

2013-2017年中国旅游演出 行业深度研究及投资前景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2013-2017年中国旅游演出行业深度研究及投资前景评估报告》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.cction.com/report/201306/94125.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中国旅游演出市场按其演出内容和对演出场所要求不同主要分为三大类，包括实景旅游演出、主题公园旅游演出和剧场表演旅游演出。实景旅游演出以户外山水实景为舞台背景，多为“大场面、大制作”。桂林、丽江等极具特色的中小型旅游城市成为实景旅游演出项目的集聚地。演出受旅游淡旺季和天气影响较大，相对于其他旅游城市而言，此类实景演出地打造的旅游演艺产品成功与否的关键因素不在于旅游演艺产品的市场需求规模，而在于产品是否有鲜明个性，能否实现本土化，以及景点的知名度。其代表作品就是张艺谋的“印象”系列。

主题公园旅游演出在主题公园景区内，景区游玩和观看演出优势互补，附加值高；如华侨城《金面王朝》、宋城《宋城千古情》。剧场表演旅游演出则在剧场内针对旅游人群打造，演出内容以当地的歌舞、戏剧、曲艺、杂技等形式的综合晚会，如上海马戏城《时空之旅》、云南丽江《丽水金沙》等。

近几年中国以实景演出和主题公园演出为代表的旅游演出收入占中国演出市场总票房收入的比例超过20%。由于旅游演出的受众群体广泛，旅游演出市场挖掘潜力巨大。随着中国旅游业及文化产业的快速发展，未来几年我国旅游演出市场将在全国更大范围内蓬勃发展，旅游演出市场收入规模将呈现出持续增长态势。预计2013年中国旅游演出市场票房收入规模将达到35.8亿元，到2017年，我国旅游演出市场规模将超过60亿元。

中企顾问网发布的《2013-2017年中国旅游演出行业深度研究及投资前景评估报告》共十章。首先介绍了中国旅游业整体状况，接着分析了中国旅游演出行业发展环境，然后对中国旅游演出行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国旅游演出行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国旅游演出行业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 2012年中国旅游业整体状况分析

第一节 2012年全球旅游业现行指标分析

一、全球旅游各国旅游情况

二、全球旅游业2007-2012年现行指标比较

第二节 2010-2012年中国入境游数据统计分析

- 一、中国入境旅游接待收汇情况
- 二、中国入境旅游主要客源市场情况
- 三、中国入境游主要城市接待情况
- 四、中国入境游地区接待情况
- 五、来华旅游入境人数统计

第三节 2010-2012年中国旅游业统计监测

- 一、中国全年旅游业各项统计情况
- 二、中国星级饭店统计监测

第二章 2012-2013年中国旅游演出业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国旅游行业政策环境分析

- 一、《国家旅游局行政许可实施暂行办法》
- 二、《旅游景区(点)道路交通指引标志设置规范》
- 三、《旅游规划通则》

第三节 2012-2013年中国旅游行业社会环境分析

- 一、居民消费
- 二、消费观念
- 三、人们生活水平提高

第三章 2012-2013年中国旅游演出市场运行状况透析

第一节 2012-2013年中国旅游演出业运行综述

- 一、观众规模
- 二、出现上亿元大手笔投资
- 三、带动消费大于情况分析

第二节 2012-2013年中国旅游演出业区域市场运行分析

- 一、对浙江省旅游演出业发展的思考
- 二、湖南旅游演出力求差异化发展
- 三、北京亟需大力发展旅游文化演出业
- 四、旅游演出促河南文化旅游转型升级

五、成都旅游演出成新景点

六、天津市“七大举措”打造天津旅游演出知名品牌

第三节 2012-2013年中国国内旅游演出的运营情况分析

一、旅游演出的剧目投资：投资多元化、大投入

二、旅游演出的剧目创作：旅游与文艺演出相结合

三、旅游演出的运作机制：市场化、产业化运作

第四章 2012-2013年中国主题公园模式的旅游演出研究

第一节 主题公园模式旅游演出的基本情况

一、大型主题公园模式旅游演出区域集中度分析

二、演出剧目投资规模分析

三、剧目演出场所及场所容量分析

第二节 主题公园模式旅游演出的主要特点

一、演出功能：以强化休闲娱乐和渲染游乐氛围为主

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

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

四、演出票价：以免费或低票价为主

五、演出剧目：剧目更新较快

第三节 主题公园模式旅游演出的运营方式

一、投资模式：演出由旅游景区（主题公园）自主开发

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

三、宣传和营销：依托主题公园，同步营销，共享观众市场

四、演出衍生品开发：多渠道开发

第四节 主题公园模式的成功实践之一：深圳全球之窗

一、基本情况

二、剧目创作

三、演出运营

四、演出情况

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》

一、基本情况

二、剧目创作与创新

三、演出运营

四、演出效果

五、演出项目后续开发

第五章 2012-2013年国内主要旅游演出模式研究——实景模式旅游演出

第一节 实景模式旅游演出的基本情况分析

一、全国实景类旅游演出分布特征分析

二、实景类旅游演出发展趋势分析

三、实景旅游演出人员特征分析

第二节 实景模式旅游演出的主要特点分析

一、项目投入大，回报周期较长

二、具有著名的创作阵容

三、剧目创新频繁，创作周期长

四、项目后续开发及时

五、有效的拉动当地旅游市场

第三节 实景模式的主要运营方式

一、项目的投资模式：政府引导、多元参与

二、项目的运作模式：市场化运作，产业化经营

三、项目的营销模式：立体化宣传，全方位营销

第四节 实景模式的成功实践——《印象·刘三姐》

一、基本情况

二、剧目开发

三、项目投资

四、项目运营

五、演出效果

六、后续产品开发

第五节 实景模式的成功实践——《禅宗少林·音乐大典》

一、基本情况

二、剧目创作/开发

三、项目投资

四、项目运营

五、演出效果

六、项目后续开发

第六章 2012-2013年中国旅游舞台表演模式的演出研究

第一节 旅游舞台表演模式旅游演出的基本情况

一、旅游舞台剧目演出区域集中度分析

二、旅游舞台演出剧目集中度分析

三、旅游舞台演出年均演出场次分析

第二节 旅游舞台表演模式旅游演出的主要特点

一、剧目投资：演出剧目投资在千万以上，项目回报周期短

二、演出团队：以专业演出团体为主

三、演出票价：演出票价平均票价在200元以上

四、剧目演出：剧目演出时间持续时间较长

第三节 旅游舞台表演模式及旅游演出的运营方式

一、投资模式：专业演出单位参与合作投资

二、演出运作：以驻场演出和巡演为主

三、宣传营销：立足旅游，针对不同观众群体

第四节 旅游舞台表演模式的成功实践之二：《功夫传奇》

一、基本情况

二、剧目投资

三、演出运营

四、演出效果

第五节 旅游舞台表演模式的成功实践之四：《金沙》

一、基本情况

二、剧目创作与创新

三、演出运营

四、演出效果

第七章 2012-2013年中国其他模式旅游演出研究

第一节 历史文化演出

一、历史文化演出的基本情况

二、历史文化演出的主要特点

三、历史文化演出的运营方式

第二节 茶艺表演

一、茶艺表演的基本情况

二、茶艺表演的主要特点

三、茶艺表演的运营方式

第三节 民俗风情演出

- 一、民俗风情演出的基本情况
- 二、民俗风情演出的主要特点
- 三、民俗风情演出的运营方式

第四节 动物表演等

- 一、动物表演的基本情况
- 二、动物表演的主要特点
- 三、动物表演的运营方式

第八章 2012-2013年国外旅游演出案例研究

第一节 迪斯尼

- 一、基本情况
- 二、剧目创作/开发
- 三、项目投资
- 四、演出运营
- 五、演出效果
- 六、项目后续开发

第二节 太阳马戏团•拉斯维加斯•澳门

第三节 纽约百老汇

第四节 伦敦西区

第五节 法国红磨坊

第九章 2013-2017年中国旅游演出业前景预测分析

第一节 2013-2017年中国旅游行业发展走势预测分析

- 一、旅游业仍有较大发展空间
- 二、短期下挫难抑持续增长
- 三、农村市场和带薪休假是潜力所在

第二节 2013-2017年中国旅游营销发展趋势分析

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

第三节 2013-2017年中国旅游演出业前景展望

- 一、旅游演出业政策利好—旅游演出市场可适度引进外资
- 二、旅游演出靠文化挖掘产业潜能

第十章 2013-2017年中国旅游演出业投资战略分析

第一节 中国旅游演出业投资特性分析

第二节 2013-2017年中国旅游演出行业投资机会分析

第三节 2013-2017年中国旅游演出行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

图表目录：（部分）

图表：2012年中国旅游演出市场结构分析

图表：2009-2012年中国旅游演出市场规模及增速统计：亿元；%

图表：2013-2017年中国旅游演出市场规模预测：亿元

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201306/94125.html>