

2016-2022年中国旅游演艺 行业全景调研及市场全景评估报告

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

《2016-2022年中国旅游演艺行业全景调研及市场全景评估报告》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/W918940OAT.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

近年来，中国旅游演艺市场不断发展，市场规模稳步扩大。较国际上旅游演艺收入与旅游综合收入大于1:7的水平相比，作为东方文化大国的中国，其旅游演艺市场的旅游消费带动力发展前景更为广阔。旅游观光业、演艺业携手发展带来的新兴旅游演艺市场的勃兴，已经成为国内文化产业引人注目的新景观。

伴随国内旅游业的扩大发展和持续升温，对旅游演艺产品的市场需求增长迅速，由此激发了旅游业与演艺业良性互动、有机结合的产业发展动力。旅游业与演艺业互联共需、互利共赢。旅游业发展能够为演艺业发展创造条件和环境，借助旅游休闲这个平台获取更高的社会效益、经济效益，促进演艺市场的繁荣；演艺业发展是旅游业发展的助推器，可以为旅游者提供休闲娱乐机会，吸引游客、留住游客，形成旅游的品牌，不断推动旅游业的发展。

由此可见，促进旅游业和演艺业的结合，能够形成文化共生体和产业联合体，促使旅游业和演艺业双赢的局面，是市场发展的需要。

我国有许多宝贵的自然旅游资源；有许多珍贵的历史文物、古迹和著名的古代建筑工程；有分布广泛的近现代史中的革命纪念地；有许多地方拥有有特色的风土、民俗，这些都是吸引旅游者观光的项目。

我国国内旅游市场有着较好人口、人文和自然环境基础。随着人民生活水平的提升，居民旅游消费支出逐年提高，旅游市场呈现游客人数和旅游收入较快增长的趋势。根据国家旅游局公布的《中国旅游发展报告（2016）》，2015年全年国内游客已达40亿人次，较2014年增长10.5%。2015年实现国内旅游收入3.42万亿元，同比增长13.1%。全国旅游业对GDP的直接贡献为3.32万亿元，占GDP总量比重为4.88%；综合贡献为7.34万亿元，占GDP总量的10.8%。

此外，我国拥有悠久丰富的历史文化和民族文化资源，传统的音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、杂技、马戏、武术等文化艺术，通过设计理念上的创新、编排组合上的创新、高科技演艺手段的采用等，便可焕发出蓬勃生机，引起市场的热烈反响。这为旅游演艺市场提供了一个巨大的平台。

据不完全统计，26年在全国各重点旅游城市和旅游景区定时定点上演的、投资在百万元以上的旅游文化演出有153台，资金投入达17.9亿元，参加的专业和业余演职人员1.76万人，观众达1.67亿人次，涌现了一批场面宏大、制作精美的优秀作品，吸引了海内外广大旅游者，并得到广泛好评。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国旅游演艺行业全景调研及市场全景评估报告》共十章。首先介绍了旅游演艺行业市场发展环境、旅游演艺整体运行态势等，接着分析了旅游演艺行业市场运行的现状，然后介绍了旅游演艺市场竞争格局。随后，报告对旅游演艺做

了重点企业经营状况分析，最后分析了旅游演艺行业发展趋势与投资预测。您若想对旅游演艺产业有个系统的了解或者想投资旅游演艺行业，本报告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 2015年中国旅游业整体状况分析 8

第一节 世界旅游业现行指标分析 8

一、世界旅游行业发展概况 8

二、各国/地区旅游经济统计 8

三、全球国际旅游人数分析 9

第二节 近几年中国入境游数据统计 11

一、入境旅游接待人数 11

二、入境旅游外汇收入 13

三、入境旅游客源情况 14

（一）客源市场结构 14

（二）客源入境方式 15

（三）入境旅游目的 16

（四）年龄及性别结构 18

四、入境旅游过夜游客数 19

第三节 近几年中国旅游业统计监测 20

一、2015年中国旅游业各项统计情况 20

（一）国内旅游人数 20

（二）国内旅游收入 20

（三）国内旅游人均花费 21

二、全国星级饭店统计监测 21

（一）全国星级酒店经营情况 21

（二）全国星级酒店分布状况 23

（三）全国星级酒店区域分析 25

（四）旅游城市星级酒店情况 26

第二章 2015年中国旅游演出业运行环境分析	28
第一节 2015年中国宏观经济运行环境分析	28
一、2015年中国GDP增长情况分析	28
二、2015年工业经济发展形势分析	29
三、2015年社会固定资产投资分析	31
四、2015年全社会消费品零售总额	32
五、2015年城乡居民收入增长分析	32
六、2015年居民消费价格变化分析	33
第二节 2015年中国旅游行业政策环境分析	34
一、近年中国主要旅游业支持政策	34
二、促进文化与旅游结合发展的指导意见	35
三、《国务院关于加快发展旅游业的意见》	36
四、《旅游景区(点)道路交通指引标志设置规范》	37
五、《国家文化旅游重点项目名录-旅游演出类》入选项目	37
第三节 2015年中国旅游行业社会环境分析	39
一、中国居民休闲消费规模	39
二、“假日效应”推动旅游发展	39
三、交通条件改善推动旅游发展	40
第三章 2015年中国旅游演出市场运行状况透析	41
第一节 演出市场发展状况分析	41
一、中国演出市场发展现状	41
二、中国演出市场规模分析	41
三、演出细分市场状况分析	43
四、演出市场需求状况分析	47
五、演艺区域市场发展情况	48
六、演出市场国际交流分析	49
第二节 中国旅游演出业运行综述	50
一、旅游演出的概念及特征	50
二、旅游演出主要作用分析	51
三、旅游演出市场规模分析	53

四、旅游演出投资规模分析 54

五、旅游演出带动消费情况 54

第三节 2015年中国旅游演出业区域市场运行分析 55

一、对浙江省旅游演出业发展的思考 55

二、三亚旅游演艺市场低端化亟待转型 62

三、北京亟需大力发展旅游文化演出业 64

四、河南旅游演出市场发展现状及对策 67

五、天津旅游演出市场现状及发展策略 71

六、其他地区旅游演出市场运行状况分析 74

第四节 2015年中国国内旅游演出的运营情况分析 74

一、旅游演出的剧目投资：投资多元化、大投入 74

二、旅游演出的剧目创作：旅游与文艺演出相结合 75

三、旅游演出的运作机制：市场化、产业化运作 75

第四章 2015年中国主要旅游演出模式研究——实景模式旅游演出 76

第一节 实景模式旅游演出的基本情况分析 76

一、中国实景类旅游演出分布特征分析 76

二、实景类旅游演出发展趋势分析 77

三、实景旅游演出人员特征分析 78

第二节 实景模式旅游演出的主要特点分析 79

一、项目投入大，回报周期较长 79

二、具有著名的创作阵容 80

三、剧目创新频繁，创作周期长 80

四、项目后续开发及时 80

五、有效的拉动当地旅游市场 81

第三节 实景模式的主要运营方式 81

一、项目的投资模式分析 81

二、项目的运作模式分析 82

三、项目的营销模式分析 82

第四节 实景模式的成功实践——《印象·刘三姐》 83

一、基本情况 83

二、剧目开发 84

三、项目投资	84
四、项目运营	85
五、演出效果	85
六、后续产品开发	85
第五节 实景模式的成功实践二——《禅宗少林·音乐大典》	86
一、基本情况	86
二、剧目创作/开发	87
三、项目投资	89
四、项目运营	90
五、演出效果	91
六、项目后续开发	92
第五章 2015年中国主题公园模式的旅游演出研究	94
第一节 主题公园模式旅游演出的基本情况	94
一、主题公园旅游演出区域集中度分析	94
二、演出剧目投资规模分析	95
三、剧目演出场所及场所容量分析	95
第二节 主题公园模式旅游演出的主要特点	96
一、主题公园旅游演出的功能特点	96
二、主题公园的旅游演出人员特点	96
三、主题公园的旅游演出形式特点	96
四、演出票价以免费或低票价为主	97
五、主题公园演出剧目更新较快	98
第三节 主题公园模式旅游演出的运营方式	98
一、投资模式：演出由主题公园自主开发	98
二、创作机制：艺术与商业的有机结合	98
三、宣传和营销：同步营销，共享观众市场	99
四、演出衍生品开发：多渠道开发	100
第四节 主题公园模式的成功实践之一：深圳世界之窗	100
一、基本情况	100
二、剧目创作	101
三、演出情况	102

四、演出项目后续开发 102

第五节 主题公园模式的成功实践之二：杭州宋城—《宋城千古情》 103

一、基本情况 103

二、剧目创作与创新 104

三、演出运营 105

四、演出效果 106

五、演出项目后续开发 107

第六章 2015年中国旅游舞台表演模式的演出研究 109

第一节 旅游舞台表演模式旅游演出的基本情况 109

一、旅游舞台表演区域集中度分析 109

二、旅游舞台表演季节性特点分析 110

第二节 旅游舞台表演模式旅游演出的主要特点 111

一、剧目投资特点 111

二、演出团队特点 111

三、演出票价特点 111

四、剧目演出特点 111

第三节 旅游舞台表演模式及旅游演出的运营方式 112

一、投资模式分析 112

二、演出运作分析 112

三、宣传营销分析 112

第四节 旅游舞台表演模式的成功实践之一：《功夫传奇》 113

一、基本情况 113

二、剧情简介 113

三、演出效果 114

四、项目收益 115

（一）经济效益 115

（二）社会效益 115

第五节 旅游舞台表演模式的成功实践之二：《金沙》 115

一、基本情况 115

二、剧目创作与创新 115

三、演出运营 116

四、演出效果 116

第七章 2015年中国其他模式旅游演出研究 117

第一节 历史文化演出 117

- 一、历史文化演出的基本情况 117
- 二、历史文化演出的主要特点 117
- 三、历史文化演出经典案例分析 118

第二节 茶艺表演 118

- 一、茶艺表演的基本情况 118
- 二、茶艺表演的分类情况 119
- 三、茶艺表演的内容倾向 119

第三节 民俗文化演出 120

- 一、民俗风情演出的基本情况 120
- 二、民俗风情演出的主要特点 120
- 三、民俗风情表演的经典案例 120

第四节 马戏表演等 121

- 一、马戏表演的基本情况 121
- 二、马戏表演的主要特点 121
- 三、马戏表演的运营方式 121

第八章 国外旅游演出案例研究 123

第一节 迪士尼 123

- 一、基本情况 123
- 二、剧目创作/开发 124
- 三、剧目介绍 124
- 四、演出情况 125

第二节 太阳马戏团 126

- 一、基本情况 126
- 二、剧目创作/开发 126
- 三、项目投资 129
- 四、运营模式 129

第三节 纽约百老汇 130

- 一、基本情况 130
- 二、产业链分析 130
- 三、演出情况 131
- 四、演出效果 132
- 五、运营模式 132
- 第四节 伦敦西区 133
 - 一、基本情况 133
 - 二、发展历史 134
 - 三、运营情况 134
 - 四、演出效果 135
- 第五节 法国红磨坊 136
 - 一、基本情况 136
 - 二、剧场介绍 136
 - 三、演出情况 137
 - 四、运营模式 137

第九章 2016-2022年中国旅游演出业前景预测分析 138

第一节 2016-2022年中国旅游行业发展走势预测分析 138

- 一、中国旅游业将成战略性支柱产业 138
- 二、中国旅游业将迎来重要转型期 138
- 三、农村市场和带薪休假是潜力所在 140

第二节 2016-2022年中国旅游营销发展趋势分析 141

- 一、加快发展旅游网络营销 141
- 二、加强绿色营销促进旅游业可持续发展 141
- 三、深度挖掘文化内涵开展旅游品牌营销 142

第三节 2016-2022年中国旅游演出业前景展望 143

- 一、旅游演出业可适度引进外资 143
- 二、旅游演出靠文化挖掘产业潜能 143
- 三、2016-2022年旅游演出市场规模预测 144

第十章 2016-2022年中国旅游演出业投资战略分析 145 (ZY GXH)

第一节 中国旅游演出业投资特性分析 145

第二节 2016-2022年中国旅游演出行业投资机会分析	145
第三节 2016-2022年中国旅游演出行业投资风险预警	146
一、宏观经济风险	146
二、产业政策风险	147
三、市场竞争风险	147
第四节 2016-2022年中国旅游演出投资策略分析	147 (ZY GXH)

图表目录：

图表 1 新兴经济体旅游增速快于发达经济体	9
图表 2 未来全球各地区国际旅游到客人次数增长情况	9
图表 3 2001-2015年世界跨国旅游人数及其增长情况	10
图表 4 2007-2015年外国入境游各国家和地区人数统计	11
图表 5 2015年入境旅游接待人数情况	12
图表 6 2007-2013年入境旅游人数统计	12
图表 7 2015年中国入境旅游各大洲人数份额图	13
图表 8 2015年入境旅游接待外汇收入情况	13
图表 9 2007-2013年中国入境旅游外汇收入统计	13
图表 10 2015年入境旅游主要客源结构情况	14
图表 11 2015年入境旅游入境方式情况	15
图表 12 2015年入境旅游外国人人数（按目的分）	16
图表 13 2015年入境旅游外国人年龄及性别结构	18
图表 14 2015年入境旅游过夜游客数统计	19
图表 15 2006-2015年中国国内旅游人数统计	20
图表 16 2006-2015年中国国内旅游收入统计	20
图表 17 2005-2015年中国国内旅游人均花费统计	21
图表 18 2015年第四季度全国星级饭店经营情况统计表	22
图表 19 2015年第四季度全国星级酒店经营指标情况统计	22
图表 20 2015年第四季度全国各地星级饭店数量分布情况	24
图表 21 2015年第四季度区域星级饭店经营情况统计表	25
图表 22 2015年重点旅游城市星级饭店平均房价前10名（按星级分）	27
图表 23 2015年重点旅游城市星级饭店平均出租率前10名（按星级分）	27
图表 24 2015年国内生产总值构成及增长速度统计	28

图表 25 2008-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图 29

图表 26 2015年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图 30

图表 27 2015年规模以上工业企业营业收入与利润总额同比增速 30

图表 28 2008-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图 31

图表 29 2008-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 32

图表 30 2008-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 33

图表 31 2008-2015年农村居民人均纯收入及增长趋势图 33

图表 32 2015年中国居民消费价格月度变化趋势图 34

图表 33 旅游行业主要支持政策一览 35

图表 34 拟入选《国家文化旅游重点项目名录—旅游演出类》名单 38

图表 35 中国演出市场规模分布情况 42

图表 36 2010-2015年中国演出市场直接票房收入增长趋势图 42

图表 37 中国演出市场直接票房收入结构图 43

图表 38 中国区域演出市场增长情况 49

图表 39 2010-2015年中国旅游演出市场票房收入规模增长趋势图 53

图表 40 中国主要旅游实景演出产品及其分布情况 77

图表 41 国内部分大型主题公园演出项目及其区域分布 94

图表 42 艺术性表演与主题公园旅游演出的差异 99

图表 43 深圳世界之窗大型史诗音乐舞蹈晚会《创世纪》 102

图表 44 杭州宋城大型实景歌舞秀《宋城千古情》 107

图表 45 旅游中的历史文化特性 117

图表 46 茶艺表演分类一览 119

图表 47 迪士尼音乐剧列表 124

图表 48 迪士尼音乐剧剧照 125

图表 49 太阳马戏团的精彩节目 127

图表 50 百老汇著名经典剧目《歌声魅影》 132

图表 51 红磨坊剧场演出时间及票价 137

图表 52 2022年世界旅游市场展望 139

图表 53 2016-2022年中国旅游演出市场规模预测趋势图 144

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/W918940OAT.html>