

# 2020-2026年中国演出服务 产业深度调研与发展战略研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国演出服务产业深度调研与发展战略研究报告》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/Z22719EXV2.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

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国演出服务产业深度调研与发展战略研究报告》共十章。首先介绍了中国演出服务行业市场发展环境、演出服务整体运行态势等，接着分析了中国演出服务行业市场运行的现状，然后介绍了演出服务市场竞争格局。随后，报告对演出服务做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国演出服务行业发展趋势与投资预测。您若想对演出服务产业有个系统的了解或者想投资中国演出服务行业，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 演出服务行业基本概况

#### 第一节 演出服务相关概况

- 一、演出服务相关概念介绍
- 二、演出服务主要要素分析
- 三、演出服务主要特征分析
- 四、演出服务市场特性研究

#### 第二节 演出服务作用分析

- 一、演出服务经济效益分析
  - (一) 演出机构的效益分析
  - (二) 演出整合者效益分析
  - (三) 演出票务端效益分析
  - (四) 演出衍生品效益分析
- 二、演出服务社会效益分析
  - (一) 满足居民的文化需要
  - (二) 加强企业的宣传效果
  - (三) 利于地方政府的宣传
  - (四) 提高国家文化软实力

#### 第三节 演出服务市场发展历程

- 一、古代发展历程
- 二、近代发展历程
- 三、当代发展历程

## 第二章中国演出服务行业发展环境分析

### 第一节 中国经济发展环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、全国居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析

### 第二节 中国演出服务行业政策环境分析

- 一、演艺行业管理体制
- 二、演艺行业相关政策
  - (一) 主要产业政策
  - (二) 金融与税收支持政策
  - (三) 演艺产业其他政策
- 三、演艺行业政策动态分析
  - (一) 简政放权，优化服务
  - (二) 完善文化市场管理制度
  - (三) 公共文化保障与扩大文化消费
  - (四) 文化市场新业态管理
  - (五) 推动国际文化交流和贸易

### 第三节 演出服务市场改制分析

- 一、文化事业单位转制研究
  - (一) 改革背景介绍
  - (二) 改革路径模式
  - (三) 改革目标规划
- 二、演出服务的市场化运作
- 三、演出服务市场主体变化
- 四、演出服务改制影响研究

### 第三章中国演出服务市场现状分析

#### 第一节 国内演出服务市场分析

##### 一、演出服务市场发展现状

(一) 政府扶持方式转变，多措并举，作用显现。

(二) 文艺创作繁荣创新

(三) 市场主体业务多元拓展，布局产业

(四) 与国际接轨进一步深入

(五) 线上线下双向融合

(六) 演出市场前景被资本看好

(七) 票务市场亟待规范

##### 二、演出服务市场总体规模

##### 三、国内演出服务团体规模

##### 四、国内演出服务观众人数

##### 五、国内演出服务场次规模

#### 第二节 演出服务表演团体分析

##### 一、国有表演团体分析

(一) 团体数量分析

(二) 团体演出场次

(三) 国内观众人次

(四) 总体收入分析

##### 二、集体表演团体分析

(一) 团体数量分析

(二) 团体演出场次

(三) 国内观众人次

(四) 总体收入分析

#### 第三节 演出服务产业营销平台

##### 一、商业消费性演出平台

##### 二、政府宣传性平台研究

##### 三、国际演出交易会分析

#### 第四节 演出市场发展制约因素分析

##### 一、演出经营主体专业化程度尚低

- 二、演出与金融资本融合难度大
- 三、剧场缺乏管理标准和服务规范
- 四、剧场管理和运营人才匮乏

#### 第五节 演出服务市场提升策略分析

- 一、产业格局变革策略
- 二、演出服务交流策略
- 三、演出企业发展战略

### 第四章 中国场馆演出服务市场分析

#### 第一节 音乐类演出市场分析

##### 一、音乐会

- (一) 音乐会演出市场现状分析
- (二) 音乐会演出市场发展分析

##### 二、演唱会、音乐节

- (一) 演唱会、音乐节演出市场现状分析
- (二) 演唱会、音乐节演出市场发展分析

#### 第二节 舞蹈类演出市场分析

- 一、舞蹈类演出市场现状分析
- 二、舞蹈类演出市场发展分析

#### 第三节 戏剧类演出市场分析

##### 一、话剧

- (一) 话剧演出市场现状分析
- (二) 话剧演出市场发展分析

##### 二、戏曲

- (一) 戏曲演出市场现状分析
- (二) 戏曲演出市场发展分析

##### 三、儿童剧

- (一) 儿童剧演出市场现状分析
- (二) 儿童剧演出市场发展分析

#### 第四节 曲艺杂技类演出市场分析

- 一、曲艺杂技类演出市场现状分析
- 二、曲艺杂技类演出市场发展分析

## 第五章中国旅游演出服务市场研究

### 第一节 国内旅游市场分析

- 一、国内旅游人次规模分析
- 二、国内旅游收入规模分析
- 三、国内旅游个人消费规模
- 四、入境旅游外汇收入分析
- 五、旅游市场发展前景预测

### 第二节 旅游演出服务市场研究

- 一、旅游演出行业发展沿革
- 二、旅游演出行业SWOT分析
  - (一) 优势分析
  - (二) 劣势分析
  - (三) 机会分析
  - (四) 威胁分析
- 三、旅游演出市场现状分析
- 四、旅游演出市场发展特点
- 五、旅游演出发展策略分析

### 第三节 实景旅游演出服务市场

- 一、实景旅游演出基本情况
- 二、实景旅游演出主要特点
  - (一) 项目投入大回报期长
  - (二) 具有著名的创作阵容
  - (三) 剧目创新频繁周期长
  - (四) 项目的后续开发及时
  - (五) 可有效拉动旅游市场
- 三、实景模式运营方式研究
  - (一) 项目的投资模式分析
  - (二) 项目的运作模式分析
  - (三) 项目的营销模式分析
- 四、代表性实景类演出分析
- 五、实景模式演出市场前景

## 第四节 主题公园旅游演出市场

### 一、主题公园演出基本情况

### 二、主题公园演出主要特点

(一) 主题公园演出功能特点

(二) 主题公园演出人员特点

(三) 主题公园演出形式特点

(四) 票价以免费或低价为主

(五) 公园演出剧目更新较快

### 三、主题公园演出运营方式

(一) 项目的投资模式分析

(二) 项目的创作机制分析

(三) 项目宣传和营销分析

(四) 项目演出衍生品开发

### 四、代表性主题公园类演出

### 五、主题公园演出市场前景

## 第六章 中国晚会演出服务市场分析

### 第一节 电视台晚会演出市场

#### 一、电视台晚会市场运营背景

#### 二、电视台晚会市场消费群体

#### 三、电视台跨年晚会市场研究

(一) 跨年晚会竞争格局分析

(二) 跨年晚会投资运作分析

(三) 跨年晚会投资机会分析

#### 四、电视台中秋晚会市场研究

(一) 中秋晚会竞争格局分析

(二) 中秋晚会投资运作分析

(三) 中秋晚会投资机会分析

#### 五、电视台春节晚会市场研究

(一) 春节晚会竞争格局分析

(二) 春节晚会投资运作分析

(三) 春节晚会投资机会分析



## 六、电视台元宵晚会市场研究

### （一）元宵晚会竞争格局分析

### （二）元宵晚会投资运作分析

## 第二节 企业晚会演出市场

### 一、企业晚会市场运营背景

### 二、企业晚会市场消费群体

### 三、企业晚会市场区域研究

### 四、企业晚会市场进入机会

### 五、企业晚会演出市场走势

## 第七章 中国演出服务相关行业分析

### 第一节 演出经营主体经营状况

#### 一、文艺表演团体

#### 二、演出经纪机构

#### 三、剧场

### 第二节 演出服务票务市场研究

#### 一、演出票务市场特点分析

#### 二、票务营销推广渠道研究

##### （一）营销推广渠道的类型

##### （二）推广渠道运作的方式

##### （三）演艺票务在线预订市场

#### 三、演出票务市场发展趋势

#### 四、二级票务平台发展分析

### 第三节 演出服务设备市场分析

#### 一、演出服务设备市场概况

#### 二、演艺设备企业竞争力

#### 三、文化演艺设备投资前景

## 第八章 中国演出服务重点企业竞争力分析

### 第一节 中国东方演艺集团有限公司

#### 一、演艺集团发展概况

#### 二、集团演艺资源分析

三、集团业务服务体系

四、演艺集团最新动向

第二节 江苏省演艺集团有限公司

一、演艺集团发展概况

二、集团演艺资源分析

三、集团业务服务体系

四、集团经营情况分析

第三节 北京演艺集团有限责任公司

一、演艺集团发展概况

二、集团演艺资源分析

三、集团业务服务体系

四、集团经营情况分析

第四节 中国对外文化集团公司

一、企业发展基本情况

二、企业演艺资源分析

三、企业经营情况业绩

四、企业最新动态分析

第五节 本山传媒集团

一、企业发展基本情况

二、企业演艺资源分析

三、企业业务服务体系

四、企业合作情况分析

第六节 北京德云社文化传播有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业演艺资源分析

三、企业业务服务体系

四、企业合作情况分析

第七节 观印象艺术发展有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业演艺资源分析

三、企业业务服务体系

四、企业合作情况分析

## 第八节 北京开心麻花娱乐文化传媒股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业演艺资源分析
- 三、企业业务服务体系
- 四、企业经营情况分析

## 第九节 戏逍堂（北京）娱乐文化发展有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业演艺资源分析
- 三、企业业务服务体系
- 四、企业合作情况分析

## 第九章 2020-2026年中国演出服务市场前景分析

### 第一节 2020-2026年演出服务市场发展趋势分析

- 一、跨区域合作趋势扩大
- 二、演艺聚焦区成为常态
- 三、“内容为王”力量彰显
- 四、知识产权保护为新课题
- 五、品牌化竞争时代来临
- 六、企业集团化趋势明显
- 七、产业链延伸成利润增长点
- 八、资本为企业成长重要推动力
- 九、“走出去”创新模式继续推进
- 十、加大文艺产品的出口力度

### 第二节 2020-2026年演出服务市场发展前景预测

- 一、中国文化产业预测
- 二、中国演出团体发展预测
- 三、中国演艺市场规模预测
- 四、中国演出票务市场前景
- 五、中国演出场所发展前景

## 第十章 2020-2026年中国演出服务投资战略分析

### 第一节 中国演出服务产业投融资模式

一、银行贷款

二、VC/PE投资模式

三、并购投资模式

四、上市融资模式

第二节 演出服务产业投融资动态

一、宋城演艺收购北京演艺集团股权

二、格瓦拉C+轮完成融资

三、草莓音乐节第二轮融资完成

四、JDF（金典工场）两轮融资完成

五、西十区完成A轮融资

六、云南杨丽萍文化传播股份有限公司新三板挂牌

七、美盛文化收购星梦工坊股权

八、开心麻花挂牌新三板

九、海印股份收购湖南红太阳

第三节 演出服务产业投资价值与风险分析

一、演艺产业投资价值解析

（一）旅游演出投资特性

（二）海外演出投资机会

（三）演艺设备投资价值

二、演艺产业最具投资价值的机构

三、最具投资价值的演出项目类型

四、演艺产业投资风险解析

（一）市场运营风险

（二）创新不足风险

（三）消费疲软风险

（四）剧院空置风险

（五）其他风险分析

图表目录：

图表 2014-2019年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表 2014-2019年中国演出市场总体经济规模统计

图表 2014-2019年中国演出服务团体数量统计

图表 2014-2019年舞蹈演出情况统计

图表 2014-2018中国话剧演出市场对比

图表 2014-2018中国戏曲演出市场对比

图表 2014-2018中国儿童剧演出市场对比

图表 2014-2018中国曲艺杂技类演出市场对比

图表 2014-2019年中国国内游客及增长率统计

图表 2014-2019年中国旅游收入情况统计

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/Z22719EXV2.html>