

2015-2020年中国演艺市场 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

报告报价

《2015-2020年中国演艺市场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/chuanmei1411/613827CZOA.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】2014-11-17

【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《2015-2020年中国演艺市场深度调研与投资前景研究报告》共十章。介绍了演艺行业相关概述、中国演艺产业运行环境、分析了中国演艺行业的现状、中国演艺行业竞争格局、对中国演艺行业做了重点企业经营状况分析及中国演艺产业发展前景与投资预测。您若想对演艺产业有个系统的了解或者想投资演艺行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

演艺产业是以演艺产品的创作、生产、表演、销售、消费及经纪代理、艺术表演场所等配套服务机构共同构成的产业体系。演艺产品具体形态包括音乐、歌舞、戏剧、戏曲、芭蕾、曲艺、杂技等各类型演出。近30年来，全球文化产业群雄并起，千帆竞发；尤其进入新世纪后，文化产业巨大的经济潜力，更为众多国家所认同，其作为一种新的经济形态崛起的势头更加强劲。正如有关学者所言，“文化、娱乐——而不是那些看上去更实在的汽车制造、钢铁、金融服务业——正在迅速成为新的全球经济增长的驱动轮”。

2012年，我国演出市场继续保持增长态势，全年演出总场次200.9万场，比2011年的182.6万场增长10%；全国演出市场演出总收入355.9亿元；我国演出市场票房总收入为135.0亿元，其中各类演出票房收入分别为：专业剧场演出61.2亿元，占总票房的45.3%；演艺场馆演出27.8亿元，占总票房的20.6%；旅游演出32.7亿元，占总票房的24.2%；演唱会演出13.3亿元，占总票房的9.9%。2012年全国演出市场演出场次排名前三的分别是安徽省、河南省、浙江省，说明具有多个经济发达的二三线城市省份易形成场次的优势；广东省、北京市、上海市虽然演出场次排名靠后，但依托大都市的优势举办大型演出活动较多，单场票房收入高，故分居演出收入前三甲的宝座。

《文化部“十二五”时期文化产业倍增计划》指出，“十二五”时期演艺产业加快剧院、剧场、电子票务等演艺基础设施建设，为扩大演艺消费创造条件。建立演艺产品创作生产补贴机制，扩大原创性演出产品的生产。加快演艺与旅游等相关产业的融合，培育旅游演艺市场，丰富旅游演艺产品，避免同质化。设计开发演艺衍生产品，延伸演艺产业链。在着力推动文化大发展大繁荣的背景下，我国演出市场显示出了巨大能量，文化演出市场发展可谓前景广阔。

报告目录：

第一章 中国演艺产业发展综述 17

第一节 演艺产业范畴与内容 17

一、演艺产业内容 17

二、演艺产业要素 17

（一）演出主体——演员 17

（二）演出客体——观众 17

（三）演出载体——演出场所 17

（四）其他要素 18

三、产业状态概述 19

（一）主体特性 19

（二）产业特性 19

（三）消费特性 19

（四）定位特性 19

第二节 中国演艺产业发展必要性 20

一、群众文化消费需求 20

二、城市营销宣传需要 20

三、企事业单位及非政府组织的宣传 20

四、国家文化软实力提升的需要 20

第三节 中国演艺产业问题与策略 21

一、演艺产业存在主要问题 21

（一）演出市场体系尚未形成真正的公平竞争机制 21

（二）本土演艺市场在运营方面缺乏有效的协调机制 21

（三）文化经营人才缺乏，演出行业机构作用弱化 21

二、演艺产业发展提升策略 22

（一）转变管理理念，积极培育市场主体 22

（二）加强官方文化交流，鼓励演艺产品商业化运作 22

（三）打造兼具艺术水准和商业价值的演艺产业品牌 23

（四）与海外演艺机构建立全方位的长效合作机制 23

第四节 中国演艺产业链概述 24

第二章 中国演艺产业发展环境分析 25

第一节 演艺产业政策环境分析 25

一、演艺产业管理体制	25
二、演艺产业相关政策	26
(一) 主要产业支持政策	26
(二) 金融与税收支持政策	29
(三) 对产业保护政策	29
三、演艺产业相关规划	29
第二节 演艺产业经济环境分析	33
一、世界经济形势分析	33
(一) 世界经济形势解析	33
(二) 世界经济形势展望	38
二、国内经济形势分析	39
(一) 国内经济形势解析	39
(二) 国内经济形势展望	40
三、文化产业投资情况	41
第三节 演艺产业社会环境分析	42
一、居民收入稳步提升	42
二、居民娱乐消费支出	43
第四节 演艺产业技术环境分析	43
一、互联网发展状况	43
(一) 网民规模	43
(二) 接入方式	46
(三) 网民属性	48
二、互联网基础资源	51
三、互联网应用状况	52
四、手机网络应用状况	53
五、中国IPTV产业快速发展	54
六、媒体播出平台渠道多样化	56
第五节 演艺产业营销环境分析	56
一、中国演艺产业主要营销平台	56
(一) 中国艺术节	56
(二) 中国文化年活动	57
(三) 中国国际演出交易会	59

二、中国演艺产业营销手段介绍 59

（一）成立演出联盟 59

（二）打包批售 60

（三）与相关产业融合 60

第三章 国际演艺产业现状与经验借鉴 62

第一节 国际演艺市场发展现状及前景 62

一、国际演艺产业发展概况 62

二、国际演艺产业运作模式 63

（一）商业演艺模式 63

（二）非赢利性演艺模式 63

（三）商非结合演艺模式 64

三、国际演艺产业发展趋势 64

第二节 重点地区演艺产业经验借鉴 65

一、美国演艺产业经验借鉴 65

（一）美国演艺产业发展概况 65

（二）美国演艺产业运作特色 65

（三）中美演艺产业比较分析 66

（四）美国演艺产业经验借鉴 66

二、英国演艺产业经验借鉴 67

（一）英国演艺产业发展概况 67

（二）英国演艺产业运作特色 67

（三）英国演艺产业经验借鉴 68

三、韩国演艺产业经验借鉴 68

（一）韩国演艺市场发展概况 68

（二）韩国演艺产业运作特色 68

（三）中韩演艺相关市场对比 69

四、香港文化演出产业研究 70

（一）文化演出产业发展概况 70

（二）与内地之间的交流合作 71

（三）文化演出产业经验借鉴 71

五、台湾演艺产业经验借鉴 73

(一) 台湾演艺产业发展概况	73
(二) 台湾演艺产业运作特色	73
(三) 台湾演艺产业经验借鉴	73
第三节 世界著名文化演出团体介绍	74
一、法国巴黎歌剧院芭蕾舞团	74
二、圣彼得堡基洛夫芭蕾舞团	74
三、荷兰阿姆斯特丹皇家乐团	75
四、美国纽约城市芭蕾舞团	76
五、柏林爱乐乐团	76
六、台湾表演工作坊	77
七、台湾相声瓦舍	78
第四节 全球文化演出产业发展趋势	79

第四章 中国演艺产业现状与供需平衡 80

第一节 演艺产业发展现状分析 80

一、演艺产业发展历程	80
二、全国演出市场总体情况	81
(一) 演出场次	81
(二) 演出总收入	82
(三) 票房总收入	82
(四) 不同地域演出场次比较	84
三、全国演出市场结构分析	85
(一) 演出团体	85
(二) 演出经纪	88
(三) 演出场所	91
(四) 演出票务公司	92
(五) 舞美工程企业	93
(六) 个体演员和个体经纪人	94
四、艺术表演团体基本情况	96
(一) 艺术表演团体数量	96
(二) 艺术表演团体从业人员	97
(三) 艺术表演团体原创首演剧目	98

(四) 艺术表演团体演出场次	99
(五) 艺术表演团体观众情况	101
(六) 艺术表演团体收支情况	102
五、艺术表演场馆基本情况	104
(一) 艺术表演场馆数量	104
(二) 艺术表演场馆从业人员	105
(三) 艺术表演场馆坐席数量	106
(四) 艺术表演场馆演出场次	107
(五) 艺术表演场馆观众数量	108
(六) 艺术表演场馆收支情况	108
第二节 国有艺术剧院团改革分析	109
一、院团改革背景介绍	109
二、院团改革发展现状	110
(一) 院团改革发展历程	110
(二) 院团改革进展解析	110
(三) 院团改革效益剖析	111
三、院团改革路径与模式	112
(一) 院团改革路径	112
(二) 院团改革模式	112
四、关于支持转企改制国有文艺院团改革发展的指导意见	112
第三节 演艺产业市场价值链分析	115
一、要素平台构建：版权交易与演员经纪	115
(一) 演艺产业的基本生产要素	115
(二) 版权交易平台与演艺经纪平台	117
二、演出院线构建：场馆建设与场馆运营	118
三、分销渠道构建：电子票务网络系统	119
(一) 电子票务网络系统的结构与原理	119
(二) 我国电子票务网络系统的建设现状	120
第四节 演艺产业进出口情况分析	122
一、演艺产业贸易发展背景	122
二、对外文化贸易发展特点	122
(一) 出口模式更加丰富	122

- (二) 国际合作深入发展 123
- (三) 出口范围更为广阔 123
- (四) 搭建文化贸易平台 124
- (五) 参与国际文化交流 124
- (六) 国有企业成中流砥柱 125

三、涉外演出项目风险分析 125

- (一) 文化差异 125
- (二) 成本居高 126
- (三) 恶性打压 126
- (四) 经验缺失 126
- (五) 重叠经纪 127
- (六) 实力不济 127
- (七) 法律纠纷 127

第五章 中国演艺产业细分市场发展分析 128

第一节 音乐演出市场分析 128

- 一、音乐演出市场概况 128
- 二、演奏会市场运行情况 128
- 三、演唱会演出特点分析 129
- 四、演唱会演出消费群体 129
- 五、演唱会演出分类情况 130
- 六、2012年演唱会演出市场特点 130
 - (一) “怀旧”演唱会仍占较大份额 130
 - (二) 年轻歌手演唱会场次明显上升 130
 - (三) 内地歌手场次比例较上年度有所提高 131
 - (四) 欧美、日韩等国外流行歌手演唱会场次和观众人数持续增长 131
 - (五) 演唱会扎堆现象有所缓解，市场逐渐理性 131
 - (六) 演唱会周边产品开发和版权保护有待加强 132
 - (七) 演员成本上涨，演出公司盈利空间压缩 132
- 七、演唱会演出票价分析 132
 - (一) 演唱会演出票价分析 132
 - (二) 大型演唱会演出票价核定与影响因素 133

八、音乐剧演出票价分析 133

第二节 话剧演出市场分析 134

一、话剧演出市场发展综述 134

（一）话剧定义及分类 134

（二）话剧产生及发展 134

（三）话剧艺术基本特点 136

二、中国话剧市场发展特点 137

（一）小剧场与剧目演出供求不平衡 137

（二）演出团体品牌优势明显 137

（三）影视明星加盟话剧演出 137

（四）属于“非大众文化”范畴 138

三、话剧演出市场经营分析 138

（一）话剧演出市场特点 138

（二）话剧演出消费群体 138

（三）话剧演出票价分析 138

四、著名话剧文化演出研究 139

五、话剧演出市场机会分析 140

第三节 曲艺演出市场分析 141

一、戏曲演出市场分析 141

（一）戏曲演出特点分析 141

（二）戏曲演出类型研究 142

（三）戏曲演出消费群体 151

（四）重点细分市场前景 152

（五）戏曲演出市场机会 153

二、相声演出市场分析 153

（一）相声演出特点分析 153

（二）相声演出消费群体 153

（三）著名相声团体研究 154

（四）相声演出市场前景 155

三、二人转演出市场分析 156

（一）二人转演出特点分析 156

（二）二人转演出消费群体 158

(三) 二人转演出场次规模	158
(四) 二人转特色节目分析	159
(五) 二人转演出市场前景	159
第四节 儿童剧演出市场分析	159
一、儿童剧演出市场发展概述	159
(一) 中国儿童剧资源概述	159
(二) 中国儿童剧节目种类	160
(三) 儿童剧消费群体分析	160
(四) 儿童剧观众的心理需求	160
二、儿童剧演出市场经营分析	163
(一) 儿童剧著名剧目情况	163
(二) 儿童剧演出成本分析	164
三、儿童剧演出市场趋势及前景	164
(一) 儿童剧演出市场提升策略	164
(二) 儿童剧演出市场趋势及前景	166
第五节 与其他产业融合新市场分析	166
一、旅游演出市场分析	166
(一) 旅游演出行业发展沿革	166
(二) 旅游演出行业发展特点	169
(三) 旅游演出市场规模分析	173
(四) 旅游演出成功要素分析	174
(五) 旅游演出门票价格分析	177
(六) 旅游演出未来发展展望	177
二、动漫演艺市场分析	178
(一) 南昌沃动漫音乐节概况	178
(二) 动漫演艺企业发展动态	179
(三) 动漫演艺市场前景预测	179
三、网络演艺市场分析	180
(一) 网络演艺市场区域动态	180
(二) 网络演艺市场企业动态	181
四、模特演艺市场分析	182
(一) 模特演艺市场发展背景	182

- (二) 模特演艺市场经营特点 182
- (三) 模特演艺市场发展规模 182
- (四) 模特演艺市场发展趋势 183

第六章 中国演艺产业重点区域发展分析 184

第一节 北京市演艺产业发展分析 184

- 一、北京文化产业发展背景 184
- 二、北京演出市场需求特征 187
- 三、北京文化演出市场规模 188
- 四、北京文化演出票价统计 190
- 五、北京演出市场观众人数 190
- 六、北京文化演出场次统计 191

第二节 上海市演艺产业发展分析 191

- 一、上海文化产业发展背景 191
- 二、上海演出市场需求特征 192
- 三、上海文化演出市场规模 193
- 四、上海演出市场观众人数 194
- 五、上海文化演出场次统计 195
- 六、上海文化演出市场动态 195

第三节 广州市演艺产业发展分析 196

- 一、广州文化产业发展背景 196
- 二、广州演出市场需求特征 197
- 三、广州文化演出市场规模 198
- 四、广州文化演出市场分析 199
- 五、珠影集团惠民文艺演出 199
- 六、文艺演出下基层系列活动 199

第四节 深圳市演艺产业发展分析 200

- 一、深圳文化产业发展背景 200
- 二、深圳演出市场需求特征 200
- 三、深圳文化演出市场规模 202
- 四、深圳演出市场观众人数 202
- 五、深圳文化演出场次统计 202

六、深圳文化演出市场分析	202
第五节 成都市演艺产业发展分析	203
一、成都文化产业发展背景	203
二、成都演出市场需求特征	203
三、成都文化演出市场趋势	205
四、成都文化惠民演出情况	206
第六节 武汉市演艺产业发展分析	206
一、武汉文化产业发展背景	206
二、武汉演出市场需求特征	207
三、武汉市国际杂技艺术节	207
四、武汉民营演艺业的发展	208
五、武汉文化演出市场机会	209
第七节 苏州市演艺产业发展分析	209
一、苏州文化产业发展背景	209
二、苏州演出市场需求特征	209
三、苏州文化演出市场规模	210
四、苏州演出市场观众人数	211
五、苏州文化演出场次统计	211
六、苏州文化演出市场分析	212
第八节 天津市演艺产业发展分析	213
一、天津文化产业发展背景	213
二、天津演出市场需求特征	213
三、天津春节文化惠民活动	214
四、天津演艺品牌海外行销	215
五、天津文化演出市场机会	216
第九节 重庆市演艺产业发展分析	217
一、重庆文化产业发展背景	217
二、重庆演出市场需求特征	219
三、重庆文化演出规模分析	219
四、重庆文化演出市场机会	220
第十节 宁波市演艺产业发展分析	221
一、宁波文化产业发展背景	221

- 二、宁波演出市场需求特征 222
- 三、宁波文化演出市场规模 222
- 四、宁波演出市场观众人数 223
- 五、宁波文化演出场次统计 223
- 六、宁波文化演出市场机会 224
- 第十一节 杭州市演艺产业发展分析 224
 - 一、杭州文化产业发展背景 224
 - 二、杭州演出市场需求特征 225
 - 三、杭州文化演出市场规模 225
 - 四、杭州演出市场观众人数 226
 - 五、杭州文化演出场次统计 227
 - 六、杭州文化演出市场机会 227
- 第十二节 西安市演艺产业发展分析 227
 - 一、西安文化产业发展背景 227
 - 二、西安演出市场发展特征 228
 - 三、西安文化演出规模分析 229
 - 四、西安文化演出市场机会 229
- 第十三节 南京市演艺产业发展分析 229
 - 一、南京文化产业发展背景 229
 - 二、南京艺术团体市场情况 230
 - 三、南京文化演出规模分析 231
 - 四、南京文化演出市场机会 231

第七章 国内外演艺精品剧目运营经验借鉴 233

第一节 国外领先演艺精品剧目运营分析 233

- 一、《猫》 233
 - (一) 故事背景情况概述 233
 - (二) 剧目运营成果总结 235
 - (三) 在华运营情况分析 235
 - (四) 剧目运营经验借鉴 235
- 二、《图兰朵》 236
 - (一) 全球运作背景介绍 236

(二) 在华运营情况分析	236
(三) 运营规模情况分析	237
(四) “资本化”运作分析	237
三、《大河之舞》	238
(一) 故事背景情况概述	238
(二) 剧目运营成果总结	238
(三) 在华运营情况分析	238
(四) 剧目运营经验借鉴	239
第二节 中国领先演艺精品项目运营分析	243
一、《茶馆》	243
(一) 演出基本情况概述	243
(二) 剧目运营主体团队	243
(三) 剧目投资收益分析	244
(四) 市场影响效果分析	244
(五) 剧目成功经验借鉴	244
二、《雷雨》	245
(一) 演出基本情况概述	245
(二) 剧目运营主体团队	246
(三) 剧目投资收益分析	247
(四) 市场影响效果分析	247
(五) 剧目成功经验借鉴	248
三、《女子十二乐坊》	248
(一) 演出基本情况概述	248
(二) 剧目运营主体团队	249
(三) 剧目投资收益分析	249
(四) 市场影响效果分析	251
(五) 剧目成功经验借鉴	251
四、《印象·刘三姐》	252
(一) 演出基本情况概述	252
(二) 项目运营主体团队	253
(三) 项目投资收益分析	253
(四) 市场影响效果分析	254

（五）剧目成功经验借鉴 256

五、《中华泰山封禅大典》 258

（一）演出基本情况概述 258

（二）项目运营主体团队 258

（三）项目投资收益分析 259

（四）市场影响效果分析 259

（五）剧目成功经验借鉴 261

六、《宋城千古情》 263

（一）演出基本情况概述 263

（二）项目运营主体团队 263

（三）项目投资收益分析 264

（四）市场影响效果分析 264

（五）剧目成功经验借鉴 265

七、《西游记》 266

（一）演出基本情况概述 266

（二）项目制作投入情况 266

（三）市场影响效果分析 266

（四）剧目成功经验借鉴 266

第三节 国外优秀剧目在华改编运营分析 268

一、《妈妈咪呀!》 268

（一）全球运作背景介绍 268

（二）在华运营情况分析 268

（三）剧目运营经验借鉴 269

二、《胡桃夹子?海上梦》 270

（一）全球运作背景介绍 270

（二）在华运营情况分析 271

（三）运营规模情况分析 271

（四）剧目运营经验借鉴 271

第四节 国内剧目在国外成功运营经验借鉴 272

一、《风中少林》 272

（一）演出基本情况概述 272

（二）剧目运营团队分析 273

(三) 海外演出情况分析 273

(四) 剧目成功经验借鉴 274

二、《功夫传奇》 277

(一) 演出基本情况概述 277

(二) 剧目运营团队分析 277

(三) 海外演出情况分析 278

(四) 剧目成功经验借鉴 278

第八章 中国演艺产业领先企业经营分析 283

第一节 领先国有改制演艺团体经营分析 283

一、中国东方演艺集团有限公司 283

(一) 演艺集团发展概况 283

(二) 集团演艺资源分析 283

(三) 集团业务服务体系 284

(四) 集团经营情况分析 285

(五) 演艺集团最新动向 285

二、江苏省演艺集团有限公司 286

(一) 演艺集团发展概况 286

(二) 集团演艺资源分析 286

(三) 集团业务服务体系 287

(四) 集团经营情况分析 287

(五) 演艺集团最新动向 288

三、北京演艺集团有限责任公司 289

(一) 演艺集团发展概况 289

(二) 集团演艺资源分析 290

(三) 集团业务服务体系 291

(四) 集团经营情况分析 291

(五) 演艺集团最新动向 292

第二节 中国领先演出品牌机构经营分析 292

一、本山传媒集团 292

(一) 企业发展基本情况 292

(二) 企业演艺资源分析 293

(三) 企业业务服务体系	293
(四) 企业合作情况分析	293
(五) 企业发展优势劣势	294
(六) 企业最新发展动向	295
二、北京德云社文化传播有限公司	295
(一) 企业发展基本情况	295
(二) 企业演艺资源分析	296
(三) 企业业务服务体系	297
(四) 企业合作情况分析	297
(五) 企业发展优势劣势	297
(六) 企业最新发展动向	298
第三节 中国领先产业整合演艺机构分析	299
一、北京保利剧院管理有限公司	299
(一) 企业发展基本情况	299
(二) 企业演艺资源分析	299
(三) 企业业务服务体系	300
(四) 企业经营情况分析	301
(五) 企业成本缩减策略	301
二、北京红马传媒文化发展有限公司	302
(一) 企业发展基本情况	302
(二) 企业演艺资源分析	302
(三) 企业业务服务体系	303
(四) 企业经营情况分析	303
(五) 企业最新发展动向	304
第四节 中国领先旅游文化演艺企业分析	304
一、杭州宋城集团控股有限公司	304
(一) 企业发展基本情况	304
(二) 企业演艺资源分析	304
(三) 企业业务服务体系	305
(四) 企业经营情况分析	305
(五) 企业最新发展动向	307
二、桂林广维文华旅游文化产业有限公司	307

(一) 企业发展基本情况 307

(二) 企业演艺资源分析 307

(三) 企业业务服务体系 308

(四) 企业经营情况分析 308

(五) 企业最新发展动向 308

第五节 领先开拓国际市场演艺企业分析 309

一、中国对外文化集团公司 309

(一) 企业发展基本情况 309

(二) 企业演艺资源分析 310

(三) 企业经营情况业绩 310

(四) 对外演出合作分析 311

(五) 企业最新发展动向 311

二、天创国际演艺制作交流有限公司 312

(一) 企业发展基本情况 312

(二) 企业演艺资源分析 312

(三) 企业经营情况业绩 313

(四) 涉外演出经营分析 313

(五) 企业主要客户情况 314

第九章 中国演艺产业投资模式与价值分析 315

第一节 国内各地区演艺产业投资动态 315

一、国内各地区演艺产业投资动态 315

(一) 中部少数民族文化演艺中心开工 315

(二) 日照五莲投资2亿建演艺文化产业园 315

(三) 西安投资120亿元建现代文化演艺园区 316

二、演艺产业相关企业投资动态 316

(一) 索芙特拟定增12.8亿元收购文化演艺资产 316

(二) 宋城股份演艺谷项目启动 317

三、北京市发布天桥演艺指数 317

第二节 中国演艺产业投融资模式 318

一、银行贷款 318

二、VC/PE投资模式 318

三、并购投资模式 320

四、上市融资模式 321

第三节 演艺产业投融资案例借鉴 321

一、IPO案例 321

二、并购案例 322

三、多方投资案例 322

四、国际投资案例 323

第十章 演艺产业投资价值与风险分析 324

第一节 演艺产业投资价值 324

一、演艺产业投资价值解析 324

（一）旅游演出投资特性 324

（二）海外演出投资机会 324

（三）演艺设备投资价值 325

二、演艺产业投资风险解析 326

（一）市场运营风险 326

（二）创新不足风险 326

（三）消费疲软风险 327

（四）剧院空置风险 327

（五）其他风险分析 328

第二节 演艺产业典型阻碍因素 328

一、文化消费未成为生活必需 328

二、演艺市场成熟度不高 328

三、原创生态环境尚未形成 329

四、税收政策缺乏特殊性 329

五、演艺产业缺乏统计标准 329

第三节 演艺产业发展趋势解析 330

一、联合与融合趋势 330

（一）跨界融合将成为主流 330

（二）跨区域合作趋势扩大 330

（三）演艺聚焦区成为常态 330

二、创作与保护趋势 331

(一) “内容为王”力量彰显	331
(二) 知识产权保护为新课题	331
三、企业运营与管理趋势	332
(一) 品牌化竞争时代来临	332
(二) 企业集团化趋势明显	332
(三) 产业链延伸成利润增长点	332
(四) 资本为企业成长重要推动力	333
四、对外扩张趋势	333
(一) “走出去”创新模式继续推进	333
(二) 加大文艺产品的出口力度	333
第四节 演艺产业发展前景预测	334
一、演艺产业“十二五”发展目标举措和政策支持	334
(一) 发展目标	334
(二) 发展措施	334
(三) 政策支持	335
二、主要区域演艺市场前景预测	335
(一) 珠三角地区发展前景预测	335
(二) 环渤海地区发展前景预测	336
(三) 长三角地区发展前景预测	336
(四) 其他地区发展前景预测	337
三、2015-2020年中国演艺产业市场前景分析	338
(一) 演出团体增长前景预测	338
(二) 中国演艺市场规模预测	338
(三) 演出票务市场前景预测	339
(四) 演出场所发展前景预测	340

图表目录

图表 1 2013年全球四种股票指数走势图 34

图表 2 2013年美国及世界其他国家企业发债总量对比 34

图表 3 2007-2013年希腊英法日美国预算赤字与GDP的比率对比分析 35

图表 4 2007-2013年中国美国日本和欧元区GDP变化情况对比 35

图表 5 2008-2013年世界六个国家就业率及峰值水平对比分析 36

图表 6 2008-2013年银行支付的与美国抵押贷款活动相关的罚金数额增长情况 36

图表 7 2011-2013年美英国和欧元区小企业的贷款数量与GDP的占比 37

图表 8 2007-2013年日英美三国的央行资产与GDP的占比 37

图表 9 2013年各月世界新兴市场货币与美元的汇率 38

图表 10 2010-2013年中国各季度累计GDP同比增速 40

图表 11 2013-2014年中国宏观经济关键指标预测表 40

图表 12 2012-2013年中国文化体育和娱乐业固定资产累计投资额及增速 42

图表 13 2008-2013年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 43

图表 14 1990-2012年主要年份居民家庭人均文教娱乐支出比重统计 43

图表 15 2009-2013年中国网民规模与普及率统计 44

图表 16 2012年中国各省网民规模及增速统计 45

图表 17 2012年与2013年网民上网设备使用情况对比 46

图表 18 2013年城乡网民上网设备对比 47

图表 19 2012年与2013年中国网民人均周上网时长对比 48

图表 20 2012-2013年中国网民性别结构对比 48

图表 21 2012-2013年中国网民年龄结构对比 49

图表 22 2012-2013年中国网民学历结构对比 49

图表 23 2012-2013年中国网民职业结构对比 50

图表 24 2012-2013年中国网民个人月收入对比 51

图表 25 2012-2013年中国互联网基础资源情况 52

图表 26 2012-2013年中国网民对各类网络应用的使用率 53

图表 27 2012-2013年中国手机网民各类手机应用使用率 54

图表 28 2007-2013年中国IPTV用户数量变化趋势图 55

图表 29 2001-2013年中国国际演出交易会主办地点列表 59

图表 30 2012年全国演出场次分布情况 82

图表 31 2012年全国演出票房总收入分布情况 83

图表 32 2012年全国部分省市演出场次分组对比图 84

图表 33 国有演出团体从业人员情况对比图 86

图表 34 2012年中国演出经纪人员情况一览表 89

图表 35 2012年中国演出经纪机构各项收入情况对比 90

图表 36 2012年中国剧场分布图 92

图表 37 2012年全国舞美工程企业演出活动相关数据图 94

图表 38 2007-2012年中国艺术表演团体数量增长趋势图	96
图表 39 2012年中国各类艺术表演团体数量统计	96
图表 40 2012年中国各类艺术表演团体从业人员数量统计	97
图表 41 2012年中国各类艺术表演团体原创首演剧目数量统计	98
图表 42 2007-2012年中国艺术表演团体演出场次变化趋势图	100
图表 43 2012年中国各类艺术表演团体演出场次数量统计	100
图表 44 2007-2012年中国艺术表演国内观众人数情况统计	101
图表 45 2012年中国各类艺术表演团体观众数量统计	101
图表 46 2007-2012年中国艺术表演团体收入规模及构成	102
图表 47 2012年中国各类艺术表演团体收支情况统计	103
图表 48 2007-2012年中国艺术表演场馆数量增长趋势图	104
图表 49 2012年中国各类艺术表演场馆数量统计	104
图表 50 2012年中国各类艺术表演场馆从业人员数量统计	105
图表 51 2012年中国各类艺术表演场馆坐席数量数量统计	106
图表 52 2012年中国各类艺术表演场演出场次统计	107
图表 53 2012年中国各类艺术表演场馆演出场次统计	108
图表 54 2012年中国各类艺术表演场馆收支统计	109
图表 55 电子票务网络系统结构示意图	120
图表 56 2012年中国音乐厅发展情况分析	128
图表 57 2003-2012年主要年份中国内地及香港地区演唱会票价对比分析	133
图表 58 2003-2012年主要年份中国内地香港与韩国音乐剧票价对比分析	134
图表 59 2003-2012年中国内地、香港及韩国和日本话剧票价对比分析	139
图表 60 中外儿童剧著名剧目情况统计	163
图表 61 中国旅游演艺行业的发展沿革	169
图表 62 国内主要旅游演出作品的投资规模分布图	170
图表 63 中国旅游演出行业资金壁垒变化趋势图	171
图表 64 旅游演出节目编导分布图	172
图表 65 2010-2012年中国旅游演出市场票房收入规模增长趋势图	174
图表 66 旅游演艺项目的门票票价范围	177
图表 67 2012年北京市文娱产业地区生产总值统计	184
图表 68 2012年北京市文化演出分类型场次统计	187
图表 69 2012年北京市文化演出按场次分类型占比	188

图表 70 北京市文化演出市场规模统计 189

图表 71 2012年上海市文化演出分类型主要情况统计 192

图表 72 2012年上海市文化演出规模统计 193

图表 73 上海市主要演出场馆情况统计 194

图表 74 2012年上海市文化演出观众人次统计 194

图表 75 2012年上海市文化演出(映)出场次统计 195

图表 76 2012年广州市城市居民文娱消费价格指数及投资统计 197

图表 77 广州市文化演出按场次分类型占比 198

图表 78 2012年深圳市文化事业主要经济指标统计 200

图表 79 深圳市文化演出按场次分类型占比 201

图表 80 武汉市文化演出按场次分类型占比 207

图表 81 1990-2012年主要年份苏州市艺术事业机构数及职工人数统计 210

图表 82 2012年苏州市艺术表演团体机构数及从业人员统计 210

图表 83 2012年苏州市艺术表演场馆数及从业人员统计 211

图表 84 2012年苏州市各区文化表演分类型观众人次统计 211

图表 85 1990-2012年主要年份苏州市艺术表演团体演出场次统计 212

图表 86 2012年苏州市各区文化表演分类型演出场次统计 212

图表 87 天津市文化演出按场次分类型占比 214

图表 88 2012年重庆市文化演出分类型演出场数及观众人数统计 219

图表 89 2010-2012年重庆市文化演出机构统计 220

图表 90 2012年重庆市文化演出场数及观众人数统计 220

图表 91 2007-2012年宁波市文化演出规模统计 223

图表 92 2007-2012年宁波市文化演出观众人次统计 223

图表 93 2007-2012年宁波市文化演出场次统计 223

图表 94 杭州市文化演出按场次分类型占比 225

图表 95 2010-2012年杭州市文化表演演出收入统计 226

图表 96 2006-2012年杭州市文化事业单位数统计 226

图表 97 2010-2012年杭州市剧团演出观众人数统计 226

图表 98 2010-2012年杭州市文化演出场次统计 227

图表 99 2012年南京市艺术团体基本情况统计 230

图表 100 2012年南京市文化市场经营机构数与从业人员数量统计 231

图表 101 2012年南京市文化市场经营机构经营情况统计 231

图表 102 近年来《雷雨》运营情况	246
图表 103 女子十二乐坊主要作品情况	250
图表 104 中国东方演艺集团有限公司组织架构图	284
图表 105 江苏省演艺集团有限公司院团示意图	287
图表 106 北京演艺集团有限责任公司成员单位示意图	290
图表 107 北京演艺集团有限责任公司主要业务一览表	291
图表 108 北京德云社相声队各队成员情况	296
图表 109 德云社SWOT分析	298
图表 110 北京保利剧院管理有限公司下属剧院统计	300
图表 111 杭州宋城集团控股有限公司主要业务统计	305
图表 112 2013年杭州宋城旅游发展股份有限公司分产品情况表	306
图表 113 2013年杭州宋城旅游发展股份有限公司业务结构情况	306
图表 114 2013年杭州宋城旅游发展股份有限公司分地区情况表	307
图表 115 天创国际演艺制作交流有限公司组织架构图	313
图表 116 2010-2012年天创国际演艺制作交流有限公司收入统计	313
图表 117 2012年国内文化传媒业典型VC/VE融资案例	319
图表 118 2007-2012年国内文化传媒企业IPO融资趋势图	320
图表 119 2015-2020年中国文化演出市场规模预测趋势图	

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/chuanmei1411/613827CZOA.html>