 321

一、宋城演艺发展股份有限公司 321

- (一) 企业发展概况 321
- (二) 企业业务情况 321
- (三) 企业经营情况 323
- (四) 企业项目进展 324
- (五) 企业成功经验 328
- 二、桂林广维文华旅游文化产业有限公司 333
 - (一) 企业发展概况 333
 - (二) 企业业务体系 334
 - (三) 企业演艺资源 334
 - (四) 企业经营分析 335
- 第五节 领先开拓国际市场演艺企业分析 335
 - 一、中国对外文化集团公司 335
 - (一) 企业发展概述 335
 - 1、企业发展历程 335
 - 2、企业组织架构 335
 - 3、企业演艺资源 336
 - 4、企业业务架构 337
 - 5、企业经营业绩 337
 - (二) 企业涉外演出分析 338
 - (三) 企业竞争优势分析 338
 - (四) 企业合作情况分析 339
 - 二、天创国际演艺制作交流有限公司 339
 - (一) 企业发展概述 339
 - 1、企业发展历程 339
 - 2、企业组织架构 340
 - 3、企业演艺资源 340
 - 4、企业业务架构 340
 - 5、企业经营模式 340
 - (二) 企业涉外演出分析 341
 - (三) 企业服务网络分析 341
 - (四) 企业竞争优势分析 341
 - (五) 企业创新成果分析 342

第九章 中国演艺产业投资模式与价值分析 343

第一节 中国演艺产业投融资模式 343

一、银行贷款 343

二、VC/PE投资模式 343

三、并购投资模式 344

四、上市融资模式 345

第二节 大鳄全力布局全产业链 346

一、传统文化传媒企业拓展全产业链 347

(一) 华策影视 347

(二) 奥飞动漫 348

(三) 蓝色光标 348

二、场外企业跨界并购进入 349

三、互联网企业延伸进入文化产业 350

四、文化产业重点投资领域 351

五、文化传媒并购持续加速 353

第三节 演艺产业投资兼并与重组动态 355

一、宋城演艺收购北京演艺集团股权 355

二、海印股份收购湖南演艺 356

第四节 演艺产业投资价值与风险分析 358

一、演艺产业投资价值解析 358

(一) 旅游演出投资特性 358

(二) 海外演出投资机会 358

(三) 演艺设备投资价值 359

二、演艺产业投资风险解析 360

(一) 市场运营风险 360

(二) 创新不足风险 360

(三) 消费疲软风险 361

(四) 剧院空置风险 361

(五) 其他风险分析 361

第十章 2017-2022年中国演艺产业发展趋势与前景预测 363(AK WZY)

第一节 2017-2022年演出市场投资政策环境分析 363

一、优化演出市场的政策及市场环境需求 363

二、社会资金资助文化事业发展亟需政策鼓励 364

第二节 演艺产业发展阻碍因素分析 366

一、演艺产业典型阻碍因素 366

- (一) 文化消费未成为生活必需 366
- (二) 演艺市场成熟度不高 366
- (三) 原创生态环境尚未形成 366
- (四) 税收政策缺乏特殊性 367
- (五) 演艺产业缺乏统计标准 367

二、演艺市场存在问题分析 368

- (一) 部分二、三线城市剧场空巢现象有待改善 368
- (二) 演出票务市场观众权益保障机制有待完善 368
- (三) 社会资助艺术类演出激励机制有待健全 369
- (四) 原创力量薄弱，节目创新意识有待提高 369

第三节 演艺产业发展趋势解析 369

一、联合与融合趋势 369

- (一) 演出跨界融合加深 369
- (二) 跨区域合作趋势扩大 370
- (三) 演艺聚焦区成为常态 370

二、创作与保护趋势 370

- (一) "内容为王"力量彰显 370
- (二) 知识产权保护为新课题 371

三、企业运营与管理趋势 372

- (一) 品牌化竞争时代来临 372
- (二) 企业集团化趋势明显 372
- (三) 产业链延伸成利润增长点 372
- (四) 资本为企业成长重要推动力 372

四、演出市场转型趋势 373

- (一) 演出市场面临转型 373
- (二) 政府职能推动转型 373

五、对外扩张趋势 374

- (一) "走出去"创新模式继续推进 374
- (二) 加大文艺产品的出口力度 374

第四节 演艺产业发展前景预测	375
一、“十三五”产业整体预测	375
二、主要区域演艺市场前景预测	375
（一）珠三角地区发展前景预测	375
（二）环渤海地区发展前景预测	376
（三）长三角地区发展前景预测	376
（四）其他地区发展前景预测	377
三、2017-2022年中国演艺产业市场前景分析	378
（一）演出团体增长前景预测	378
（二）中国演艺市场规模预测	378
（三）演出票务市场前景预测	379
（四）演出场所发展前景预测	380

图表目录:

图表 1 演艺产业按照形式及面向对象划分情况	21
图表 2 城市演艺产业链五大环节	25
图表 3 中国演艺产业营业税改增值税情况	37
图表 4 中国演艺产业税率变化明细表	37
图表 5 剧场自用房产土地税、房产税情况	38
图表 6 2011-2015年七国集团GDP增长率统计	45
图表 7 2012-2015年七国集团GDP各季度增长率统计	46
图表 8 2011-2015年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率统计	46
图表 9 2012-2015年金砖国家及部分亚洲经济体各季度GDP同比增长率统计	47
图表 10 2015年全球及主要经济体制造业PMI	49
图表 11 2015年全球及主要经济体服务业PMI	49
图表 12 全球及主要经济体制造业PMI新订单指数	50
图表 13 全球及主要经济体制造业PMI出口新订单指数	50
图表 14 2009-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图	52
图表 15 2013-2014年国内生产总值构成及增长速度统计	53
图表 16 2015年中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图	54
图表 17 2014年中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图	54
图表 18 2009-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图	55

- 图表 19 2009-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 56
- 图表 20 2010-2015年中国城镇居民文教娱乐人均现金消费支出统计 57
- 图表 21 2009-2014年文化艺术业和娱乐业固定资产投资情况 58
- 图表 22 2010-2014年中国网民规模和互联网普及率变化趋势图 59
- 图表 23 2010-2014年中国手机网民规模及其占网民比例变化趋势图 59
- 图表 24 2013-2014年网民上网设备结构图 60
- 图表 25 2013-2014年网民使用电脑上网场所结构图 61
- 图表 26 2011-2014网民平均每周上网时长变化趋势图 61
- 图表 27 2013-2014年中国网民性别结构图 62
- 图表 28 2013-2014年中国网民年龄结构图 62
- 图表 29 2013-2014年中国网民学历结构图 63
- 图表 30 2013-2014年中国网民职业结构图 64
- 图表 31 2013-2014年中国网民个人月收入结构图 65
- 图表 32 2013-2014年中国互联网基础资源对比 66
- 图表 33 2013-2014年中国网民各类网络应用的使用率 67
- 图表 34 2013-2014年中国网民各类手机网络应用的使用率 68
- 图表 35 2011-2015年中国IPTV用户数量变化趋势图 69
- 图表 36 2011-2015年中国国际演出交易会主办地点列表 71
- 图表 37 百老汇模式三大成功基因及龙头成长之道 86
- 图表 38 2011-2015年百老汇各演出季票房总收入变化趋势图 87
- 图表 39 2011-2015年百老汇各演出季观众人数变化趋势图 88
- 图表 40 纽约三大剧院集团概况 88
- 图表 41 2015年百老汇票房收益集中度 89
- 图表 42 纽约百老汇剧场类型配置 90
- 图表 43 2011-2015年中国演出市场总体规模统计 104
- 图表 44 2015年中国演出市场总经济规模结构情况 105
- 图表 45 2015年中国演出市场总经济规模结构图 105
- 图表 46 2011-2015年中国演出票房收入规模统计 106
- 图表 47 2015年中国演出票房收入结构情况 106
- 图表 48 2015年中国演出票房收入结构图 106
- 图表 49 2015年专业剧场演出场次分类统计 107
- 图表 50 2015年中国农村演出场数及收入情况 107

- 图表 51 2015年中国演出周边产品及赞助收入情况 107
- 图表 52 2015年中国演出经营主体配套设施及其他服务收入情况 108
- 图表 53 2015年中国演出行业政府补贴收入情况 108
- 图表 54 2015年中国文艺表演团体收入情况 109
- 图表 55 2015年文艺表演团体收入情况对比 109
- 图表 56 2015年国有院团和民营院团政府补贴收入对比 113
- 图表 57 2011-2015年中国演出经纪机构总数情况 114
- 图表 58 2015年中国演出经纪机构总收入构成情况 115
- 图表 59 2015年演出经纪机构自营演出收入分布 116
- 图表 60 2015年演出消费者眼中的票务市场 120
- 图表 61 2015年中国专业剧场收入结构情况 121
- 图表 62 2015年专业剧场自营与出租收入分布情况 122
- 图表 63 2015年中国专业从事舞美工程收入结构情况 123
- 图表 64 2015年剧场工程和临建工程项目数量及收入对比图 124
- 图表 65 2011-2015年中国艺术表演团体数量统计 128
- 图表 66 2015年中国各类艺术表演团体数量统计 128
- 图表 67 2015年中国各类艺术表演团体从业人员统计 129
- 图表 68 2015年中国各类艺术表演团体原创首演剧目数量统计 130
- 图表 69 2011-2015年中国艺术表演团体演出场次情况 131
- 图表 70 2015年中国各类艺术表演团体演出场次数统计 131
- 图表 71 2011-2015年中国艺术表演国内观众人数情况统计 132
- 图表 72 2015年中国各类艺术表演团体观众数量统计 133
- 图表 73 2011-2015年中国艺术表演团体收入规模及构成 134
- 图表 74 2015年中国各类艺术表演团体收支情况统计 134
- 图表 75 2015年中国政府采购的公益演出活动情况统计 135
- 图表 76 2011-2015年中国艺术表演场馆数量统计 136
- 图表 77 2015年中国各类艺术表演场馆数量统计 136
- 图表 78 2015年中国各类艺术表演场馆从业人员数量统计 137
- 图表 79 2015年中国各类艺术表演场馆坐席数量统计 138
- 图表 80 2015年中国各类艺术表演场演出场次统计 139
- 图表 81 2015年中国各类艺术表演场馆演出场次统计 140
- 图表 82 2015年中国各类艺术表演场馆收支统计 141

- 图表 83 2015年中国音乐类演出市场规模结构情况 160
- 图表 84 2012-2015年音乐会上座率对比情况 162
- 图表 85 2015年音乐节收入分布情况 164
- 图表 86 2015年音乐、舞蹈、话剧、戏曲四类演出场次对比 166
- 图表 87 2012-2015年话剧市场对比情况 170
- 图表 88 2015年中国话剧演出市场规模情况 172
- 图表 89 2015年票务公司话剧演出场次代理情况对比 173
- 图表 90 2015年城市与农村戏曲演出场次对比 174
- 图表 91 2015年中国曲艺杂技演出市场规模统计 175
- 图表 92 中外儿童剧著名剧目情况统计 181
- 图表 93 2015年送戏下乡政府补贴场次及投入情况 186
- 图表 94 中国旅游演艺行业的发展沿革 190
- 图表 95 2015年旅游演出年收入情况比例统计 192
- 图表 96 2015年旅游演出收入及场次对比图 193
- 图表 97 2015年北京市演艺产业按演出团体分类演出场次统计情况分析 201
- 图表 98 2015年北京市演艺产业按艺术门类分类演出场次统计情况分析 202
- 图表 99 2015年北京市演出场所观众人数统计情况分析 202
- 图表 100 2011-2015年北京市艺术表演团体观众人数统计情况分析 203
- 图表 101 2011-2015年北京市艺术场馆观众人数统计情况分析 203
- 图表 102 2015年北京市演出场所演出收入统计情况分析 203
- 图表 103 北京市演艺产业按艺术类型分类演出票价统计情况分析 204
- 图表 104 2015年北京市演艺产业200场以上剧场部分情况统计 205
- 图表 105 上海市演艺场馆统计情况分析 206
- 图表 106 2015年上海市艺术表演团体主要情况统计 207
- 图表 107 2015年上海市艺术表演团体国内演出及观众人次统计情况和分析 207
- 图表 108 2011-2015年上海市艺术场馆观众人数统计情况分析 208
- 图表 109 广州市主要演出场馆及简介 210
- 图表 110 深圳市主要演出场馆及简介 216
- 图表 111 2015年长沙市城乡居民经常参与的文化休闲娱乐形式调查结果 222
- 图表 112 济南主要演出场馆及简介 226
- 图表 113 2011-2015年天津市艺术表演团体数量及演出情况 228
- 图表 114 2011-2015年天津市艺术表演场馆情况 228

- 图表 115 天津主要演出场馆情况 229
- 图表 116 重庆市主要演出场馆及简介 231
- 图表 117 2011-2015年重庆市艺术表演团体数量及演出情况 232
- 图表 118 2011-2015年重庆市艺术表演场馆运营情况 232
- 图表 119 青岛市主要演出场馆及简介 236
- 图表 120 杭州市主要演出场馆及简介 238
- 图表 121 近年来《雷雨》运营情况 259
- 图表 122 女子十二乐坊主要作品情况 263
- 图表 123 中国东方演艺集团有限公司组织结构图 301
- 图表 124 江苏省演艺集团有限公司基本情况 304
- 图表 125 江苏省演艺集团有限公司组织架构图 304
- 图表 126 北京演艺集团有限公司基本情况 306
- 图表 127 北京演艺集团有限责任公司组织架构图 307
- 图表 128 北京演艺集团有限责任公司主要业务一览表 308
- 图表 129 北京德云社文化传播有限公司基本情况 313
- 图表 130 北京德云社相声队各队成员情况分析 314
- 图表 131 北京德云社常规场地情况分析 314
- 图表 132 德云社SWOT竞争优势情况分析 316
- 图表 133 北京保利剧院管理有限公司基本情况 316
- 图表 134 北京保利剧院管理有限公司下属剧院情况统计分析 317
- 图表 135 北京红马传媒文化发展有限公司基本情况 319
- 图表 136 丽江宋城旅游区远眺 322
- 图表 137 九寨宋城旅游区开业第一天盛况 322
- 图表 138 2014年宋城演艺发展股份有限公司主营产品情况 324
- 图表 139 中国演艺谷设路的剧院集群 328
- 图表 140 2014年演艺谷拟上演戏剧类节目 330
- 图表 141 2014年演艺谷拟推出音乐节内容 331
- 图表 142 2014年演艺谷拟推出演唱会 331
- 图表 143 中国演艺谷安排的其他内容 332
- 图表 144 2016年将建成的浙江文化城"一院四馆两公司" 332
- 图表 145 演艺谷已合作及拟合作对象 333
- 图表 146 桂林广维文华旅游文化产业有限公司基本情况 334

- 图表 147 中国对外文化集团公司组织架构图 336
- 图表 148 中国对外文化集团公司业务情况分析 337
- 图表 149 中国对外文化集团公司主要合作企业情况 339
- 图表 150 天创国际演艺制作交流有限公司基本情况 339
- 图表 151 天创国际演艺制作交流有限公司组织架构图 340
- 图表 152 文化传媒上市公司合作成立并购基金 345
- 图表 153 文化传媒行业主流并购方 346
- 图表 154 华策影视主要投资项目 347
- 图表 155 奥飞动漫商业模式 348
- 图表 156 蓝色光标文化传媒行业公司主要并购项目 349
- 图表 157 万达集团文化传媒产业布局 350
- 图表 158 阿里巴巴文化传媒行业主要并购案例 351
- 图表 159 文化产业并购资金偏好子版块情况 352
- 图表 160 2009-2014YTD交易金额排名 353
- 图表 161 2014年1-10月文化传媒行业融资案例 354
- 图表 162 2014年1-10月文化传媒行业机构退出金额排行 355
- 图表 163 2014-2020年中国文化演出市场规模预测趋势图 379

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/281382.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专业提供投资咨询报告、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。