

2017-2022年中国演艺市场 深度研究与市场供需预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国演艺市场深度研究与市场供需预测报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/M93271CIKW.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、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。

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，民众的文化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。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国演艺市场深度研究与市场供需预测报告》共十章。首先介绍了演艺相关概念及发展环境，接着分析了中国演艺规模及消费需求，然后对中国演艺市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国演艺面临的机遇及发展前景。若您想对中国演艺有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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家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的问题	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

(1) 企业发展简况分析301

(2) 企业经营情况分析302

(3) 企业经营优劣势分析303

二、江苏省演艺集团有限公司 303

(1) 企业发展简况分析303

(2) 企业经营情况分析305

(3) 企业经营优劣势分析306

三、北京演艺集团有限责任公司 306

(1) 企业发展简况分析306

(2) 企业经营情况分析308

(3) 企业经营优劣势分析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

(1) 企业发展简况分析309

(2) 企业经营情况分析310

(3) 企业经营优劣势分析311

二、北京德云社文化传播有限公司 313

(1) 企业发展简况分析313

(2) 企业经营情况分析314

(3) 企业经营优劣势分析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

(1) 企业发展简况分析316

(2) 企业经营情况分析317

(3) 企业经营优劣势分析319

二、北京红马传媒文化发展有限公司 319

(1) 企业发展简况分析319

(2) 企业经营情况分析320

(3) 企业经营优劣势分析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

(1) 企业发展简况分析322

(2) 企业经营情况分析326

(3) 企业经营优劣势分析328

二、桂林广维文华旅游文化产业有限公司 333

(1) 企业发展简况分析334

(2) 企业经营情况分析334

(3) 企业经营优劣势分析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) 企业发展简况分析335

(2) 企业经营情况分析336

(3) 企业经营优劣势分析337

二、天创国际演艺制作交流有限公司 339

(1) 企业发展简况分析 340

(2) 企业经营情况分析 340

(3) 企业经营优劣势分析 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(ZY 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 2011-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图 52
图表 15 2015-2016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 2011-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图 55
图表 19 2011-2015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 2011-2015年文化艺术业和娱乐业固定资产投资情况 58
图表 22 2011-2015年中国网民规模和互联网普及率变化趋势图 59
图表 23 2011-2015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 2015-2016年网民上网设备结构图 60
图表 25 2015-2016年网民使用电脑上网场所结构图 61
图表 26 2012-2015网民平均每周上网时长变化趋势图 61
图表 27 2015-2016年中国网民性别结构图 62
图表 28 2015-2016年中国网民年龄结构图 62
图表 29 2015-2016年中国网民学历结构图 63
图表 30 2015-2016年中国网民职业结构图 64
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/M93271CIKW.html>