

2020-2026年中国演艺行业 发展趋势与市场年度调研报告

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年中国演艺行业发展趋势与市场年度调研报告》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/202001/148103.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 演艺产业发展综述 18

第一节 演艺产业范畴与内容 18

一、演艺产业内容 18

二、演艺产业要素 19

（一）演出主体——演员 19

（二）演出客体——观众 19

（三）演出载体——演出场所 19

（四）其他要素 20

三、产业状态概述 20

（一）主体状态多元化 20

（二）产业状态集团化 21

（三）消费状态大众化 21

（四）定位状态高雅化 21

四、演艺产业链概述 21

第二节 中国演艺产业发展必要性 22

一、群众文化消费需求 22

二、城市营销宣传需要 22

三、企事业单位及非政府组织的宣传 22

四、国家文化的国内外消费 22

第三节 中国演艺产业问题与策略 23

一、演艺产业存在问题 23

二、演艺产业提升策略 24

第二章 演艺行业发展环境 27

第一节 经济环境分析 27

一、中国GDP增长情况分析 27

二、工业经济发展形势分析 28

三、社会固定资产投资分析 29

第二节 社会环境分析 30

一、居民收入稳步提升	30
二、居民娱乐消费支出	31
三、文化产业发展环境	32
(一) 文化产业环境分析	32
(二) 文化产业投资情况	32
第三节 技术环境分析	33
一、新媒体技术推动产业发展	33
二、互联网发展状况	33
(一) 网民规模	33
(二) 手机网民规模	34
(三) 接入方式	35
(四) 网民属性	37
三、互联网基础资源	41
四、互联网应用状况	42
五、手机网络应用状况	43
六、中国IPTV产业快速发展	44
七、媒体播出平台渠道多样化	45
第四节 政策环境分析	46
一、演艺行业管理体制	46
二、演艺行业相关政策	48
(一) 主要产业支持政策	48
(二) 金融与税收支持政策	50
(三) 演艺产业其他政策	52
三、演艺行业税收政策	54
(一) 营业税	54
(二) 营业税改增值税	54
(三) 剧场自用房产土地税、房产税	56
(四) 税改建议	56
四、演艺产业相关规划	57
五、政策环境影响分析	61
第三章 中国演艺行业发展分析	64

第一节 演艺行业发展现状分析 64

一、演艺行业发展历程 64

二、演出市场结构调整分析 65

（一）国有院团完成改制 65

（二）民营院团和演出经纪机构作用显著 65

（三）中介机构及个体中介减少 66

（四）演出经营主体的专业化、连锁化趋势 66

三、演出票务公司结构多样情况 66

四、演出与周边行业融合加深 66

五、演出产业营销方式转变分析 67

六、中国优秀演艺项目分析 68

第二节 演艺行业发展规模分析 68

一、演出市场规模分析 68

（一）演出市场总体规模 68

（二）演出市场收入结构 69

二、演出细分市场规模分析 70

（一）演出票房收入 70

（二）农村演出收入 72

（三）演出周边产品及赞助收入 72

（四）演出经营主体配套设施及其他服务收入 72

（五）政府补贴收入 73

第三节 国有艺术剧院团改革分析 73

一、院团改革背景介绍 73

二、院团改革发展现状 74

（一）院团改革发展历程 74

（二）院团改革进展解析 74

（三）院团改革效益剖析 74

三、院团改革路径与模式 75

（一）院团改革路径 75

（二）院团改革模式 76

四、关于支持转企改制国有文艺院团改革发展的指导意见 76

第四节 演出市场演员从业情况分析 79

- 一、演员基本从业状态 79
- 二、演员演出渠道、收入及社会保障 81
- 三、演员的培养和选拔机制 83
- 四、演员从业市场存在问题 85

第五节 演艺产业进出口情况分析 87

- 一、演艺产业贸易发展背景 87
 - (一) 海外中国文化中心情况 87
 - (二) 海外中国文化中心规划 88
- 二、涉外演出市场发展状况 88
 - (一) 涉外演出市场现状 88
 - (二) 演出国际化合作情况 88
- 三、涉外演出项目风险分析 89
 - (一) 文化差异 89
 - (二) 成本居高 90
 - (三) 恶性打压 90
 - (四) 经验缺失 90
 - (五) 重叠经纪 90
 - (六) 实力不济 91
 - (七) 法律纠纷 91

第四章 中国演艺市场经营主体发展分析 92

第一节 文艺表演团体经营状况分析 92

- 一、文艺表演团体收入规模 92
- 二、国有文艺表演团体分析 92
 - (一) 国有文艺表演团体发展情况 92
 - (二) 转制国有院团面临主要问题 94
 - (三) 关于国有改制院团两点建议 94
- 三、民营文艺表演团体分析 95
 - (一) 民营文艺表演团体发展情况 95
 - (二) 民营文艺表演团体面临问题 95
 - (三) 民营文艺表演团体扶持建议 96

第二节 演出经纪机构经营状况分析 96

- 一、演出经纪机构市场规模 96
- 二、民营演出经纪机构 98
- 三、演出项目经纪机构 99
- 四、演员经纪机构 99
- 五、演出票务经纪机构 101
- 六、演出经纪人员 103
- 第三节 专业剧场经营状况分析 104
 - 一、专业剧场市场规模 104
 - 二、专业剧场市场特征 104
- 第四节 舞美工程企业经营状况分析 106
 - 一、舞美工程企业市场规模 106
 - 二、舞美工程企业发展情况 107
 - 三、安全保障体系亟待建立 109
 - 四、加强演出工程安全管理建议 110
- 第五节 艺术表演团体经营状况分析 111
 - 一、艺术表演团体数量 111
 - 二、艺术表演团体从业人员 112
 - 三、艺术表演团体原创首演剧目 113
 - 四、艺术表演团体演出场次 114
 - 五、艺术表演团体观众情况 116
 - 六、艺术表演团体收支情况 117
 - 七、政府采购的公益演出活动 118
- 第六节 艺术表演场馆经营状况分析 119
 - 一、艺术表演场馆数量 119
 - 二、艺术表演场馆从业人员 121
 - 三、艺术表演场馆坐席数量 121
 - 四、艺术表演场馆演出场次 122
 - 五、艺术表演场馆观众数量 123
 - 六、艺术表演场馆收支情况 124

第五章 中国演艺行业细分市场发展分析 126

第一节 音乐类演出市场分析 126

一、音乐类演出市场发展规模 126

（一）音乐类演出发展特点 126

（二）音乐类演出市场规模 126

二、音乐类演出细分市场分析 126

（一）演唱会 126

（二）音乐会 128

（三）音乐节 129

第二节 舞蹈类演出市场分析 130

一、舞蹈类演出市场规模 130

二、北京舞蹈演出市场突出 131

三、舞蹈类演出市场存在问题 131

第三节 话剧演出市场分析 133

一、话剧演出市场发展综述 133

（一）话剧定义及分类 133

（二）话剧产生及发展 133

（三）话剧艺术基本特点 135

二、中国话剧市场发展特点 136

（一）大剧场剧目复排、改编多 136

（二）小剧场剧目创作特色确立 136

（三）戏剧初步探索国际化模式 137

三、话剧演出市场经营分析 138

（一）话剧演出市场特征 138

（二）话剧演出市场规模 138

四、话剧演出市场存在问题 138

（一）话剧演出原创力疲乏 138

（二）话剧演出资金短缺 138

（三）话剧区域发展不平衡 139

第四节 曲艺演出市场分析 139

一、曲艺演出市场规模分析 139

二、戏曲演出市场发展分析 140

（一）戏曲演出场所分析 140

（二）农村戏曲演出分析 140

- (三) 城市戏曲演出分析 140
- (四) 地方戏曲市场分析 141
- 三、曲艺、杂技类演出市场分析 141
 - (一) 曲艺、杂技类演出规模 141
 - (二) 曲艺演出市场分析 142
 - (三) 杂技演出市场分析 143

第六章 中国演艺行业专项演出市场分析 144

第一节 农村演出市场分析 144

- 一、农村演出市场规模 144
- 二、农村演出市场问题 146
- 三、农村演出市场建议 147

第二节 动漫演艺市场分析 147

- 一、北京首届动漫剧场演出 147
- 二、动漫演艺市场前景预测 148

第三节 网络演艺市场分析 148

- 一、网络演艺市场类型分析 148
- 二、网络演艺市场经营特点 148
- 三、网络演艺市场重点企业 150

第四节 模特演艺市场分析 151

- 一、模特演艺市场发展背景 151
- 二、模特演艺市场经营特点 151
- 三、模特演艺市场经营情况 152
- 四、模特演艺市场发展趋势 152

第七章 中国旅游演艺市场发展分析 154

第一节 旅游演艺概念及发展历程 154

- 一、旅游演艺概念分析 154
- 二、旅游演艺特征分析 154
- 三、旅游演艺发展历程 155

第二节 旅游演艺的特点与旅游业的关系解析 155

- 一、中国演艺旅游产品特点 155

二、旅游演艺市场对旅游业发展的影响 157

第三节 中国旅游演艺发展分析 159

一、旅游演艺市场经营特点 159

二、旅游演艺市场规模分析 160

三、旅游演艺行业竞争格局 161

四、旅游演出运营国际化趋势 162

五、旅游演出发展前景分析 162

第四节 旅游景区演艺产品营销策略分析 164

一、差异化策略 164

二、多样化策略 165

三、增值策略 166

四、游客认同感策略 166

第五节 旅游演艺产品核心竞争力分析 167

一、竞争优势 167

二、品牌优势 167

三、服务优势 168

四、溢出效应 168

五、生命周期延展 168

第六节 景区演艺活动品牌化探讨 169

一、品牌化的必要性分析 169

二、品牌化的可行性分析 169

三、品牌化实施策略 170

第八章 演艺行业区域市场发展分析 172

第一节 演艺行业区域特征分析 172

一、北、上、广为第一阵容 172

二、滇、湘、浙等为第二阵容 172

三、陕、苏、皖等为第三阵容 172

第二节 上海 173

一、演艺行业资源盘点 173

二、演出市场需求特征 173

三、演艺产业经营分析 174

四、上海话剧市场发展 174

五、京沪演出市场对比 175

第三节 成都 176

一、成都演艺市场特点分析 176

二、2019年成都演出排期 176

三、成都演艺业发展规划 177

第四节 山东 177

一、山东演艺业发展概况 177

二、山东演艺产业发展规划 180

三、济南演艺行业资源盘点 180

第五节 其他区域 181

一、杭州市 181

二、辽宁省 182

三、贵州省 183

四、云南丽江 183

第九章 北京片区演艺市场发展分析 184

第一节 北京演艺市场发展分析 184

一、北京演出市场发展概况 184

（一）晚会形式演出减少，演唱会呈高质量趋势 184

（二）文化转型中的阵痛，原创话剧演出数量减少 184

（三）演出票价下降，观众向年轻化转变 185

（四）以市场需求为导向，民营院团异军突起 185

（五）国有院团及大型剧场仍是各大年节的演出主力 186

（六）赴国外演出活跃，使中国国粹“走出去” 186

（七）赴外阜演出增多，拉动全国演出市场 187

二、演出场所分布及发展 187

三、北京演艺产业运营情况 188

（一）演出场次统计 188

（二）观众人数统计 189

（三）演出收入统计 190

（四）演出票价统计 190

(五) 200场以上剧场统计	191
四、北京建设演艺集聚区	192
五、北京演出市场存在问题	193
第二节 北京旅游演艺发展研究	194
一、北京旅游市场发展分析	194
二、北京旅游演艺现状分析	197
三、北京旅游演艺发展前景	197
第十章 演艺市场价格及效益分析	198
第一节 演出市场经济性概述	198
第二节 演艺产业的经济效益管理分析	198
一、中国演艺产业盈利现状	198
二、演艺产业经济效益管理的核心	199
三、演艺产业的经济管理主要措施	200
第三节 票价问题及策略分析	202
一、演出市场高票价原因分析	202
二、演出市场门票定价策略	202
(一) 一级价格歧视	203
(二) 二级价格歧视	204
(三) 三级价格歧视	205
第十一章 演出市场竞争及战略解析	207
第一节 演出市场企业竞争分析	207
一、演艺机构竞争分析	207
二、演艺细分行业机构竞争	207
(一) 话剧机构竞争分析	207
(二) 音乐剧机构竞争分析	208
(三) 儿童剧机构竞争分析	208
(四) 旅游演出机构竞争分析	208
(五) 音乐节机构竞争分析	208
三、演出场馆竞争分析	209
(一) 剧场综合体竞争分析	209

(二) 综合型剧场竞争分析	209
(三) 话剧大剧场竞争分析	210
(四) 话剧小剧场竞争分析	210
(五) 音乐厅竞争分析	210
(六) 音乐剧剧场竞争分析	211
(七) 大型演出场馆竞争分析	211
第二节 中国演艺市场未来发展策略	212
一、推进体制改革	212
二、演出市场协调发展	212
三、以竞争求发展	213
四、以管理促繁荣	214
第三节 中国演出市场培育策略分析	214
一、演出市场主体培育	214
(一) 经营主体培育策略	214
(二) 消费主体培育策略	216
二、演出市场客体培育	217
三、演出运行规则	218

第十二章 演艺市场消费及营销策略分析 220

第一节 中国演出市场消费情况	220
一、中国演出市场消费现状	220
二、演出市场消费问题对策	221
三、演出市场消费发展趋势	221
第二节 演艺行业市场营销概述	222
一、中国演艺行业主要营销平台	222
(一) 中国艺术节	222
(二) 中国国际演出交易会	223
二、中国演艺行业营销渠道分析	224
三、中国演艺行业营销手段介绍	224
(一) 成立演出联盟	224
(二) 打包批售	225
(三) 与相关行业融合	225

第三节 演艺行业市场营销策略 226

一、品牌 226

二、价格 226

三、促销 227

四、宣传 227

第四节 演艺市场策略发展动态 227

一、联盟院线破解演出市场营销困局 227

二、旅游演艺市场营销的新媒体策略 229

第十三章 2020-2026年演艺行业发展前景预测 232

第一节 2020-2026年演艺行业发展趋势分析 232

一、联合与融合趋势 232

（一）跨区域合作趋势扩大 232

（二）演艺聚焦区成为常态 232

二、创作与保护趋势 232

（一）“内容为王”力量彰显 232

（二）知识产权保护为新课题 232

三、企业运营与管理趋势 233

（一）品牌化竞争时代来临 233

（二）企业集团化趋势明显 234

（三）产业链延伸成利润增长点 234

（四）资本为企业成长重要推动力 234

四、演出市场转型趋势 234

（一）演出市场面临转型 234

（二）政府职能推动转型 235

五、对外扩张趋势 236

（一）“走出去”创新模式继续推进 236

（二）加大文艺产品的出口力度 236

第二节 2020-2026年演艺市场发展前景预测 237

一、中国文化产业整体发展预测 237

二、主要区域演艺市场前景预测 237

（一）珠三角地区发展前景预测 237

- (二) 环渤海地区发展前景预测 238
- (三) 长三角地区发展前景预测 238
- (四) 其他地区发展前景预测 239
- 三、2020-2026年演艺行业市场前景预测 240
 - (一) 演出团体增长前景预测 240
 - (二) 中国演艺市场规模预测 240
 - (三) 演出票务市场前景预测 241
 - (四) 演出场所发展前景预测 242

第十四章 演艺行业投资分析及预测 243

第一节 中国演艺产业投融资模式 243

- 一、银行贷款 243
- 二、VC/PE投资模式 243
- 三、并购投资模式 244
- 四、上市融资模式 245

第二节 大鳄全力布局全产业链 246

- 一、传统文化传媒企业拓展全产业链 247
 - (一) 华策影视 247
 - (二) 奥飞动漫 248
 - (三) 蓝色光标 248
- 二、场外企业跨界并购进入 249
- 三、互联网企业延伸进入文化产业 250
- 四、文化产业重点投资领域 251
- 五、文化传媒并购持续加速 253

第三节 演艺产业投融资动态 255

- 一、宋城演艺收购北京演艺集团股权 255
- 二、海印股份收购湖南演艺 256
- 三、格瓦拉C+轮完成融资 258
- 四、草莓音乐节第二轮融资完成 258
- 五、JDF（金典工场）两轮融资完成 258
- 六、西十区完成A轮融资 258
- 七、云南杨丽萍文化传播股份有限公司新三板挂牌 258

八、美盛文化收购星梦工坊股权 259

第四节 演艺产业投资价值与风险分析 259

一、演艺产业投资价值解析 259

（一）旅游演出投资特性 259

（二）海外演出投资机会 260

（三）演艺设备投资价值 260

二、演艺产业最具投资价值的机构 261

三、最具投资价值的演出项目类型 262

四、演艺产业投资风险解析 263

（一）市场运营风险 263

（二）创新不足风险 263

（三）消费疲软风险 263

（四）剧院空置风险 264

（五）其他风险分析 264

第十五章 演艺业国内重点企业经营分析 265

第一节 重点国有改制演艺团体经营分析 265

一、中国东方演艺集团有限公司 265

（一）剧团发展概况 265

（二）剧团组织架构 265

（三）剧团演艺资源 266

（四）剧团定位与任务 267

（五）剧团优势分析 267

（六）剧团战略规划 268

（七）剧团最新动向 268

二、江苏省演艺集团有限公司 269

（一）剧团发展概况 269

（二）剧团组织架构 269

（三）剧团演艺资源 271

（四）剧团业务体系 271

（五）剧团服务网络 271

（六）剧团优势分析 271

三、北京演艺集团有限责任公司 272

（一）剧团发展概况 272

（二）剧团组织架构 272

（三）剧团演艺资源 274

（四）剧团业务体系 274

（五）剧团经营分析 274

（六）剧团优势分析 275

（七）剧团最新动向 275

第二节 中国重点演出品牌机构经营分析 275

一、本山传媒集团 275

（一）企业发展历程 275

（二）企业演艺资源 276

（三）企业业务体系 276

（四）企业经营成果 277

（五）企业合作情况 277

（六）企业发展优劣势 277

二、北京德云社文化传播有限公司 279

（一）企业发展历程 279

（二）企业演艺资源 279

（三）企业常规场地 280

（四）企业业务体系 281

（五）企业服务网络 281

（六）企业发展优劣势 281

第三节 中国重点产业整合演艺机构分析 282

一、北京保利剧院管理有限公司 282

（一）企业发展概况 282

（二）企业业务体系 283

（三）企业服务网络 283

（四）企业演艺资源 283

（五）企业经营分析 284

（六）企业优势分析 284

（七）企业战略规划 285

二、北京红马传媒文化发展有限公司 285

(一) 企业发展概况 285

(二) 企业业务体系 285

(三) 企业服务网络 285

(四) 企业演艺资源 286

(五) 企业经营分析 286

(六) 企业优势分析 287

第四节 中国重点旅游文化演艺企业分析 287

一、宋城演艺发展股份有限公司 287

(一) 企业发展概况 287

(二) 企业业务情况 287

(三) 企业经营情况 289

(四) 企业项目进展 290

(五) 企业成功经验 295

二、桂林广维文华旅游文化产业有限公司 300

(一) 企业发展概况 300

(二) 企业业务体系 301

(三) 企业演艺资源 301

(四) 企业经营分析 302

第五节 重点开拓国际市场演艺企业分析 302

一、中国对外文化集团公司 302

(一) 企业发展概述 302

1、企业发展历程 302

2、企业组织架构 303

3、企业演艺资源 305

4、企业业务架构 305

5、企业经营业绩 306

(二) 企业涉外演出分析 306

(三) 企业竞争优势分析 306

(四) 企业合作情况分析 307

二、天创国际演艺制作交流有限公司 307

(一) 企业发展概述 307

- 1、企业发展历程 307
- 2、企业组织架构 308
- 3、企业演艺资源 308
- 4、企业业务架构 308
- 5、企业经营模式 309——
 - (二) 企业涉外演出分析 309
 - (三) 企业服务网络分析 309
 - (四) 企业竞争优势分析 310
 - (五) 企业创新成果分析 310

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/148103.html>