

2022-2028年中国文化企业 行业分析与市场需求预测报告

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

《2022-2028年中国文化企业行业分析与市场需求预测报告》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/202201/265781.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

文化企业就是生产、经营和销售文化产品和服务的企业。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国文化企业行业分析与市场需求预测报告》共十四章。首先介绍了文化企业行业市场发展环境、文化企业整体运行态势等，接着分析了文化企业行业市场运行的现状，然后介绍了文化企业市场竞争格局。随后，报告对文化企业做了重点企业经营状况分析，最后分析了文化企业行业发展趋势与投资预测。您若想对文化企业产业有个系统的了解或者想投资文化企业行业，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 2015-2019年中国文化产业市场竞争环境分析

1.1 经济环境

1.1.1 国际经济运行现状

1.1.2 中国经济运行现状

1.1.3 宏观经济走势预测

1.1.4 宏观经济与文化产业相关性

1.2 政策环境

1.2.1 行业管理体制

1.2.2 行业政策基调

1.2.3 税收优惠政策

1.2.4 热点政策解读

1.2.5 行业规划解读

1.2.6 监管政策对文化产业的影响

1.3 社会环境

1.3.1 居民收入水平分析

1.3.2 居民文化消费特征

1.3.3 居民文化消费指数

1.3.4 居民文化消费潜力

1.3.5 社会环境对文化产业的影响

1.4 技术环境

1.4.1 主要技术应用

1.4.2 技术环境对文化产业的影响

1.4.3 技术视角文化产业发展趋势

1.5 行业环境

1.5.1 行业准入条件

1.5.2 行业进入壁垒

1.5.3 行业退出壁垒

第二章 2015-2019年中国文化产业市场竞争格局分析

2.1 中国文化产业竞争结构

2.1.1 市场竞争概况

2.1.2 区域竞争格局

2.1.3 贸易竞争格局

2.2 中国文化企业竞争格局分析

2.2.1 企业资本属性

2.2.2 企业业态结构

2.2.3 企业地域结构

2.2.4 企业经济规模比较

2.2.5 企业盈利能力比较

2.2.6 企业营收排行

2.3 中国文化产业并购整合状况

2.3.1 文化产业并购规模

2.3.2 影视产业并购整合

2.3.3 动漫游戏并购整合

2.3.4 音乐产业并购整合

2.3.5 国内企业重组整合

2.3.6 跨国企业并购整合

2.4 中国文化产业国际竞争力剖析

2.4.1 评价指标构建及研究方法

2.4.2 国际竞争力比较分析

2.4.3 国际竞争力影响因素

2.4.4 国际竞争力提升对策

第三章 中国新闻出版业竞争格局及标杆企业竞争力分析

3.1 中国新闻出版业竞争格局

3.1.1 图书出版集团

3.1.2 报刊出版集团

3.1.3 发行集团

3.1.4 印刷集团

3.2 江苏凤凰出版传媒股份有限公司

3.2.1 企业发展概况

3.2.2 经营效益分析

3.2.3 业务运营分析

3.2.4 区域运营分析

3.3 中南出版传媒集团股份有限公司

3.3.1 企业发展概况

3.3.2 经营效益分析

3.3.3 业务运营分析

3.3.4 区域运营分析

3.4 上海新华传媒股份有限公司

3.4.1 企业发展概况

3.4.2 经营效益分析

3.4.3 业务运营分析

3.4.4 区域运营分析

3.5 浙报传媒集团股份有限公司

3.5.1 企业发展概况

3.5.2 经营效益分析

3.5.3 业务运营分析

3.5.4 区域运营分析

3.6 时代出版传媒股份有限公司

3.6.1 企业发展概况

3.6.2 经营效益分析

3.6.3 业务运营分析

3.6.4 区域运营分析

第四章 2015-2019年中国广播电视业竞争格局及标杆企业竞争力分析

4.1 中国广播电视业竞争格局

4.1.1 广电行业整体竞争格局

4.1.2 省级电视台的竞争格局

4.1.3 广电新媒体的竞争格局

4.1.4 广电网络设备的竞争格局

4.2 上海东方明珠（集团）股份有限公司

4.2.1 企业发展概况

4.2.2 经营效益分析

4.2.3 业务运营分析

4.2.4 区域运营分析

4.3 湖南电广传媒股份有限公司

4.3.1 企业发展概况

4.3.2 经营效益分析

4.3.3 业务运营分析

4.3.4 区域运营分析

4.4 深圳市天威视讯股份有限公司

4.4.1 企业发展概况

4.4.2 经营效益分析

4.4.3 业务运营分析

4.4.4 区域运营分析

4.5 北京歌华有线电视网络股份有限公司

4.5.1 企业发展概况

4.5.2 经营效益分析

4.5.3 业务运营分析

4.5.4 区域运营分析

4.6 陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司

4.6.1 企业发展概况

4.6.2 经营效益分析

4.6.3 业务运营分析

4.6.4 区域运营分析

第五章 2015-2019年中国影视产业竞争格局及标杆企业竞争力分析

5.1 中国电影产业竞争格局

5.1.1 电影业基本竞争格局

5.1.2 电影业竞争格局变化

5.1.3 电影制发市场竞争格局

5.1.4 电影院线市场竞争格局

5.2 中国电视剧产业竞争格局

5.2.1 电视剧市场竞争压力

5.2.2 电视剧行业竞争特征

5.2.3 电视剧制作行业竞争格局

5.2.4 电视剧播出市场竞争格局

5.3 中国电影集团公司

5.3.1 企业发展概况

5.3.2 企业经营业绩

5.3.3 业务运营分析

5.3.4 核心竞争力分析

5.4 华谊兄弟传媒股份有限公司

5.4.1 企业发展概况

5.4.2 经营效益分析

5.4.3 业务运营分析

5.4.4 区域运营分析

5.5 北京光线传媒股份有限公司

5.5.1 企业发展概况

5.5.2 经营效益分析

5.5.3 业务运营分析

5.5.4 区域运营分析

5.6 博纳影业集团

5.6.1 企业发展概况

5.6.2 企业经营业绩

5.6.3 业务运营分析

5.6.4 核心竞争力分析

第六章 2015-2019年中国动漫产业竞争格局及标杆企业竞争力分析

6.1 中国动漫产业竞争格局

6.1.1 中国动漫国际竞争力解析

6.1.2 动漫产业面临的外部竞争

6.1.3 动画电影市场竞争格局分析

6.1.4 动漫衍生品市场竞争态势

6.2 广东奥飞动漫文化股份有限公司

6.2.1 企业发展概况

6.2.2 经营效益分析

6.2.3 业务运营分析

6.2.4 区域运营分析

6.3 拓维信息系统股份有限公司

6.3.1 企业发展概况

6.3.2 经营效益分析

6.3.3 业务运营分析

6.3.4 区域运营分析

6.4 环球数码创意控股有限公司

6.4.1 企业发展概况

6.4.2 企业经营状况

6.4.3 核心竞争力分析

6.4.4 企业发展战略

6.5 湖南宏梦卡通传播有限公司

6.5.1 企业发展概况

6.5.2 核心竞争力分析

6.5.3 企业发展战略

6.6 江通动画股份有限公司

6.6.1 企业发展概况

6.6.2 核心竞争力分析

6.6.3 企业发展战略

第七章 中国音乐产业竞争格局及标杆企业竞争力分析

7.1 中国音乐产业竞争格局

7.1.1 传统音乐市场竞争格局

7.1.2 网络音乐市场竞争格局

7.1.3 手机音乐市场竞争格局

7.2 A8电媒音乐

7.2.1 企业发展概况

7.2.2 企业经营状况

7.2.3 核心竞争力分析

7.2.4 企业发展战略

7.3 无线星空

7.3.1 企业发展概况

7.3.2 企业业务及特点

7.3.3 企业核心竞争力

7.3.4 企业发展战略

7.4 百度音乐

7.4.1 企业发展概况

7.4.2 企业业务及特点

7.4.3 核心竞争力分析

7.4.4 企业发展战略

7.5 QQ音乐

7.5.1 企业发展概况

7.5.2 企业业务及特点

7.5.3 核心竞争力分析

7.5.4 企业发展战略

7.6 酷狗音乐

7.6.1 企业发展概况

7.6.2 企业业务及特点

7.6.3 核心竞争力分析

7.6.4 企业发展战略

第八章 中国网络游戏产业竞争格局及标杆企业竞争力分析

8.1 中国网络游戏产业竞争格局

8.1.1 主要竞争力量简析

8.1.2 新进入者的竞争威胁

8.1.3 现有网络游戏商之间的竞争

8.1.4 替代产品或服务的竞争威胁

8.1.5 购买者的讨价还价压力

8.1.6 供应商的讨价还价压力

8.1.7 其他利益相关者的相对力量竞争

8.2 腾讯控股有限公司

8.2.1 企业发展概况

8.2.2 企业经营状况

8.2.3 主营业务分析

8.2.4 核心竞争力分析

8.3 网易公司

8.3.1 企业发展概况

8.3.2 企业经营状况

8.3.3 主营业务分析

8.3.4 核心竞争力分析

8.4 畅游有限公司

8.4.1 企业发展概况

8.4.2 企业经营状况

8.4.3 主营业务分析

8.4.4 核心竞争力分析

8.5 盛大游戏有限公司

8.5.1 企业发展概况

8.5.2 企业经营状况

8.5.3 主营业务分析

8.5.4 核心竞争力分析

8.6 完美世界（北京）网络技术有限公司

8.6.1 企业发展概况

8.6.2 企业经营状况

8.6.3 主营业务分析

8.6.4 核心竞争力分析

第九章 2015-2019年中国广告业竞争格局及标杆企业竞争力分析

9.1 中国广告业竞争格局

9.1.1 广告企业资质等级分类

9.1.2 广告行业整体竞争格局

9.1.3 广告行业典型竞争特征

9.1.4 户外广告行业竞争格局

9.1.5 广告行业并购整合态势

9.2 广东省广告股份有限公司

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 经营效益分析

9.2.3 业务运营分析

9.2.4 区域运营分析

9.3 北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 经营效益分析

9.3.3 业务运营分析

9.3.4 区域运营分析

9.4 北京华谊嘉信整合营销顾问集团股份有限公司

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 经营效益分析

9.4.3 业务运营分析

9.4.4 区域运营分析

9.5 北京巴士传媒股份有限公司

9.5.1 企业发展概况

9.5.2 经营效益分析

9.5.3 业务运营分析

9.5.4 区域运营分析

9.6 西藏旅游股份有限公司

9.6.1 企业发展概况

- 9.6.2 经营效益分析
- 9.6.3 业务运营分析
- 9.6.4 区域运营分析

第十章 中国文化旅游产业竞争格局及标杆企业竞争力分析

- 10.1 中国文化旅游业竞争格局
 - 10.1.1 文化旅游业区域竞争格局
 - 10.1.2 旅游文化演艺业竞争格局
 - 10.1.3 游乐类主题公园业竞争态势
 - 10.1.4 文化旅游项目投资开发格局
- 10.2 横店集团
 - 10.2.1 企业发展概况
 - 10.2.2 企业经营状况
 - 10.2.3 主营业务分析
 - 10.2.4 核心竞争力分析
- 10.3 宋城演艺发展股份有限公司
 - 10.3.1 企业发展概况
 - 10.3.2 经营效益分析
 - 10.3.3 业务运营分析
 - 10.3.4 区域运营分析
- 10.4 深圳华侨城股份有限公司
 - 10.4.1 企业发展概况
 - 10.4.2 经营效益分析
 - 10.4.3 业务运营分析
 - 10.4.4 区域运营分析
- 10.5 丽江玉龙旅游股份有限公司
 - 10.5.1 企业发展概况
 - 10.5.2 经营效益分析
 - 10.5.3 业务运营分析
 - 10.5.4 区域运营分析
- 10.6 西安曲江文化旅游股份有限公司
 - 10.6.1 企业发展概况

- 10.6.2 经营效益分析
- 10.6.3 业务运营分析
- 10.6.4 区域运营分析

第十一章 中国工艺美术品产业竞争格局及标杆企业竞争力分析

11.1 中国工艺美术品行业竞争格局

- 11.1.1 行业竞争格局
- 11.1.2 行业竞争特征

11.2 中国工艺（集团）公司

- 11.2.1 企业发展概况
- 11.2.2 企业经营状况
- 11.2.3 主营业务分析
- 11.2.4 核心竞争力分析

11.3 青岛金王应用化学股份有限公司

- 11.3.1 企业发展概况
- 11.3.2 经营效益分析
- 11.3.3 业务运营分析
- 11.3.4 区域运营分析

11.4 湖北东方金钰股份有限公司

- 11.4.1 企业发展概况
- 11.4.2 经营效益分析
- 11.4.3 业务运营分析
- 11.4.4 区域运营分析

11.5 老凤祥股份有限公司

- 11.5.1 企业发展概况
- 11.5.2 经营效益分析
- 11.5.3 业务运营分析
- 11.5.4 区域运营分析

11.6 江苏弘业股份有限公司

- 11.6.1 企业发展概况
- 11.6.2 经营效益分析
- 11.6.3 业务运营分析

11.6.4 区域运营分析

第十二章 国际领先文化企业竞争力分析及成功经验借鉴

12.1 迪士尼集团

12.1.1 企业发展概况

12.1.2 经营状况分析

12.1.3 核心竞争力分析

12.1.4 企业发展战略

12.2 时代华纳公司

12.2.1 企业发展概况

12.2.2 经营状况分析

12.2.3 核心竞争力分析

12.2.4 企业发展战略

12.3 康卡斯特公司

12.3.1 企业发展概况

12.3.2 经营状况分析

12.3.3 核心竞争力分析

12.3.4 企业发展战略

12.4 21世纪福克斯公司

12.4.1 企业发展概况

12.4.2 经营状况分析

12.4.3 核心竞争力分析

12.4.4 企业发展战略

12.5 新闻集团

12.5.1 企业发展概况

12.5.2 经营状况分析

12.5.3 核心竞争力分析

12.5.4 企业发展战略

12.6 索尼公司

12.6.1 企业发展概况

12.6.2 经营状况分析

12.6.3 核心竞争力分析

12.6.4 企业发展战略

第十三章 2022-2028年中国文化企业竞争力提升策略

13.1 文化企业核心竞争力评价指标

13.1.1 产品竞争力指标

13.1.2 创意能力指标

13.1.3 企业规模指标

13.1.4 经营业绩指标

13.2 文化企业竞争力培育关键要素

13.2.1 创意

13.2.2 人才

13.2.3 资源

13.2.4 文化

13.2.5 产品

13.3 文化企业竞争力提升策略

13.3.1 定位策略

13.3.2 品牌策略

13.3.3 可持续发展策略

13.4 文化企业品牌竞争力提升路径

13.4.1 提升企业核心竞争力

13.4.2 打造满足客户需要的品牌特质

13.4.3 建立信守承诺的品牌形象

13.4.4 以管理提升品牌核心竞争力

第十四章 2022-2028年中国文化企业发展战略优选决策（I）

14.1 中小文化创意企业发展战略探讨

14.1.1 研发型中小文化创意企业战略

14.1.2 制造类中小文化创意企业战略

14.1.3 营销服务型中小文化创意企业战略

14.2 文化创意企业市场营销战略分析

14.2.1 市场营销模式

14.2.2 市场营销策略

- 14.2.3 文化营销策划
- 14.3 出版传媒企业发展战略选择
 - 14.3.1 兼并收购壮大规模
 - 14.3.2 坚持企业化经营、业务多元化
 - 14.3.3 坚守定位、培育核心业务
 - 14.3.4 精心打造品牌、不断扩充市场
 - 14.3.5 重视信息技术、增强企业后劲
- 14.4 广播电视网络企业发展战略选择
 - 14.4.1 加强型战略
 - 14.4.2 一体化战略
 - 14.4.3 多元化战略
 - 14.4.4 竞争战略
- 14.5 电影公司发展战略选择
 - 14.5.1 专注核心业务建设
 - 14.5.2 实施差异化竞争
 - 14.5.3 实行政策引导与市场规制
- 14.6 动漫企业发展战略选择
 - 14.6.1 市场战略
 - 14.6.2 融资战略
 - 14.6.3 经营战略
 - 14.6.4 人才战略
 - 14.6.5 渠道战略
- 14.7 网络游戏企业竞争战略选择
 - 14.7.1 新进入者的竞争战略
 - 14.7.2 市场领先者的竞争战略
 - 14.7.3 挑战者和追随者的竞争战略
- 14.8 工艺美术企业发展战略选择
 - 14.8.1 价值再造
 - 14.8.2 重视创意
 - 14.8.3 战略定位
 - 14.8.4 经营品牌

图表目录：

图表 2019年文化消费综合指数

图表 2019年文化消费环境分指数

图表 2019年文化消费意愿分指数

图表 2019年文化消费能力分指数

图表 2019年文化消费水平分指数

图表 2019年文化消费满意分指数

图表 2015-2019年全国文化机构统计

图表 2015-2019年国家文化出口重点项目的行业分布百分比图

图表 2015-2019年中国文化行业并购市场一览

图表 2019年中国文化行业并购类型细分

图表 2019年中国文化产业并购案例TOP10

图表 文化产业国际竞争力指标体系

图表 中国与参评国家文化产业国际竞争力要素关系

图表 中国与参评国家文化产业国际竞争力各要素得分情况

图表 中国与参评国家贸易行为细分指标情况

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/265781.html>