

2020-2025年中国旅游演艺行业市场运营现状及行业发展趋势报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国旅游演艺行业市场运营现状及行业发展趋势报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/495084.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

旅游演艺是什么？并非简单的文娱演出。基于调研，从产品角度，笔者认为应分为六部分：第一，地域性的文娱演出。第二，相匹配的多功能综合型娱乐剧场（剧院）。第三，以演出为核心产品之一的主题公园，为项目收益的保障点。第四，项目周边的旅游休闲综合配套区，这是产业链延伸部分。第五，围绕演艺项目构建历史文明的话语体系，则属于营销和推广部分。第六，产权质押和股权交易，此为最关键的融资和流转部分。比如，山水盛典文化产业的“大型山水实景演出”旅游演艺项目，包括《印象刘三姐》、《禅宗少林音乐大典》、《大宋东京梦华》、《天门狐仙》、《道解都江堰》、《鼎盛王朝康熙大典》、《锦宴》、《龙船调》、《嫦娥》等。

旅游文化演艺市场的消费群体主要为到当地旅游的游客，旅游业的快速发展为旅游文化演艺市场带来了巨大的潜在消费人群，带动了旅游文化演艺市场规模的不断扩大。

2013-2019年上半年我国旅游收入统计

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 旅游演艺相关概述

1.1 文化旅游相关内容

1.1.1 文化旅游内涵

1.1.2 文化旅游类型

1.1.3 文化旅游核心价值

1.2 旅游与演艺的融合

1.2.1 旅游产业介绍

1.2.2 演艺产业介绍

1.2.3 行业融合的必要性

1.3 旅游演艺简述

1.3.1 旅游演艺定义

1.3.2 旅游演艺特点

1.3.3 旅游演艺分类

第二章 2015-2019年中国文化旅游业发展状况剖析

2.1 2015-2019年中国文化旅游业发展现状

我国的旅游文化演艺节目早出现在20世纪80年代，主要代表是陕西省歌舞剧院古典艺术团于1982年9月在西安推出的《仿唐乐舞》。之后，随着华侨城旗下的中国民俗文化村于1995年7月推出的《中华百艺盛会》、世界之窗于1995年12月推出的《欧洲之夜》以及宋城景区于1997年3月推出的《宋城千古情》等旅游文化演艺节目陆续开始公演，我国旅游文化演艺行业逐渐步入了繁荣发展的时期。

近几年旅游演出市场收入一直保持稳步增长态势，但在2013年首次出现下滑，票房收入同比下降14.8%，观众人数同比下降16.5%。2014年以后旅游演艺市场开始回暖，并快速发展，2017年，我国旅游演艺观众人次达到6821万人次，增长了145%；旅游演艺票房收入达到34亿元。2018年，我国旅游演艺观众人次达到7412万人次，旅游演艺票房收入达到37亿元。

2014-2018年我国旅游演艺观众人次走势图

资料来源：公开资料整理

2014-2018年我国旅游演艺票房收入走势图

资料来源：公开资料整理

2.1.1 市场逐渐成型

2.1.2 产业融合发展

2.1.3 行业并购重组

2.1.4 行业投资动态

2.1.5 重点文化旅游项目

2.2 2015-2019年中国文化旅游创意园区发展现状

2.2.1 园区发展概述

2.2.2 园区逐渐兴起

2.2.3 园区开发模式

2.2.4 园区建设动态

2.2.5 园区投资前景

2.3 中国文化旅游业营销运作形式

2.3.1 行业营销的运作基础

2.3.2 文化包装与产品设计

2.3.3 文化传播与广告促销

2.3.4 文化体验与旅游品牌

2.4 中国文化旅游业发展存在的主要问题

2.4.1 行业面临的开发难题

2.4.2 行业运营存在的挑战

2.4.3 产品开发面临的文化矛盾

2.4.4 传统文化景区发展的尴尬局面

2.5 中国文化旅游业发展对策分析

2.5.1 充分挖掘旅游文化内涵

2.5.2 文化旅游产业开发策略

2.5.3 文化旅游产业融合投资前景

2.5.4 文化旅游产业集团发展路径

第三章 2015-2019年中国旅游演艺行业发展环境分析

3.1 政策环境

3.1.1 旅游业相关政策支持

3.1.2 旅游业国家标准颁布

3.1.3 重视旅游业产业地位

3.1.4 促进文化与旅游结合发展

3.2 经济环境

3.2.1 国际经济发展形势

3.2.2 中国经济运行现状

3.2.3 经济发展趋势分析

3.3 社会环境

3.3.1 人口数量规模

3.3.2 民众休闲需求

3.3.3 旅游消费提高

3.3.4 人均出游率上升

第四章 2015-2019年旅游演艺行业发展全方位剖析

4.1 国际旅游演艺行业发展经验借鉴分析

4.1.1 行业发展历程

4.1.2 行业转型发展

4.1.3 主要演艺形式

4.1.4 典型案例借鉴

4.2 中国旅游演艺行业发展状况

4.2.1 行业发展历程

4.2.2 行业发展现状

4.2.3 行业发展格局

4.2.4 行业发展动态

4.2.5 产品特征分析

4.2.6 项目打造流程

4.3 中国旅游演艺市场的SWOT分析

4.3.1 优势分析 (Strengths)

4.3.2 劣势分析 (Weaknesses)

4.3.3 机会分析 (Opportunities)

4.3.4 威胁分析 (Threats)

4.4 中国旅游演艺行业空间分布

4.4.1 省际间分布情况

4.4.2 沿海与内陆差异

4.4.3 空间布局差异原因解析

4.5 中国旅游演艺市场营销分析

4.5.1 市场定位

4.5.2 营销的平台选择

4.5.3 营销模式分析

4.5.4 营销特色分析

4.6 中国旅游演艺行业创新驱动机制分析

4.6.1 创新驱动机制

4.6.2 创新驱动机制运作

4.6.3 创新驱动机制存在的问题

4.7 中国旅游演艺行业发展存在的主要问题

4.7.1 项目同质化泛滥

4.7.2 面临成本控制问题

4.7.3 行业面临的运营问题

4.8 中国旅游演艺行业发展对策

4.8.1 打造具备内涵作品

4.8.2 寻找创新营销方式

4.8.3 注重资源整合发展

4.8.4 重视构建行业标准

4.8.5 行业健康投资策略

第五章 中国旅游演艺产品的开发探究

5.1 中国旅游演艺产品的开发原则

5.1.1 市场需求的原则

5.1.2 打造精品的原则

5.1.3 强强联合的原则

5.1.4 不断创新的原则

5.2 中国旅游演艺产品开发思路

5.2.1 准确的市场定位

5.2.2 大众化的创编理念

5.2.3 突出地域文化特色

5.2.4 有效的政府引导

5.2.5 市场化的运作模式

5.3 中国旅游演艺市场开发主体

5.3.1 专业演出团体

5.3.2 政府主导下企业

5.4 中国旅游演艺产品的开发模式

5.4.1 主题公园演艺产品的开发模式

5.4.2 实景类演艺产品的开发模式

5.4.3 原生态演艺产品的开发模式

5.5 中国旅游演艺产品开发具体途径

5.5.1 提供鲜明的主题

5.5.2 提供幻化的时空

5.5.3 提供游客参与的平台

5.5.4 提供丰富的衍生产品

5.6 中国旅游演艺产品开发对策

5.6.1 彰显地域特色

5.6.2 塑造文化品牌

5.6.3 融入体验活动

5.6.4 有效营销策略

第六章 中国旅游演艺产品发展分析

6.1 中国大型旅游演艺产品类型

6.1.1 大型山水实景表演

6.1.2 综合性歌舞表演

6.1.3 原生态民俗风情表演

6.2 中国旅游演艺产品的存在价值分析

6.2.1 增加当地居民收入

6.2.2 提升旅游地知名度

6.2.3 延长游客停留时间

6.2.4 延伸景区生命周期

6.2.5 提高旅游地经济效益

6.3 中国大型旅游演艺产品特征

6.3.1 地域风情与文化内涵相结合

6.3.2 主题性和综合性相结合

6.3.3 精品化与规模化相结合

6.4 中国大型主题旅游演艺产品开发及运营

6.4.1 产品的类型及特点

6.4.2 产品开发思路

6.4.3 产品创设路径

6.4.4 产品运行模式

第七章 2015-2019年重点区域旅游演艺所属行业运行状况

7.1 浙江省

7.1.1 政策环境

7.1.2 市场定位

7.1.3 项目运营模式

7.1.4 主要地区发展

7.2 江西省

7.2.1 发展意义

7.2.2 发展现状

7.2.3 政策支持

7.2.4 发展建议

7.3 四川省

7.3.1 成都发展状况

7.3.2 九寨沟发展状况

7.3.3 峨眉山打造演艺中心

7.4 海南省

7.4.1 政策支持

7.4.2 发展状况

7.4.3 发展建议

7.5 广西省

7.5.1 资源条件

7.5.2 运营机制

7.5.3 主要地区

7.5.4 发展建议

7.6 河南省

7.6.1 发展状况

7.6.2 存在的问题

7.6.3 发展建议

7.7 黑龙江省

7.7.1 发展阶段

7.7.2 发展意义

7.7.3 发展建议

7.8 新疆自治区

7.8.1 资源优势

7.8.2 发展状况

7.8.3 发展特点

7.8.4 发展对策

7.9 上海市

7.9.1 发展概况

7.9.2 发展优劣势

7.9.3 面临的挑战

7.9.4 存在机遇

第八章 中国旅游演艺企业运作模式剖析

8.1 中国旅游演艺企业发展的驱动因素

8.1.1 地域文化的资源驱动

8.1.2 旅游产业的转型升级

8.1.3 地方政府的强有力支持

8.1.4 民营资本的全面介入

8.2 中国旅游演艺企业价值链系统结构

8.2.1 基本环节

8.2.2 辅助环节

8.2.3 价值链系统

8.2.4 价值实现过程

8.2.5 价值链特点

8.3 中国旅游演艺企业发展中存在的问题

8.3.1 缺乏准确的市场地位

8.3.2 存在产品的制作风险

8.3.3 缺乏复合型人才

- 8.3.4 缺乏衍生产品的开发
- 8.3.5 缺乏有效的营销模式
- 8.4 中国旅游演艺企业提升核心竞争力方案
 - 8.4.1 总体思路和原则
 - 8.4.2 核心竞争力提升途径
 - 8.4.3 核心竞争力提升的政策建议

第九章 中国重点旅游演艺企业发展现状

- 9.1 宋城演艺发展股份有限公司
 - 9.1.1 企业发展概况
 - 9.1.2 企业运营模式
 - 9.1.3 经营效益分析
 - 9.1.4 业务经营分析
 - 9.1.5 财务状况分析
 - 9.1.6 未来前景展望
- 9.2 国旅联合股份有限公司
 - 9.2.1 企业发展概况
 - 9.2.2 企业战略动态
 - 9.2.3 经营效益分析
 - 9.2.4 业务经营分析
 - 9.2.5 财务状况分析
 - 9.2.6 未来前景展望
- 9.3 观印象艺术发展有限公司
 - 9.3.1 企业发展概况
 - 9.3.2 企业项目状况
 - 9.3.3 企业核心竞争力
 - 9.3.4 企业经营状况
- 9.4 海南印象文化旅游发展有限公司
 - 9.4.1 企业发展概况
 - 9.4.2 项目发展现状
 - 9.4.3 企业发展方向
- 9.5 深圳华侨城国际传媒演艺有限公司
 - 9.5.1 企业发展概况
 - 9.5.2 企业战略发展
 - 9.5.3 企业项目动态

9.6 陕西旅游集团公司

9.6.1 企业发展概况

9.6.2 企业投资前景

9.6.3 进军旅游演艺市场

第十章 中国旅游演艺行业投资分析及前景趋势

10.1 中国旅游演艺行业投资状况分析（AK ZCY）

10.1.1 行业投资前景

10.1.2 行业投资思路

10.1.3 行业投资现状

10.1.4 项目投资趋势分析

10.2 中国旅游演艺行业趋势预测及趋势

10.2.1 行业趋势预测

10.2.2 经济效益展望

10.2.3 行业发展趋势

10.3 2020-2025年旅游演艺行业发展预测分析

10.3.1 中国旅游演艺行业发展因素分析

10.3.2 2020-2025年旅游演艺行业规模预测

图表目录：

图表 万达文化旅游项目情况

图表 华侨城集团文化旅游项目情况

图表 宋城股份文化旅游项目情况

图表 新华联文化旅游项目情况

图表 中坤集团文化旅游项目情况

图表 文化旅游创意产业园区开发的主流模式介绍

图表 我国旅游演艺产业发展历程

图表 2015-2019年中国旅游演出票房收入统计

图表 2015-2019年中国旅游演出观众人次统计

图表 2015-2019年中国旅游演出场数统计

图表 2015-2019年中国旅游演出剧目台数统计

图表 2020-2025年中国旅游演艺行业市场规模预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/495084.html>