

# 2014-2020年中国文化产业 商业模式深度调研与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

## 报告报价

《2014-2020年中国文化产业商业模式深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitawenjiao1410/O6285343BJ.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-10-09

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2014-2020年中国文化产业商业模式深度调研与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了文化产业商业模式相关概述、中国文化产业商业模式市场运行环境等，接着分析了中国文化产业商业模式市场发展的现状，然后介绍了中国文化产业商业模式重点区域市场运行形势。随后，报告对中国文化产业商业模式重点企业经营状况分析，最后分析了中国文化产业商业模式行业发展趋势与投资预测。您若想对文化产业商业模式产业有个系统的了解或者想投资文化产业商业模式行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

随着文化产业竞争形势的加剧，能否选择合理的商业模式或商业模式组合直接决定着企业经营的成败。文化企业经营能力的提升属基础性工作，包括重视文化企业经营能力提升、企业创意能力积累和内生性增长、文化与管理融合或以文化提升管理水平等。在商业模式创新上，应更加重视塑造品牌和延长产业链，且二者为互动关系。文化企业更需要以专注化、专业化实现持续化的人才与能力积累，特别是中小型文化企业，更需要提升实业精神，将有限资源集中在专业领域，寻找或持续完善其商业模式。

## 第一章 文化产业的商业属性介绍

### 1.1 产业界定

#### 1.1.1 产业定义

#### 1.1.2 产业范畴

### 1.2 产业特征解析

#### 1.2.1 产业性质与结构

#### 1.2.2 产业领域和空间

#### 1.2.3 产业消费和生产方式

#### 1.2.4 产业样态与传播方式

#### 1.2.5 产业安全系数与收益

### 1.3 产业商业属性

#### 1.3.1 作为商品的文化产品

#### 1.3.2 作为资本的文化产品

#### 1.3.3 作为生产力的文化产品

## 第二章 文化产业商业模式的架构设计分析

### 2.1 商业模式的基本概述

- 2.1.1 商业模式功能及特点
- 2.1.2 商业模式的基本类型
- 2.1.3 商业模式的创新需求
- 2.1.4 商业模式对文化企业经营的重要性
- 2.2 文化产业商业模式构成要素
  - 2.2.1 价值主张
  - 2.2.2 消费者目标群体
  - 2.2.3 分销渠道与合作伙伴网络
  - 2.2.4 价值配置与核心能力
- 2.3 文化产业商业模式的设计及运行
  - 2.3.1 确定公司或产品的价值目标
  - 2.3.2 明确消费者目标群体
  - 2.3.3 构筑商业模式内部运作体系
  - 2.3.4 构筑商业模式外部运作体系
  - 2.3.5 建立有效保护利润的制度屏障

### 第三章 国外文化产业商业模式运作经验分析

- 3.1 国际文化产业典型商业运作模式
- 3.2 国际文化产业三大驱动模式分析
  - 3.2.1 资本技术推动模式
  - 3.2.2 资源驱动模式
  - 3.2.3 政府主导模式
- 3.3 美国文化产业商业模式分析
- 3.4 英国文化产业商业模式分析
- 3.5 法国文化产业商业模式分析
- 3.6 日本文化产业商业模式分析
- 3.7 韩国文化产业商业模式分析
- 3.8 国际文化产业发展路径借鉴
  - 3.8.1 形成文化软实力战略
  - 3.8.2 推动文化科技融合创新
  - 3.8.3 集聚发展与产业联动
  - 3.8.4 开发遗产与创意结合

## 第四章 中国文化产业商业运作的行业背景

### 4.1 中国文化产业发展环境分析

#### 4.1.1 经济环境及影响

#### 4.1.2 政策环境及影响

#### 4.1.3 社会环境及影响

#### 4.1.4 技术环境及影响

### 4.2 中国文化产业运行特征

### 4.3 中国文化产业准入条件与进入壁垒

#### 4.3.1 行业准入条件

#### 4.3.2 行业进入壁垒

#### 4.3.3 行业退出壁垒

### 4.4 中国文化产业竞争结构剖析

#### 4.4.1 区域综合竞争结构

#### 4.4.2 文化企业竞争结构

#### 4.4.3 文化贸易竞争结构

### 4.5 中国文化产业发展瓶颈及障碍

#### 4.5.1 体制弊病分析

#### 4.5.2 开发缺失分析

#### 4.5.3 产业困惑分析

## 第五章 中国文化产业商业模式深度分析

### 5.1 中国文化产业主要商业模式

#### 5.1.1 品牌先行的商业模式

#### 5.1.2 内容为王的商业模式

#### 5.1.3 产业链经营的商业模式

### 5.2 中国文化产业发展的战略模式解析

#### 5.2.1 文化科技融合&mdash;强化动力机制

#### 5.2.2 推动集约化发展&mdash;迈向园区3.0版

#### 5.2.3 突出区域化特色&mdash;新文化地缘战略

#### 5.2.4 迈向品牌大国&mdash;软硬结合的大工程

### 5.3 中国区域文化产业发展模式比较剖析

#### 5.3.1 东部文化产业发展模式

- 5.3.2 中部文化产业发展模式
- 5.3.3 西部文化产业发展模式
- 5.3.4 三大区域文化产业差异
- 5.4 中国农村文化产业商业模式分析
  - 5.4.1 以农业为依托的商业模式
  - 5.4.2 以人文资源为依托的商业模式
  - 5.4.3 文化产业集聚园商业模式
- 5.5 文化产业全产业链商业模式运作思考
  - 5.5.1 全产业链的商业模式
  - 5.5.2 文化旅游的商业模式
  - 5.5.3 演艺产业的商业模式
  - 5.5.4 体育产业的商业模式
  - 5.5.5 明星经纪的商业模式
  - 5.5.6 数字内容产业的商业模式
  - 5.5.7 动漫产业的商业模式
  - 5.5.8 全媒体产业的商业模式
  - 5.5.9 文化产业集聚园模式
- 5.6 广电新媒体行业主流商业模式分析
  - 5.6.1 有线数字电视商业模式
  - 5.6.2 移动数字电视商业模式
  - 5.6.3 手机电视商业模式
  - 5.6.4 IPTV商业模式
  - 5.6.5 网络电视商业模式
  - 5.6.6 楼宇电视商业模式
  - 5.6.7 网络广播商业模式

## 第六章 中国文化产业园区商业模式分析

- 6.1 文化创意产业园的基本特征
  - 6.1.1 产生背景
  - 6.1.2 概念界定
  - 6.1.3 基本特征
  - 6.1.4 产业链条

## 6.2 文化创意产业园区空间形态分布

### 6.2.1 园区总数及其分布

### 6.2.2 园区类型构成状况

### 6.2.3 园区区域分布格局

## 6.3 文化创意产业园区开发投资要素

### 6.3.1 架构设计

### 6.3.2 经济地理要素

### 6.3.3 地理成本要素

### 6.3.4 文化要素

### 6.3.5 经济成本要素

### 6.3.6 竞争力要素分析

## 6.4 文化创意产业园区典型开发模式

### 6.4.1 政策导向型园区

### 6.4.2 艺术家主导型园区

### 6.4.3 开发商导向型园区

### 6.4.4 资源依赖型园区

### 6.4.5 成本导向型园区

### 6.4.6 环境导向型园区

## 6.5 文化创意产业园区的盈利模式

### 6.5.1 物业租赁收入

### 6.5.2 活动策划收入

### 6.5.3 项目投资收入

### 6.5.4 产权投资收入

### 6.5.5 其他服务性收入

### 6.5.6 盈利模式评价

## 6.6 典型文化创意产业园区成功商业模式借鉴

### 6.6.1 北京798艺术区

### 6.6.2 中国（怀柔）影视基地

### 6.6.3 上海张江文化科技创意产业基地

### 6.6.4 上海田子坊文化产业园区

### 6.6.5 西安曲江新区

### 6.6.6 杭州之江文化创意园

6.6.7 深圳大芬油画村

6.6.8 深圳华侨城主题公园

## 第七章 中国文化产业营销模式分析

7.1 文化产品的品牌定位及营销模式

7.1.1 品牌定位

7.1.2 营销组合

7.2 电影的营销模式

7.3 电视剧的营销模式

7.4 电视媒体的营销模式

7.5 动漫的营销模式

7.6 图书的营销模式

7.7 网络游戏的营销模式

7.8 文化旅游景区的营销模式

7.9 艺术品的营销模式

## 第八章 中国文化产业盈利模式分析

8.1 文化产业典型盈利模式

8.1.1 专业化利润模式

8.1.2 卖座大制作影片模式

8.1.3 拳头产品模式

8.1.4 速度创新模式

8.1.5 利润乘数模式

8.1.6 价值网模式

8.2 电影产业盈利模式

8.2.1 主要盈利模式分析

8.2.2 微电影盈利模式

8.2.3 手机电影盈利模式

8.2.4 盈利模式创新战略

8.3 电视剧产业盈利模式

8.3.1 主要盈利模式分析

8.3.2 近期效益与长远效益

8.3.3 盈利模式创新战略

- 8.4 电视媒体行业盈利模式
  - 8.4.1 主要盈利模式分析
  - 8.4.2 新型盈利模式态势
  - 8.4.3 盈利模式创新战略
- 8.5 动漫产业盈利模式
  - 8.5.1 主要盈利模式分析
  - 8.5.2 传统盈利模式弊病
  - 8.5.3 新型盈利模式态势
  - 8.5.4 盈利模式创新战略
- 8.6 数字出版产业盈利模式
  - 8.6.1 关键盈利环节分析
  - 8.6.2 主要盈利模式分析
  - 8.6.3 典型盈利模式比较
  - 8.6.4 盈利模式创新战略
- 8.7 数字音乐产业盈利模式
  - 8.7.1 主要盈利模式分析
  - 8.7.2 典型盈利模式比较
  - 8.7.3 盈利模式创新战略
- 8.8 网络游戏产业盈利模式
  - 8.8.1 基本收费模式评析
  - 8.8.2 主要盈利模式分析
  - 8.8.3 未来发展趋向探索
- 8.9 网络视频产业盈利模式
  - 8.9.1 主要盈利模式分析
  - 8.9.2 新型盈利模式态势
  - 8.9.3 盈利模式创新战略
- 8.10 文化产业赢利模式的选择原则及运用关键
  - 8.10.1 需求至上
  - 8.10.2 内容原创性
  - 8.10.3 把握渠道
  - 8.10.4 运用关键点
- 8.11 从产业链角度探索文化企业赢利模式

- 8.11.1 基于产业价值链定位的赢利模式
- 8.11.2 基于资源优化整合的赢利模式
- 8.11.3 基于顾客价值创造的赢利模式

## 第九章 博思数据关于文化产业投融资模式分析

### 9.1 文化产业投融资主体

- 9.1.1 公有资本投融资
- 9.1.2 民间资本投融资
- 9.1.3 国外资本投融资

### 9.2 文化产业典型投融资模式

- 9.2.1 BOT模式
- 9.2.2 TOT模式
- 9.2.3 ABS模式
- 9.2.4 PPP模式

### 9.3 文化产业主要融资渠道

- 9.3.1 国家财政拨款
- 9.3.2 资本市场直接融资
- 9.3.3 民营资本与外商投资
- 9.3.4 银行融资
- 9.3.5 风险投资
- 9.3.6 产业基金融资

### 9.4 文化产业投融资状况综述

- 9.4.1 产业投融资体系
- 9.4.2 产业投融资特征
- 9.4.3 产业投融资规模
- 9.4.4 产业投融资需求

### 9.5 文化产业资本投资运作态势

- 9.5.1 文化产业并购规模
- 9.5.2 影视产业并购整合
- 9.5.3 动漫游戏并购整合
- 9.5.4 音乐产业并购整合
- 9.5.5 国内企业重组整合

- 9.5.6 跨国企业并购整合
- 9.6 文化企业上市融资模式解析
  - 9.6.1 上市必要性分析
  - 9.6.2 上市可行性分析
  - 9.6.3 不同上市模式的比较
- 9.7 文化产业融资组合模式实践运用
  - 9.7.1 “著作权质押+专业评估”贷款模式
  - 9.7.2 “收费权质押+保证或担保”贷款模式
  - 9.7.3 “上市融资+资产证券化”模式
  - 9.7.4 “债券融资+项目融资”模式
- 9.8 文化产业投融资模式创新方向
  - 9.8.1 投贷组合融资模式
  - 9.8.2 收入质押创新模式
  - 9.8.3 网络化投融资服务平台

## 第十章 国外领军文化企业成功商业模式借鉴

- 10.1 迪斯尼集团
  - 10.1.1 企业发展概况
  - 10.1.2 经营状况分析
  - 10.1.3 业务版图分析
  - 10.1.4 商业模式分析及借鉴
- 10.2 时代华纳公司
  - 10.2.1 企业发展概况
  - 10.2.2 经营状况分析
  - 10.2.3 业务版图分析
  - 10.2.4 商业模式分析及借鉴
- 10.3 新闻集团
  - 10.3.1 企业发展概况
  - 10.3.2 经营状况分析
  - 10.3.3 业务版图分析
  - 10.3.4 商业模式分析及借鉴
- 10.4 索尼公司

- 10.4.1 企业发展概况
- 10.4.2 经营状况分析
- 10.4.3 业务版图分析
- 10.4.4 商业模式分析及借鉴
- 10.5 维旺迪公司
  - 10.5.1 企业发展概况
  - 10.5.2 经营状况分析
  - 10.5.3 业务版图分析
  - 10.5.4 商业模式分析及借鉴
- 10.6 贝塔斯曼集团
  - 10.6.1 企业发展概况
  - 10.6.2 经营状况分析
  - 10.6.3 业务版图分析
  - 10.6.4 商业模式分析及借鉴

## 第十一章 国内重点文化企业商业模式实践探索

- 11.1 东方明珠股份有限公司
  - (1) 公司简介
  - (2) 公司经营情况分析
  - (3) 公司竞争优势分析
  - (4) 公司主要经营业务分析
  - (5) 公司发展最新动态及未来发展分析
- 11.2 湖南电广传媒股份有限公司
  - (1) 公司简介
  - (2) 公司经营情况分析
  - (3) 公司竞争优势分析
  - (4) 公司主要经营业务分析
  - (5) 公司发展最新动态及未来发展分析
- 11.3 凤凰出版传媒股份有限公司
  - (1) 公司简介
  - (2) 公司经营情况分析
  - (3) 公司竞争优势分析
  - (4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 11.4 华谊兄弟传媒股份有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 11.5 广东奥飞动漫文化股份有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 11.6 浙江华策影视股份有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 11.7 杭州宋城旅游发展股份有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 11.8 乐视网信息技术(北京)股份有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

## 第十二章 中国文化产业商业模式创新及优选决策

### 12.1 文化产业商业模式创新思路分析

#### 12.1.1 大视野

#### 12.1.2 大格局

#### 12.1.3 大融合

#### 12.1.4 大集群

#### 12.1.5 大协同

### 12.2 文化产业商业模式创新策略

#### 12.2.1 企业或产品价值的延伸

#### 12.2.2 目标消费群体的维持和扩大

#### 12.2.3 企业内部资源的整合创新

#### 12.2.4 企业外部资源的维持和扩大

#### 12.2.5 保护利润的制度屏障创新

### 12.3 农村文化产业商业模式创新战略

#### 12.3.1 以文化创意为核心进行资源开发

#### 12.3.2 利用独特资源打造价值链

#### 12.3.3 采取品牌先行的方法创新商业模式

#### 12.3.4 利用资本运作增强营销传播

### 12.4 区域文化产业发展模式选择

#### 12.4.1 集约式区域文化产业发展模式

#### 12.4.2 非均衡区域文化产业发展模式

#### 12.4.3 集群式区域文化产业发展模式

### 图表目录：

图表 文化及相关产业的类别名称和行业代码（第一部分）

图表 文化及相关产业的类别名称和行业代码（第二部分）

图表 对延伸层文化生产活动内容的说明

图表 2013年度日本本土电影票房TOP10

图表 2013年度日本海外电影票房TOP10

图表 2007-2013年日本文化厅的财政预算金额

图表 2008-2013年日本振兴地方文化产业的财政预算情况

图表 2007-2013年日本支持文化产业园国际化的财政预算情况

图表 日本制作委员会融资模式示意

图表 日本东京游戏软件产业集群的空间集聚情况

图表 2012年韩国文化产业输出国别比重示意图

图表 2013年韩国文化产业输出类别比重示意图

图表 2001-2013年全国文化机构统计

图表 2004-2013年我国文化产业增加值情况

图表 2004-2013年文化及相关产业法人单位增加值及构成

图表 2005-2013年文化及相关产业固定资产投资资金来源情况

图表 2005-2013年全国城乡居民人均文化消费支出

图表 2006-2013年全国文化体育与传媒体费总量及增长速度

图表 文化创意产业园区产业链图示

图表 中国文化创意产业园区的区域分布

图表 中国文化创意产业园区的类型分布

图表 中国产业型文化创意产业园区分布情况

图表 中国混合型文化创意产业园区分布情况

图表 中国艺术型文化创意产业园区分布情况

图表 中国休闲娱乐型文化创意产业园区分布情况

图表 中国地方特色型文化创意产业园区分布情况

图表 不同文化地理中的文化创意产业园区发展情况

图表 2007-2014年中国电影营销费用及增幅

图表 2010-2020年中国电影网络营销费用趋势

图表 2014年中国电影营销投入及效果对比分析

图表 票房过亿影片营销公司概况

图表 票房过亿影片营销公司统计

图表 《致青春》营销亮点（麦特传媒）

图表 《疯狂原始人》营销亮点（比格魔威与第七工作室）

图表 电视媒介营销空间定位模型示意图

图表 动漫产业盈利模式战略模型

更多图表 &hellip;&hellip;

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitawenjiao1410/O6285343BJ.html>