

2020-2026年中国文化产业 商业模式市场发展现状与发展前景报告

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

《2020-2026年中国文化产业商业模式市场发展现状与发展前景报告》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/wenhuatiyu/Y16189FCTE.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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，我国文化产业发展成绩显著。由最初的国营独大到现在的百花齐放，由最初的野蛮生长到现在的精耕细作，走过了一条具有中国特色的发展之路。总的来说，我国文化产业发展的亮点主要有以下三点，一是体量的迅速增长，二是质量的持续提高，三是新技术、新形式的助力。在我国文化产业体量快速增长的同时，产业发展质量也在持续提高。以影视行业为例，几年以前，以韩剧、台剧、港剧为代表的剧集作品在中国大陆大行其道，好莱坞进口影片也时常占据着中国票房榜的头名。仅仅过了不到十年，人们茶余饭后的谈资早已变成了国产电视剧，中国票房榜头名的位置也已经连续三年被国产电影夺得。得益于这些优秀作品，我国文化产业优质国产IP不断涌现，产品附加值不断提升，产业结构持续优化，从而带动整个产业发展质量不断提高。对于传统的出版、影视、音乐等行业来说，新技术、新应用提供了新的发展路径，使得行业获得新增长点成为可能。与此同时，“文化+技术”的组合也催生了更多前所未有的文化产业新业态，推动着整个文化产业的发展与转型。

2018年上半年全国规模以上文化及相关产业企业地区营收情况

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国文化产业商业模式市场发展现状与发展前景报告》共十二章。首先介绍了中国文化产业商业模式行业市场发展环境、文化产业商业模式整体运行态势等，接着分析了中国文化产业商业模式行业市场运行的现状，然后介绍了文化产业商业模式市场竞争格局。随后，报告对文化产业商业模式做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国文化产业商业模式行业发展趋势与投资预测。您若想对文化产业商业模式产业有个系统的了解或者想投资中国文化产业商业模式行业，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 文化产业的商业属性介绍

1.1 产业界定

1.1.1 产业定义

1.1.2 产业范畴

1.2 产业特征解析

- 1.2.1 产业性质与结构
- 1.2.2 产业领域和空间
- 1.2.3 产业消费和生产方式
- 1.2.4 产业样态与传播方式
- 1.2.5 产业安全系数与收益
- 1.3 产业商业属性
 - 1.3.1 作为商品的文化产品
 - 1.3.2 作为资本的文化产品
 - 1.3.3 作为生产力的文化产品

第二章 文化产业商业模式的架构设计分析

- 2.1 商业模式的基本概述
 - 2.1.1 商业模式功能及特点
 - 2.1.2 商业模式的基本类型
 - 2.1.3 商业模式的创新需求
 - 2.1.4 商业模式的重要作用
- 2.2 文化产业商业模式构成要素
 - 2.2.1 价值主张
 - 2.2.2 消费者目标群体
 - 2.2.3 分销渠道与合作伙伴网络
 - 2.2.4 价值配置与核心能力
- 2.3 文化产业商业模式的设计及运行
 - 2.3.1 确定公司或产品的价值目标
 - 2.3.2 明确消费者目标群体
 - 2.3.3 构筑商业模式内部运作体系
 - 2.3.4 构筑商业模式外部运作体系
 - 2.3.5 建立有效保护利润的制度屏障

第三章 国外文化产业商业模式运作经验分析

- 3.1 国际文化产业典型商业运作模式
 - 3.1.1 市场化投资模式
 - 3.1.2 工业化生产模式

- 3.1.3 商业化营销模式
- 3.1.4 消费化娱乐模式
- 3.2 国际文化产业三大驱动模式分析
 - 3.2.1 资本技术推动模式
 - 3.2.2 资源驱动模式
 - 3.2.3 政府主导模式
- 3.3 美国文化产业商业模式分析
 - 3.3.1 产业发展现状
 - 3.3.2 产业发展模式
 - 3.3.3 政策扶持模式
 - 3.3.4 产业融资模式
 - 3.3.5 成功经验借鉴
- 3.4 英国文化产业商业模式分析
 - 3.4.1 产业发展现状
 - 3.4.2 产业发展模式
 - 3.4.3 政策扶持模式
 - 3.4.4 产业融资模式
 - 3.4.5 成功经验借鉴
- 3.5 法国文化产业商业模式分析
 - 3.5.1 产业发展现状
 - 3.5.2 产业发展模式
 - 3.5.3 政策扶持模式
 - 3.5.4 产业融资模式
 - 3.5.5 成功经验借鉴
- 3.6 日本文化产业商业模式分析
 - 3.6.1 产业发展现状
 - 3.6.2 政策扶持模式
 - 3.6.3 产业投资模式
 - 3.6.4 产业融资模式
 - 3.6.5 市场战略解析
 - 3.6.6 成功经验借鉴
- 3.7 韩国文化产业商业模式分析

- 3.7.1 产业发展现状
- 3.7.2 产业发展模式
- 3.7.3 政策扶持模式
- 3.7.4 产业融资模式
- 3.7.5 成功经验借鉴
- 3.8 国际文化产业发展路径借鉴
 - 3.8.1 形成文化软实力战略
 - 3.8.2 推动文化科技融合创新
 - 3.8.3 集聚发展与产业联动
 - 3.8.4 开发遗产与创意结合

第四章 中国文化产业商业运作的行业背景

- 4.1 中国文化产业环境分析
 - 4.1.1 经济环境及影响
 - 4.1.2 政策环境
 - 4.1.3 社会环境
 - 4.1.4 技术环境
- 4.2 中国文化产业运行概况
 - 4.2.1 产业运行特征
 - 4.2.2 市场主体规模
 - 4.2.3 行业产值规模
 - 4.2.4 行业投资规模
 - 4.2.5 市场需求规模
 - 4.2.6 供需特征分析
- 4.3 中国文化产业准入条件与进入壁垒
 - 4.3.1 行业准入条件
 - 4.3.2 行业进入壁垒
 - 4.3.3 行业退出壁垒
- 4.4 中国文化产业竞争结构剖析
 - 4.4.1 区域综合竞争结构
 - 4.4.2 文化企业竞争结构
 - 4.4.3 文化贸易竞争结构

4.5 中国文化产业发展瓶颈及障碍

4.5.1 体制弊病分析

4.5.2 开发缺失分析

4.5.3 产业困惑分析

第五章 中国文化产业商业模式深度分析

5.1 中国文化产业主要商业模式

5.1.1 品牌先行的商业模式

5.1.2 内容为王的商业模式

5.1.3 产业链经营的商业模式

5.2 中国文化产业发展的战略模式解析

5.2.1 产业融合发展

5.2.2 园区集约化发展

5.2.3 新文化地缘战略

5.2.4 软硬结合发展战略

5.3 中国区域文化产业发展模式比较剖析

5.3.1 东部文化产业发展模式

5.3.2 中部文化产业发展模式

5.3.3 西部文化产业发展模式

5.3.4 三大区域文化产业差异

5.4 中国农村文化产业商业模式分析

5.4.1 以农业为依托的商业模式

5.4.2 以人文资源为依托的商业模式

5.4.3 文化产业集聚园商业模式

5.5 文化产业全产业链商业模式运作思考

5.5.1 全产业链的商业模式

5.5.2 文化旅游的商业模式

5.5.3 演艺产业的商业模式

5.5.4 体育产业的商业模式

5.5.5 明星经纪的商业模式

5.5.6 数字内容产业的商业模式

5.5.7 动漫产业的商业模式

- 5.5.8 全媒体产业的商业模式
- 5.5.9 文化产业集聚园模式
- 5.6 广电新媒体行业主流商业模式分析
 - 5.6.1 有线数字电视商业模式
 - 5.6.2 移动数字电视商业模式
 - 5.6.3 手机电视商业模式
 - 5.6.4 IPTV商业模式
 - 5.6.5 网络电视商业模式
 - 5.6.6 楼宇电视商业模式
 - 5.6.7 网络广播商业模式

第六章 中国文化产业园区商业模式分析

- 6.1 文化创意产业园的基本特征
 - 6.1.1 产生背景
 - 6.1.2 概念界定
 - 6.1.3 基本特征
 - 6.1.4 产业链条
- 6.2 文化创意产业园区空间形态分布
 - 6.2.1 园区分布及其趋势
 - 6.2.2 园区类型构成状况
 - 6.2.3 园区区域分布格局
- 6.3 文化创意产业园区开发投资要素
 - 6.3.1 架构设计
 - 6.3.2 文化要素
 - 6.3.3 经济地理要素
 - 6.3.4 地理成本要素
 - 6.3.5 经济成本要素
 - 6.3.6 竞争力要素分析
- 6.4 文化创意产业园区典型开发模式
 - 6.4.1 政策导向型园区
 - 6.4.2 资源依赖型园区
 - 6.4.3 成本导向型园区

- 6.4.4 环境导向型园区
- 6.4.5 艺术家主导型园区
- 6.4.6 开发商导向型园区
- 6.5 文化创意产业园区的盈利模式
 - 6.5.1 物业租赁收入
 - 6.5.2 活动策划收入
 - 6.5.3 项目投资收入
 - 6.5.4 产权投资收入
 - 6.5.5 其他服务性收入
 - 6.5.6 盈利模式评价
- 6.6 典型文化创意产业园区成功商业模式借鉴
 - 6.6.1 西安曲江新区
 - 6.6.2 北京798艺术区
 - 6.6.3 深圳大芬油画村
 - 6.6.4 深圳华侨城主题公园
 - 6.6.5 上海田子坊文化产业园区
 - 6.6.6 上海张江文化科技创意产业基地

第七章 中国文化产业营销模式分析

- 7.1 文化产品的品牌定位及营销模式
 - 7.1.1 品牌定位
 - 7.1.2 营销组合
- 7.2 电影的营销模式
 - 7.2.1 营销投入成本
 - 7.2.2 营销推广渠道
 - 7.2.3 营销模式分析
 - 7.2.4 营销市场格局
 - 7.2.5 未来营销策略
- 7.3 电视剧的营销模式
 - 7.3.1 市场营销环境
 - 7.3.2 营销基本态势
 - 7.3.3 营销推广渠道

- 7.3.4 营销模式分析
- 7.3.5 未来营销策略
- 7.4 电视媒体的营销模式
 - 7.4.1 主要营销模式
 - 7.4.2 新型营销渠道
 - 7.4.3 未来营销策略
- 7.5 动漫的营销模式
 - 7.5.1 营销推广渠道
 - 7.5.2 营销模式分析
 - 7.5.3 未来营销策略
- 7.6 图书的营销模式
 - 7.6.1 营销推广渠道
 - 7.6.2 主要营销模式
 - 7.6.3 未来营销策略
- 7.7 网络游戏的营销模式
 - 7.7.1 营销推广渠道
 - 7.7.2 推广模式现状
 - 7.7.3 主要营销模式
 - 7.7.4 未来营销策略
- 7.8 文化旅游景区的营销模式
 - 7.8.1 营销运作形式
 - 7.8.2 主要营销模式
 - 7.8.3 未来营销策略
- 7.9 艺术品的营销模式
 - 7.9.1 推广渠道分析
 - 7.9.2 主要营销模式
 - 7.9.3 未来营销策略

第八章 中国文化产业盈利模式分析

- 8.1 文化产业典型盈利模式
 - 8.1.1 价值网模式
 - 8.1.2 拳头产品模式

8.1.3 速度创新模式

8.1.4 利润乘数模式

8.1.5 卖座大制作模式

8.1.6 专业化利润模式

8.2 电影产业盈利模式

8.2.1 主要盈利模式分析

8.2.2 微电影盈利模式

8.2.3 手机电影盈利模式

8.2.4 盈利模式创新战略

8.3 电视剧产业盈利模式

8.3.1 主要盈利模式分析 电视剧市场的盈利模式与传统商品有着很大的区别，主要表现在电视剧的地交换并不是在产品的制作者和消费者之间进行。电视台和企业成了生产者和消费者的中介商。对电视剧来说，一般是由制作商完成后卖给电视节目播出机构，表面上看，消费者并没有参与市场交换，但实际上并非如此。电视观众作为电视节目的消费者，它们实际上是支付了观看广告的时间，以及在购买广告产品时已经支付的广告宣传产品的费用，才能享受到电视节目这种商品给他们带来的价值。也就是说，电视观众作为节目的消费者，实际上是支付了观看电视节目的费用的，只不过电视台和广告企业成为了电视节目制作方和消费方的中介商而已。但这从另一方面说明，一部高收视率的作品，企业支付的广告费用也就越多，那么消费者在购买这些业产品时所承担的转嫁费用也就越高。实际上，电视观众为好的电视产品支付了较高的费用的。这一点对我们下一步研究的意义就在于，制作商和播出机构应当考虑得是如何让消费者的付出的成本物有所值，而不仅仅是市场投资的回报率。因为一旦作品满足了消费者需求，那收视率自然就会提升上去，各个利益主体才能从中获益。所以，这个市场中存在三次交易行为：

8.3.2 近期效益与长远效益

8.3.3 盈利模式创新战略

8.4 电视媒体行业盈利模式

8.4.1 主要盈利模式

8.4.2 新型盈利模式

8.4.3 盈利模式创新

8.5 动漫产业盈利模式

8.5.1 主要盈利模式分析

8.5.2 传统盈利模式弊病

- 8.5.3 新型盈利模式态势
- 8.5.4 盈利模式创新战略
- 8.6 数字出版产业盈利模式
 - 8.6.1 关键盈利环节
 - 8.6.2 主要盈利模式
 - 8.6.3 典型盈利模式
 - 8.6.4 盈利模式创新

第九章 中国文化产业投融资模式分析

- 9.1 文化产业投融资主体
 - 9.1.1 公有资本投融资
 - 9.1.2 民间资本投融资
 - 9.1.3 国外资本投融资
- 9.2 文化产业典型投融资模式
 - 9.2.1 BOT模式
 - 9.2.2 TOT模式
 - 9.2.3 ABS模式
 - 9.2.4 PPP模式
- 9.3 文化产业主要融资渠道
 - 9.3.1 银行融资
 - 9.3.2 风险投资
 - 9.3.3 产业基金融资
 - 9.3.4 国家财政拨款
 - 9.3.5 资本市场直接融资
 - 9.3.6 民营资本与外商投资
- 9.4 文化产业投融资状况综述
 - 9.4.1 产业投融资体系
 - 9.4.2 产业投融资特征
 - 9.4.3 产业投融资规模
 - 9.4.4 产业投融资需求
- 9.5 文化产业资本投资运作态势
 - 9.5.1 文化产业并购规模

- 9.5.2 影视产业并购整合
- 9.5.3 动漫游戏并购整合
- 9.5.4 音乐产业并购整合
- 9.5.5 国内企业重组整合
- 9.5.6 跨国企业并购整合
- 9.6 文化企业上市融资模式解析
 - 9.6.1 上市必要性分析
 - 9.6.2 上市可行性分析
 - 9.6.3 不同上市模式的比较
- 9.7 文化产业融资组合模式实践运用
 - 9.7.1 “债券融资+项目融资”模式
 - 9.7.2 “上市融资+资产证券化”模式
 - 9.7.3 “著作权质押+专业评估”贷款模式
 - 9.7.4 “收费权质押+保证或担保”贷款模式
- 9.8 文化产业投融资模式创新方向
 - 9.8.1 投贷组合融资模式
 - 9.8.2 收入质押创新模式
 - 9.8.3 网络化投融资服务平台

第十章 国外领军文化企业成功商业模式借鉴

- 10.1 迪斯尼集团
 - 10.1.1 企业发展概况
 - 10.1.2 经营状况分析
 - 10.1.3 业务版图分析
 - 10.1.4 商业模式借鉴
- 10.2 时代华纳公司
 - 10.2.1 企业发展概况
 - 10.2.2 经营状况分析
 - 10.2.3 业务版图分析
- 10.3 新闻集团
 - 10.3.1 企业发展概况
 - 10.3.2 经营状况分析

- 10.3.3 业务版图分析
- 10.3.4 商业模式借鉴
- 10.4 索尼公司
 - 10.4.1 企业发展概况
 - 10.4.2 经营状况分析
 - 10.4.3 业务版图分析
- 10.5 维旺迪公司
 - 10.5.1 企业发展概况
 - 10.5.2 经营状况分析
 - 10.5.3 业务版图分析
- 10.6 贝塔斯曼集团
 - 10.6.1 企业发展概况
 - 10.6.2 经营状况分析
 - 10.6.3 业务版图分析
 - 10.6.4 未来发展前景

第十一章 国内重点文化企业商业模式实践探索

- 11.1 湖南电广传媒股份有限公司
 - 11.1.1 企业发展概况
 - 11.1.2 经营效益分析
 - 11.1.3 业务经营分析
 - 11.1.4 区域运营分析
- 11.2 江苏凤凰出版传媒股份有限公司
 - 11.2.1 企业发展概况
 - 11.2.2 经营效益分析
 - 11.2.3 业务经营分析
 - 11.2.4 区域运营分析
- 11.3 华谊兄弟传媒股份有限公司
 - 11.3.1 企业发展概况
 - 11.3.2 经营效益分析
 - 11.3.3 业务经营分析
 - 11.3.4 区域运营分析

11.4 广东奥飞动漫文化股份有限公司

11.4.1 企业发展概况

11.4.2 经营效益分析

11.4.3 业务经营分析

11.4.4 区域运营分析

11.5 浙江华策影视股份有限公司

11.5.1 企业发展概况

11.5.2 经营效益分析

11.5.3 业务经营分析

11.5.4 区域运营分析

11.6 杭州宋城旅游发展股份有限公司

11.6.1 企业发展概况

11.6.2 经营效益分析

11.6.3 业务经营分析

11.6.4 区域运营分析

11.7 乐视网信息技术（北京）股份有限公司

11.7.1 企业发展概况

11.7.2 经营效益分析

11.7.3 业务经营分析

11.7.4 财务状况分析

第十二章 中国文化产业商业模式的创新及优选决策（）

12.1 文化产业商业模式创新思路分析

12.1.1 大视野

12.1.2 大格局

12.1.3 大融合

12.1.4 大集群

12.1.5 大协同

12.2 文化产业商业模式创新策略

12.2.1 企业产品价值的延伸

12.2.2 目标群体的维持和扩大

12.2.3 内部资源的整合创新

- 12.2.4 外部资源的维持和扩大
- 12.2.5 保护利润的制度屏障创新
- 12.3 农村文化产业商业模式创新战略
 - 12.3.1 文化创意为核心的资源开发
 - 12.3.2 利用独特的资源打造价值链
 - 12.3.3 采用品牌先行创新商业模式
 - 12.3.4 融合新技术与产品创新模式
 - 12.3.5 利用资本运作增强营销传播
- 12.4 区域文化产业发展模式选择
 - 12.4.1 集约式发展模式
 - 12.4.2 非均衡发展模式
 - 12.4.3 集群式发展模式 ()

图表目录：

- 图表1 文化及相关产业的类别名称和行业代码（一）
- 图表2 文化及相关产业的类别名称和行业代码（二）
- 图表3 对延伸层文化生产活动内容的说明
- 图表4 2018年度日本本土电影票房TOP10
- 图表5 2018年度日本海外电影票房TOP10
- 图表6 日本文化厅的财政预算金额
- 图表7 日本振兴地方文化产业的财政预算情况
- 图表8 日本支持文化产业园国际化的财政预算情况
- 图表9 日本制作委员会融资模式示意图
- 图表10 日本东京游戏软件产业集群的空间集聚情况
- 图表11 2018年韩国文化产业输出国别比重示意图
- 图表12 2018年韩国文化产业输出类别比重示意图
- 图表13 中国省市文化产业发展指数（2014）得分及排名情况
- 图表14 2018年中国文化消费指数总体变动
- 图表15 中国文化消费指数（2014）得分及排名情况
- 图表16 2018年城乡文化消费指数
- 图表17 2011-2018年全国文化机构统计
- 图表18 2011-2018年我国文化产业增加值情况

图表19 2011-2018年文化及相关产业法人单位增加值及构成

图表20 2011-2018年文化及相关产业固定资产投资资金来源情况

图表21 2011-2018年全国城乡居民人均文化消费支出

图表22 2011-2018年全国文化体育与传媒体费总量及增长速度

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/Y16189FCTE.html>