

2020-2026年中国文化创意 市场深度分析与投资分析报告

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

《2020-2026年中国文化创意市场深度分析与投资分析报告》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/202002/151519.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

报告目录：

第一章 文化创意产业相关概述

1.1 文化创意产业概念解释

1.1.1 文化创意产业的起源与推进

1.1.2 文化创意产业的定义及特征

1.1.3 文化创意产业的分类

1.1.4 文化创意产业形成的条件

1.2 文化创意产业功能介绍

1.2.1 经济功能

1.2.2 社会功能

1.2.3 文化功能

1.3 文化创意产业与文化经济的关系

1.3.1 文化创意产业与传统文化产业的关系

1.3.2 文化创意产业与经济的关系

第二章 文化创意产业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.2.4 其他障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

2.3.2 行业的区域性

第三章 2014-2019年中国文化创意产业发展环境分析

3.1 文化创意产业政治法律环境

3.1.1 行业主管部门分析

3.1.2 行业监管体制分析

3.1.3 行业主要法律法规

3.1.4 相关产业政策分析

3.1.5 行业相关发展规划

3.1.6 政策环境对行业的影响

3.2 文化创意产业经济环境分析

3.2.1 宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 文化创意产业社会环境分析

3.3.1 文化创意产业社会环境

3.3.2 社会环境对行业的影响

第四章 2014-2019年全球文化创意产业发展概述

4.1 世界文化创意产业发展状况

4.1.1 产业发展进程

4.1.2 产业发展战略

4.1.3 园区建设情况

4.2 英国文化创意产业

4.2.1 产业发展优势

4.2.2 产业发展进程

4.2.3 产业发展现状

4.2.4 产业经验借鉴

4.3 美国文化创意产业

4.3.1 产业发展现状

4.3.2 产业发展特征

4.3.3 产业经验借鉴

4.4 新加坡文化创意产业

4.4.1 产业发展现状

4.4.2 产业发展特征

4.4.3 产业发展战略

4.5 其他国家和地区文化创意产业

第五章 中国文化创意产业发展概述

5.1 中国发展文化创意产业的意义

5.1.1 发展文化创意产业的必要性

5.1.2 文化创意产业是中国经济发展的重要课题

5.1.3 我国发展创意产业的战略意义

5.2 中国文化创意产业的兴起及发展

5.2.1 产业发展动力

5.2.2 产业兴起分析

5.2.3 产业规模现状

5.2.4 产业运行特征

5.3 城市文化创意产业发展分析

5.3.1 主要城市文化创意产业发展概述

5.3.2 各大城市文化创意产业发展特点

5.3.3 城市文化创意产业发展任重道远

5.5 中国地区文化创意产业合作分析

5.5.1 海峡两岸文化创意产业合作发展迅速

5.5.2 海峡两岸文化创意产业合作应建立新模式

5.5.3 粤港澳文化创意产业合作发展综述

5.5.4 香港创意产业发展应积极参与内地合作

第六章 2014-2019年中国文化创意产业面临的挑战与发展战略

6.1 中国文化创意产业发展面临的挑战

6.1.1 制约我国文化创意产业发展的因素

6.1.2 文化创意产业存在的现实问题

6.1.3 国内文化创意产业发展的隐忧

6.1.4 我国文化创意产业发展任重道远

6.2 中国文化产业发展对策

6.2.1 我国文化创意产业的发展策略

6.2.2 中国文化创意产业发展的政策策略

6.2.3 国内文化创意产业发展的四项对策

6.2.4 文化创意产业发展中政府角色定位策略

6.3 中国文化创意产业发展建议

6.3.1 我国文化创意产业发展的七点建议

6.3.2 发展文化创意产业应把握好五个特点

6.3.3 文化创意产业发展应处理好三大关系

6.3.4 发展文化创意产业应创新体制机制

第七章 2014-2019年北京文化创意产业发展分析

7.1 北京文化创意产业运行现状

7.1.1 行业发展进程

7.1.2 行业成就分析

7.1.3 行业规模分析

7.1.4 行业运行特征

7.2 北京文化创意产业集聚区发展探讨

7.2.1 集聚区的产生

7.2.2 集聚区的定位

7.2.3 集聚区的特征

7.2.4 集聚区的发展成效

7.2.5 集聚区的管理模式

7.2.6 集聚区的发展建议

7.3 北京文化创意产业发展面临的挑战

7.3.1 制约北京文化创意产业发展的因素

7.3.2 北京文化创意产业集中度偏低

7.3.3 北京文化创意产业亟待完善产业链

7.3.4 北京文化创意产业亟待构建四大体系

7.4 北京文化创意产业的发展对策

7.4.1 北京文化创意产业发展战略

7.4.2 北京加速发展文化创意产业的建议

7.4.3 北京金融界探索支持文化创意产业发展新路

7.4.4 北京文化创意产业版权价值开发措施

第八章 2014-2019年上海文化创意产业发展分析

8.1 上海文化创意产业运行现状

8.1.1 行业发展进程

8.1.2 行业成就分析

8.1.3 行业规模分析

8.1.4 行业运行特征

8.2 上海文化创意产业集聚发展分析

8.2.1 上海创意产业集聚区概述

8.2.2 上海创意产业集聚区发展观

8.2.3 上海创意产业集聚区发展目标

8.3 上海文化创意产业发展面临的挑战及对策

8.3.1 上海文化创意产业发展面临的机遇与挑战

8.3.2 上海文化创意产业发展对策

8.3.3 上海发展创意产业的主要战略

8.4 上海文化创意产业发展规划

8.4.1 发展思路

8.4.2 发展目标

8.4.3 实施原则

第九章 2014-2019年深圳文化创意产业发展分析

9.1 深圳文化创意产业发展环境

9.1.1 地域环境

9.1.2 经济环境

9.1.3 政策环境

9.2 深圳文化创意产业运行现状

9.2.1 行业发展进程

9.2.2 行业成就分析

9.2.3 行业规模分析

9.2.4 行业运行特征

9.3 深圳“设计之都”发展分析

9.3.1 深圳文化创意产业发展设计先行

9.3.2 深圳设计之都发展之路概述

9.3.3 深圳向世界推介“设计之都”品牌

9.4 深圳文化创意产业发展面临的挑战及对策

9.4.1 面临的问题

9.4.2 发展建议

第十章 中国文化创意产业领先企业竞争力分析

10.1 中南出版传媒集团股份有限公司

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.1.5 企业最新发展动态

10.2 安徽新华传媒股份有限公司

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.2.5 企业最新发展动态

10.3 时代出版传媒股份有限公司

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.3.5 企业最新发展动态

10.4 华谊兄弟传媒股份有限公司

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.4.5 企业最新发展动态

10.5 中文天地出版传媒股份有限公司

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.5.5 企业最新发展动态

10.6 浙报传媒集团股份有限公司

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.6.5 企业最新发展动态

10.7 上海东方明珠(集团)股份有限公司

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.7.4 企业经营状况分析

10.7.5 企业最新发展动态

10.8 乐视网信息技术（北京）股份有限公司

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主要产品分析

10.8.3 企业竞争优势分析

10.8.4 企业经营状况分析

10.8.5 企业最新发展动态

10.9 上海圣博华康文化创意投资股份有限公司

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主要产品分析

10.9.3 企业竞争优势分析

10.9.4 企业经营状况分析

10.9.5 企业最新发展动态

10.10 江苏东方创意文化产业有限公司

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业主要产品分析

10.10.3 企业竞争优势分析

10.10.4 企业经营状况分析

10.10.5 企业最新发展动态

第十一章 2014-2019年文化创意产业关联板块分析

11.1 文化创意产业与园区建设

11.1.1 创意产业园的特征及发展现状

11.1.2 创意产业园建设规划的内涵与原则

11.1.3 创意产业园的运作机制

11.1.4 我国文化创意产业园发展建议

11.2 文化创意产业与设计

11.2.1 文化创意产业背景下的设计产业化研究

11.2.2 文化创意产业建构下设计的跨越与重构

11.2.3 我国创意产业与包装设计行业发展分析

11.2.4 创意产业对汽车设计的重要性解析

11.3 文化创意产业与版权保护

11.3.1 版权保护是文化创意产业发展的制度核心

11.3.2 文化创意产业发展须加强版权保护

11.3.3 文化创意产业侵权将有法可依

11.3.4 我国文化创意产业版权保护的不足及建议

11.4 文化创意产业与人力资源管理

11.4.1 人力资源在文化创意产业发展中的作用

11.4.2 创意产业的人力资源现状与挑战

11.4.3 创意产业构建人力资源管理体系的策略

11.5 文化创意产业与档案信息化

11.5.1 档案信息化是文化创意的基础

11.5.2 档案信息资源治理创新是文化创新的需要

11.5.3 文化创意产业加强档案信息资源建设的对策

第十二章 2020-2026年中国文化创意产业投资前景

12.1 文化创意产业投资现状分析

12.1.1 文化创意产业投资规模分析

12.1.2 文化创意产业投资资金来源构成

12.1.3 文化创意产业投资项目建设分析

12.1.4 文化创意产业投资资金用途分析

12.1.5 文化创意产业投资主体构成分析

12.2 文化创意产业投资特性分析

12.2.1 文化创意产业进入壁垒分析

12.2.2 文化创意产业盈利模式分析

12.2.3 文化创意产业盈利因素分析

12.3 文化创意产业投资机会分析

12.3.1 产业链投资机会

12.3.2 细分市场投资机会

12.3.3 重点区域投资机会

12.3.4 产业发展的空白点分析

12.4 文化创意产业投资风险分析

12.4.1 文化创意产业政策风险

12.4.2 宏观经济风险

12.4.3 市场竞争风险

12.4.4 关联产业风险

12.4.5 产品结构风险

12.4.6 技术研发风险

12.4.7 其他投资风险

第十三章 2020-2026年中国文化创意产业企业投资战略分析

13.1 文化创意产业企业发展战略规划背景意义

13.1.1 企业转型升级的需要

13.1.2 企业做大做强的需要

13.1.3 企业可持续发展需要

13.2 文化创意产业企业战略规划制定依据

13.2.1 国家政策支持

13.2.2 行业发展规律

13.2.3 企业资源与能力

13.2.4 可预期的战略定位

13.3 文化创意产业企业战略规划策略分析

13.3.1 战略综合规划

13.3.2 技术开发战略

13.3.3 区域战略规划

13.3.4 产业战略规划

13.3.5 营销品牌战略

13.3.6 竞争战略规划

第十四章 研究结论及建议 ()

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：文化创意产业特点

图表：文化创意产业生命周期

图表：文化创意产业产业链分析

图表：2014-2019年文化创意产业市场规模分析

图表：2020-2026年文化创意产业市场规模预测

图表：2014-2019年文化创意产业重要数据指标比较

图表：2014-2019年中国文化创意产业销售情况分析

图表：2014-2019年中国文化创意产业利润情况分析

图表：2014-2019年中国文化创意产业资产情况分析

图表：2014-2019年中国文化创意产业竞争力分析

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/151519.html>