

2015-2020年中国旅游演出 市场全景调查与市场需求预测报告

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

《2015-2020年中国旅游演出市场全景调查与市场需求预测报告》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/lyyou/V818942LDP.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

报告目录：

- 第一章 2014年中国旅游业整体状况分析 13
 - 第一节 2014年世界旅游业现行指标分析 13
 - 一、世界旅游各国旅游情况 13
 - 二、世界旅游业2007-2014年现行指标比较 13
 - 第二节 近三年中国入境游数据统计分析 15
 - 一、中国入境旅游接待收汇情况 15
 - 二、中国入境旅游主要客源市场情况 17
 - 三、中国入境游主要城市接待情况 21
 - 四、中国入境游地区接待情况 25
 - 五、来华旅游入境人数统计 29
 - 第三节 近几年中国旅游业统计监测 40
 - 一、中国全年旅游业各项统计情况 40
 - 二、中国星级饭店统计监测 44

- 第二章 2014年中国旅游演出业运行环境分析 48
 - 第一节 2014年中国宏观经济环境分析 48
 - 一、国民经济运行情况GDP 48
 - 二、消费价格指数CPI、PPI 48
 - 三、全国居民收入情况 49
 - 四、恩格尔系数 51
 - 五、工业发展形势（季度更新） 52
 - 六、固定资产投资情况 53
 - 八、社会消费品零售总额 56
 - 九、对外贸易&进出口 56
 - 十、中国旅游业在国民经济中的地位分析 57
 - 第二节 2014年中国旅游行业政策环境分析 58
 - 一、《国家旅游局行政许可实施暂行办法》 58
 - 二、《旅游景区(点)道路交通指引标志设置规范》 67
 - 三、《旅游规划通则》 72

四、新的旅游法规将于2013年10月1日正式实施 82

第三节2014年中国旅游行业社会环境分析 85

一、居民消费 85

二、消费观念 85

三、人们生活水平提高 85

第三章 2014年中国旅游演出市场运行状况透析 86

第一节 2014年中国旅游演出业运行综述 86

一、观众规模 86

二、出现上亿元大手笔投资 86

三、带动消费大于情况分析 86

第二节 2014年中国旅游演出业区域市场运行分析 87

一、对浙江省旅游演出业发展的思考 87

二、湖南旅游演出力求差异化发展 92

三、北京亟需大力发展旅游文化演出业 92

四、旅游演出促河南文化旅游转型升级 93

五、成都旅游演出成新景点 94

六、天津市“七大举措”打造天津旅游演出知名品牌 96

第三节 2014年中国国内旅游演出的运营情况分析 97

一、旅游演出的剧目投资：投资多元化、大投入 97

二、旅游演出的剧目创作：旅游与文艺演出相结合 97

三、旅游演出的运作机制：市场化、产业化运作 97

第四章 2014年国内主要旅游演出模式研究——实景模式旅游演出 99

第一节 实景模式旅游演出的基本情况分析 99

一、全国实景类旅游演出分布特征分析 99

二、实景类旅游演出发展趋势分析 99

三、实景旅游演出人员特征分析 99

第二节 实景模式旅游演出的主要特点分析 100

一、项目投入大，回报周期较长 100

二、具有著名的创作阵容 100

三、剧目创新频繁，创作周期长 100

四、项目后续开发及时 101

五、有效的拉动当地旅游市场 101

第三节 实景模式的主要运营方式 101

一、项目的投资模式：政府引导、多元参与 101

二、项目的运作模式：市场化运作，产业化经营 101

三、项目的营销模式：立体化宣传，全方位营销 102

第四节 实景模式的成功实践—《印象?刘三姐》 102

一、基本情况 102

二、剧目开发 104

三、项目投资 106

四、项目运营 106

五、演出效果 107

六、后续产品开发 107

第五节 实景模式的成功实践—《禅宗少林?音乐大典》 108

一、基本情况 108

二、剧目创作/开发 108

三、项目投资 108

四、项目运营 109

五、演出效果 109

六、项目后续开发 109

第五章 2014年中国主题公园模式的旅游演出研究 111

第一节 主题公园模式旅游演出的基本情况 111

一、大型主题公园模式旅游演出区域集中度分析 111

二、演出剧目投资规模分析 112

三、剧目演出场所及场所容量分析 112

第二节 主题公园模式旅游演出的主要特点 112

一、演出功能：以强化休闲娱乐和渲染游乐氛围为主 112

二、演出人员：自建表演团体或引进专业团体驻场演出相结合 112

三、演出形式：大型主题与小型常规表演、定点与巡游演出相结合 112

四、演出票价：以免费或低票价为主 113

五、演出剧目：剧目更新较快 113

第三节 主题公园模式旅游演出的运营方式 113

- 一、投资模式：演出由旅游景区（主题公园）自主开发 113
- 二、创作机制：艺术与商业的有机结合，原创剧目与引进剧目结合 113
- 三、宣传和营销：依托主题公园，同步营销，共享观众市场 114
- 四、演出衍生品开发：多渠道开发 115

第四节 主题公园模式的成功实践之一：深圳世界之窗 115

- 一、基本情况 115
- 二、剧目创作 118
- 三、演出运营 118
- 四、演出情况 119

第五节 主题公园模式的成功实践之四：杭州宋城—《宋城千古情》 122

- 一、基本情况 122
- 二、剧目创作与创新 122
- 三、演出运营 123
- 四、演出效果 124
- 五、演出项目后续开发 125

第六章 2014年中国旅游舞台表演模式的演出研究 125

第一节 旅游舞台表演模式旅游演出的基本情况 126

- 一、旅游舞台剧目演出区域集中度分析 126
- 二、旅游舞台演出剧目集中度分析 126
- 三、旅游舞台演出年均演出场次分析 126

第二节 旅游舞台表演模式旅游演出的主要特点 127

- 一、剧目投资：演出剧目投资在千万以上，项目回报周期短 127
- 二、演出团队：以专业演出团体为主 127
- 三、演出票价：演出票价平均票价在200元以上 127
- 四、剧目演出：剧目演出时间持续时间较长 128

第三节 旅游舞台表演模式及旅游演出的运营方式 128

- 一、投资模式：专业演出单位参与合作投资 128
- 二、演出运作：以驻场演出和巡演为主 128
- 三、宣传营销：立足旅游，针对不同观众群体 128

第四节 旅游舞台表演模式的成功实践之二：《功夫传奇》 129

一、基本情况	129
二、剧目投资	129
三、演出运营	129
四、演出效果	130
第五节 旅游舞台表演模式的成功实践之四：《金沙》	131
一、基本情况	131
二、剧目创作与创新	132
三、演出运营	135
四、演出效果	135
第七章 2014年中国其它模式旅游演出研究	136
第一节 历史文化演出	136
一、历史文化演出的基本情况	136
二、历史文化演出的主要特点	136
三、历史文化演出的运营方式	137
第二节 茶艺表演	137
一、茶艺表演的基本情况	137
二、茶艺表演的主要特点	138
三、茶艺表演的运营方式	138
第三节 民俗风情演出	139
一、民俗风情演出的基本情况	139
二、民俗风情演出的主要特点	140
三、民俗风情演出的运营方式	140
第四节 动物表演等	141
一、动物表演的基本情况	141
二、动物表演的主要特点	141
三、动物表演的运营方式	141
第八章 国外旅游演出案例研究	142
第一节 迪斯尼	142
一、基本情况	142
二、剧目创作/开发	142

三、项目投资 142

四、演出运营 143

五、演出效果 144

六、项目后续开发 145

第二节 太阳马戏团?拉斯维加斯?澳门 145

第三节 纽约百老汇 147

第四节 伦敦西区 149

第五节 法国红磨坊 151

第九章 2015-2020年中国旅游演出业前景预测分析 152

第一节 2015-2020年中国旅游行业发展走势预测分析 152

一、旅游业仍有较大发展空间 152

二、短期下挫难抑持续增长 152

三、农村市场和带薪休假是潜力所在 153

第二节 2015-2020年中国旅游营销发展趋势分析 154

一、加快发展旅游网络营销 154

二、加强绿色营销促进旅游业可持续发展 154

三、深度挖掘旅游文化内涵，开展旅游品牌营销 155

第三节 2015-2020年中国旅游演出业前景展望 156

一、旅游演出业政策利好—旅游演出市场可适度引进外资 156

二、旅游演出靠文化挖掘产业潜能 156

第十章 2015-2020年中国旅游演出业投资战略分析 160

第一节 中国旅游演出业投资特性分析 160

第二节 2015-2020年中国旅游演出行业投资机会分析 160

第三节 2015-2020年中国旅游演出行业投资风险预警 161

一、宏观调控政策风险 161

二、市场竞争风险 162

三、市场运营机制风险 162

第四节 专家投资观点 162

图表目录：

图表 1	2000-2014年世界旅游业增长状态	14
图表 2	2013年12月入境旅游接待收汇情况	15
图表 3	2014年10月中国入境旅游接待收汇情况	16
图表 4	2013年5月入境旅游接待收汇情况	17
图表 5	2013年12月主要客源市场情况	18
图表 6	2014年10月主要客源市场情况	19
图表 7	2013年5月主要客源市场情况	20
图表 8	2013年1-12月主要城市接待情况（一）	21
图表 9	2013年1-12月主要城市接待情况（二）	22
图表 10	2014年1-10月主要城市接待情况(一)	23
图表 11	2014年1-10月主要城市接待情况(二)	24
图表 12	2013年1-12月地方接待情况(一)	25
图表 13	2013年1-12月地方接待情况(二)	26
图表 14	2014年1-10月地方接待情况(一)	27
图表 15	2014年1-10月地方接待情况(二)	28
图表 16	2013年1 - 12月来华旅游入境人数（按入境方式分）	29
图表 17	2013年1 - 12月来华旅游入境人数（按年龄、性别分）	31
图表 18	2014年1 - 10月来华旅游入境人数（按入境方式分）	33
图表 19	2014年1 - 10月来华旅游入境人数（按年龄、性别分）	35
图表 20	2013年1 - 3月来华旅游入境人数（按入境方式分）	37
图表 21	2013年1 - 3月入境外国游客人数（按年龄、性别分）	39
图表 22	2008-2014年全国入境游客人数及其增长情况	41
图表 23	2008-2014年全国国际旅游（外汇）收入及其增长情况	41
图表 24	2008-2014年全国国内旅游人数及其增长情况	42
图表 25	2008-2014年全国国内旅游收入及其增长情况	42
图表 26	2008-2014年全国出境人数及其增长情况	43
图表 27	2008-2014年全国旅游业总收入及其增长情况	43
图表 28	2014年第三季度全国星级饭店经营情况统计表（按星级分）	44
图表 29	2010-2014年第三季度全国星级饭店数、客房数、床位数情况图	45
图表 30	2010-2014年1-10月全国星级饭店营业收入及其增长情况	45
图表 31	2014年第三季度全国星级饭店经营情况平均指标统计表（按星级分）	46
图表 32	2008-2014年国内生产总值及其增长速度	48

- 图表 33 2006-2013年7月中国消费价格指数CPI、PPI变化趋势图 49
- 图表 34 2008-2014年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 50
- 图表 35 2008-2014年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 51
- 图表 36 2007-2014年中国城乡恩格尔系数情况统计 51
- 图表 37 2007-2014年中国城乡恩格尔系数变化趋势图 52
- 图表 38 2011-2013年5月中国工业增加值增长情况 53
- 图表 39 2008-2014年全社会固定资产投资及其增长速度 54
- 图表 40 2013年6月—2014年10月固定资产投资增长变化趋势图 55
- 图表 41 2008-2014年社会消费品零售总额及其增长速度 56
- 图表 42 2008-2014年中国货物进出口总额 57
- 图表 43 2008-2014年中国旅游业收入在国民经济中的比重 57
- 图表 44 2013年中国旅游演出场次类别分布图 87
- 图表 45 国内主要实景演出代表作品介绍 100
- 图表 46 中国各类主题公园特征和主要代表作品 111
- 图表 47 艺术性表演与旅游演艺的差异 114
- 图表 48 主题公园模式旅游演出节目的文化价值 114
- 图表 49 深圳世界之窗基本情况介绍 115

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/V818942LDP.html>