



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国旅游演艺市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国旅游演艺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/284237.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

与传统演出相比，旅游演艺有其独特的特点：游客是其主要依赖观众来源，进行长期的驻场演出，演出地点大多在室外或旅游地的剧院中，演出时间基本都是在晚间游客休闲时段，演出内容为旅游城市或景区的特色文化等。

作为文化与旅游的有机融合，旅游演艺一经诞生就被各界寄予了厚望，尤其是在“印象系列”大火之后，短时间内各地旅游演出项目纷纷上马。仅海南一省就有11个旅游驻场演出剧场。然而，一项调查发现这11个旅游驻场演出剧场中，有5家亏损，2家停休业，真正盈利的只有4家。

“文化旅游产业”微信公众平台创办人崔俊超认为，旅游演艺方兴未艾，机遇与挑战并存。崔俊超指出，旅游演艺项目众多，但其节目质量却并不完全被消费者认可。据清华大学媒介调查实验室在全国范围内所做的抽样调查结果显示，超过半数的调查对象对目前的旅游演艺节目质量并不满意。其中49%的人认为：“节目质量良莠不齐，精品较少”；16%的人认为“节目雷同，缺乏特色”；仅有35%的受访者对目前的旅游演艺节目表示肯定。表示肯定的人群中，18%的受访者认为“大多数场面宏大、制作精良”，16%的人认为“拥有较高的文化品位”。

分地区来看，目前我国旅游演艺产业发展较好的地区分布于旅游与文化资源均丰富的城市，如桂林、杭州、云南、成都、西安、北京等。下面列出一些主要旅游演艺城市的重点项目。中国分地区主要旅游演艺项目

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 旅游演艺相关概述

1.1 文化旅游相关内容

1.1.1 文化旅游内涵

1.1.2 文化旅游类型

1.1.3 文化旅游核心价值

1.2 旅游与演艺的融合

- 1.2.1 旅游产业介绍
- 1.2.2 演艺产业介绍
- 1.2.3 行业融合的必要性
- 1.3 旅游演艺简述
 - 1.3.1 旅游演艺定义
 - 1.3.2 旅游演艺特点
 - 1.3.3 旅游演艺分类 中国旅游演艺行业的分类

第二章 2014-2016年中国文化旅游业发展状况剖析

- 2.1 2014-2016年中国文化旅游业发展现状
 - 2.1.1 市场逐渐成型
 - 2.1.2 产业融合发展
 - 2.1.3 行业并购重组
 - 2.1.4 行业投资动态
 - 2.1.5 重点文化旅游项目 中国重点知名旅游演艺项目一览表
- 2.2 2014-2016年中国文化旅游创意园区运营状况
 - 2.2.1 园区发展概述
 - 2.2.2 园区逐渐兴起
 - 2.2.3 园区开发模式
 - 2.2.4 园区建设动态
 - 2.2.5 园区发展战略
- 2.3 中国文化旅游业营销运作形式
 - 2.3.1 行业营销的运作基础
 - 2.3.2 文化包装与产品设计
 - 2.3.3 文化传播与广告促销
 - 2.3.4 文化体验与旅游品牌
- 2.4 中国文化旅游业发展存在的主要问题
 - 2.4.1 行业面临的开发难题
 - 2.4.2 行业运营存在的挑战
 - 2.4.3 产品开发面临的文化矛盾

2.4.4 传统文化景区发展的尴尬局面

2.5 中国文化旅游业发展对策分析

2.5.1 充分挖掘旅游文化内涵

2.5.2 文化旅游产业开发策略

2.5.3 文化旅游产业融合发展战略

2.5.4 文化旅游产业集团发展路径

第三章 2014-2016年中国旅游演艺行业发展环境分析

3.1 政策环境

3.1.1 旅游业相关政策支持

3.1.2 旅游业国家标准颁布

3.1.3 重视旅游业产业地位

3.1.4 促进文化与旅游结合发展

3.2 经济环境

3.2.1 国际经济发展形势

3.2.2 中国经济运行现状

3.2.3 经济发展趋势分析

3.3 社会环境

3.3.1 人口数量规模

3.3.2 民众休闲需求

3.3.3 旅游消费提高

3.3.4 人均出游率上升

第四章 2014-2016年旅游演艺行业发展全方位剖析

4.1 国际旅游演艺行业发展经验借鉴分析

4.1.1 行业发展历程

4.1.2 行业转型发展

4.1.3 主要演艺形式

4.1.4 典型案例借鉴

4.2 中国旅游演艺行业发展状况

4.2.1 行业发展历程

4.2.2 行业发展现状

2001-2011年，我国国内游的游客人数从7.84亿人次增长到了26.4亿人次，年复合增长率约为13%。假设未来9年（2012-2020年）仍将保持13%的增长率，并假设人均有效票价保持80元不变，而且旅游演艺市场的渗透率达到《宋城千古情》目前的水平（3.66%），则可以预测2020年整个行业的市场规模将达到232亿元。2012-2020年旅游演艺行业市场规模乐观估计（单位：万人，元，万元，%）

4.2.3 行业发展格局

4.2.4 行业发展动态

4.2.5 产品特征分析

4.2.6 项目打造流程

4.3 中国旅游演艺市场的SWOT分析

4.3.1 优势分析（Strengths）

4.3.2 劣势分析（Weaknesses）

4.3.3 机会分析（Opportunities）

4.3.4 威胁分析（Threats）

4.4 中国旅游演艺行业空间分布

4.4.1 省际间分布情况

4.4.2 沿海与内陆差异

4.4.3 空间布局差异原因解析

4.5 中国旅游演艺市场营销分析

4.5.1 市场定位

4.5.2 营销的平台选择

4.5.3 营销模式分析

4.5.4 营销特色分析

4.6 中国旅游演艺行业创新驱动机制分析

4.6.1 创新驱动机制

4.6.2 创新驱动机制运作

4.6.3 创新驱动机制存在的问题

4.7 中国旅游演艺行业发展存在的主要问题

4.7.1 项目同质化泛滥

4.7.2 面临成本控制问题

4.7.3 行业面临的运营问题

4.8 中国旅游演艺行业发展对策

4.8.1 打造具备内涵作品

4.8.2 寻找创新营销方式

4.8.3 注重资源整合发展

4.8.4 重视构建行业标准

4.8.5 行业健康发展策略

第五章 中国旅游演艺产品的开发探究

5.1 中国旅游演艺产品的开发原则

5.1.1 市场需求的原则

5.1.2 打造精品的原则

5.1.3 强强联合的原则

5.1.4 不断创新的原则

5.2 中国旅游演艺产品开发思路

5.2.1 准确的市场定位

5.2.2 大众化的创编理念

5.2.3 突出地域文化特色

5.2.4 有效的政府引导

5.2.5 市场化的运作模式

5.3 中国旅游演艺市场开发主体

5.3.1 专业演出团体

5.3.2 政府主导下企业

5.4 中国旅游演艺产品的开发模式

5.4.1 主题公园演艺产品的开发模式

5.4.2 实景类演艺产品的开发模式

5.4.3 原生态演艺产品的开发模式

5.5 中国旅游演艺产品开发具体途径

5.5.1 提供鲜明的主题

5.5.2 提供幻化的时空

5.5.3 提供游客参与的平台

5.5.4 提供丰富的衍生产品

5.6 中国旅游演艺产品开发对策

- 5.6.1 彰显地域特色
- 5.6.2 塑造文化品牌
- 5.6.3 融入体验活动
- 5.6.4 有效营销策略

第六章 中国旅游演艺产品发展分析

- 6.1 中国大型旅游演艺产品类型
 - 6.1.1 大型山水实景表演
 - 6.1.2 综合性歌舞表演
 - 6.1.3 原生态民俗风情表演
- 6.2 中国旅游演艺产品的存在价值分析
 - 6.2.1 增加当地居民收入
 - 6.2.2 提升旅游地知名度
 - 6.2.3 延长游客停留时间
 - 6.2.4 延伸景区生命周期
 - 6.2.5 提高旅游地经济效益
- 6.3 中国大型旅游演艺产品特征
 - 6.3.1 地域风情与文化内涵相结合
 - 6.3.2 主题性和综合性相结合
 - 6.3.3 精品化与规模化相结合
- 6.4 中国大型主题旅游演艺产品开发及运营
 - 6.4.1 产品的类型及特点
 - 6.4.2 产品开发思路
 - 6.4.3 产品创设路径
 - 6.4.4 产品运行模式

第七章 2014-2016年重点区域旅游演艺行业运行状况

- 7.1 浙江省
 - 7.1.1 政策环境
 - 7.1.2 市场定位
 - 7.1.3 项目运营模式
 - 7.1.4 主要地区发展

7.2 江西省

7.2.1 发展意义

7.2.2 发展现状

7.2.3 政策支持

7.2.4 发展建议

7.3 四川省

7.3.1 成都发展状况

7.3.2 九寨沟发展状况

7.3.3 峨眉山打造演艺中心

7.4 海南省

7.4.1 政策支持

7.4.2 发展状况

7.4.3 发展建议

7.5 广西省

7.5.1 资源条件

7.5.2 运营机制

7.5.3 主要地区

7.5.4 发展建议

7.6 河南省

7.6.1 发展状况

7.6.2 存在的问题

7.6.3 发展建议

7.7 黑龙江省

7.7.1 发展阶段

7.7.2 发展意义

7.7.3 发展建议

7.8 新疆自治区

7.8.1 资源优势

7.8.2 发展状况

7.8.3 发展特点

7.8.4 发展对策

7.9 上海市

- 7.9.1 发展概况
- 7.9.2 发展优劣势
- 7.9.3 面临的挑战
- 7.9.4 存在机遇

第八章 中国旅游演艺企业运作模式剖析

- 8.1 中国旅游演艺企业发展的驱动因素
 - 8.1.1 地域文化的资源驱动
 - 8.1.2 旅游产业的转型升级
 - 8.1.3 地方政府的强有力支持
 - 8.1.4 民营资本的全面介入
- 8.2 中国旅游演艺企业价值链系统结构
 - 8.2.1 基本环节
 - 8.2.2 辅助环节
 - 8.2.3 价值链系统
 - 8.2.4 价值实现过程
 - 8.2.5 价值链特点
- 8.3 中国旅游演艺企业发展中存在的问题
 - 8.3.1 缺乏准确的市场地位
 - 8.3.2 存在产品的制作风险
 - 8.3.3 缺乏复合型人才
 - 8.3.4 缺乏衍生产品的开发
 - 8.3.5 缺乏有效的营销模式
- 8.4 中国旅游演艺企业提升核心竞争力方案
 - 8.4.1 总体思路和原则
 - 8.4.2 核心竞争力提升途径
 - 8.4.3 核心竞争力提升的政策建议

第九章 2014-2016年中国重点旅游演艺企业运营状况

- 9.1 宋城演艺发展股份有限公司
 - 9.1.1、企业发展简况分析
 - 9.1.2、企业经营情况分析

9.1.3、企业经营优劣势分析

9.2 国旅联合股份有限公司

9.2.1、企业发展简况分析

9.2.2、企业经营情况分析

9.2.3、企业经营优劣势分析

9.3. 1、企业发展简况分析

9.3.2、企业经营情况分析

9.3.3、企业经营优劣势分析

9.4 海南印象文化旅游发展有限公司

9.4.1、企业发展简况分析

9.4.2、企业经营情况分析

9.4.3、企业经营优劣势分析

9.5 深圳华侨城国际传媒演艺有限公司

9.5.1、企业发展简况分析

9.5.2、企业经营情况分析

9.5.3、企业经营优劣势分析

9.6 陕西旅游集团公司

9.6.1企业发展简况分析

9.6.2、企业经营情况分析

9.6.3、企业经营优劣势分析

第十章 中国旅游演艺行业投资分析及前景趋势

10.1 中国旅游演艺行业投资状况分析

10.1.1 行业投资潜力

10.1.2 行业投资思路

10.1.3 行业投资现状

10.1.4 项目投资策略

10.2 中国旅游演艺行业发展前景及趋势

10.2.1 行业发展前景

10.2.2 经济效益展望

10.2.3 行业发展趋势

10.3 2017-2022年旅游演艺行业发展预测分析

10.3.1 中国旅游演艺行业发展因素分析

10.3.2 2017-2022年旅游演艺行业规模预测(AKLT)

附录:

附录一：促进文化与旅游结合发展的指导意见

附录二：旅游演艺服务与管理规范

部分图表目录:

图表：万达文化旅游项目情况

图表：华侨城集团文化旅游项目情况

图表：宋城股份文化旅游项目情况

图表：新华联文化旅游项目情况

图表：中坤集团文化旅游项目情况

图表：文化旅游创意产业园区开发的主流模式介绍

图表：2009-2015年旅游业相关政策概要

图表：2013-2014年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2005-2014年全国粮食产量

图表：2013-2014年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表：2013-2014年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）

图表：2013-2014年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表：2013-2014年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表：2013-2014年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表：2011-2015年国内生产总值及其增长速度

图表：2011-2015年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表：2015年年末人口数及其构成

图表：2011-2015年城镇新增就业人数

图表：2011-2015年全员劳动生产率

图表：2015年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2015年居民消费价格比上2014年涨跌幅度

图表：2015年新建商品住宅月同比价格上涨、持平、下降城市个数变化情况

图表：2011-2015年全国一般公共预算收入

图表：2011-2015年粮食产量

图表：2011-2015年全部工业增加值及其增长速度

图表：2011-2015年全社会固定资产投资

图表：2011-2015年社会消费品零售总额

图表：2011-2015年货物进出口总额

图表：2014 -2016年中国GDP同比增速

图表：2015年-2016年社会消费品零售总额同比增长

图表：2015-2016年中国实际使用外资情况

图表：2014-2016年中国宏观经济主要指标

图表：2001-2014年中国人口数量规模

图表：2014年年末中国人口结构

图表：我国旅游演艺产业发展历程

图表：2011-2015年中国旅游演出票房收入统计

图表：2011-2015年中国旅游演出观众人次统计

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/284237.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。