

2017-2022年中国演出行业市场研究及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国演出行业市场研究及发展前景预测报告》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/287033.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

演出[perform;show;put on;act]，指演出单位或个人在特定的时间特定的环境下所举办的文艺表演活动，把戏曲、舞蹈、曲艺、杂技等才艺在观众面前表演出来。详细地说就是演员通过某种艺术表演形式和服装道具、舞美、灯光、音响的特殊艺术效果，现场把舞台艺术品展现给观众的过程。

演出市场主体结构主要包括文艺表演团体、演出经纪机构、专业剧场。国内演出市场按演出市场主体结构统计的收入规模由2013年的436.44亿元增长到2015年的475.43亿元，年均增长率为8.93%。其中演出经纪机构在近几年的发展较快，民营演出机构的较快增长、版权收入增长、线上直播运营、线上票务等因素促进了演出市场的繁荣与发展。专业剧场的生存空间发生变化，出现出租收入高于自营收入、剧场进驻商业圈等现象，商业地产借力剧场将成为未来剧场建设的新趋势。

文艺表演团体是文化创作的主要力量之一，演出场次、观众人数和演出收入影响演出市场的规模变化。根据文化部《2015年文化发展统计公报》和《中国统计年鉴》数据。

2008-2015年的全国艺术表演观看人数和演出收入

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 演出概述 5

第一节 中国演出范畴与内容 5

一、营业性演出 5

二、公益性演出 5

第二节 中国演出行业发展历程 5

第三节 演出分类情况 6

第二章 2015年中国演出行业发展环境分析 7

第一节 2015年中国经济环境分析 7

一、宏观经济 7

二、工业形势 8

三、固定资产投资 9

第二节 2015-年中国演出行业发展政策环境分析 11

一、行业政策影响分析 11

二、相关行业标准分析 11

第三节 2015年中国演出行业发展社会环境分析 14

一、居民消费水平分析 14

二、工业发展形势分析 15

第三章 中国演出行业现状分析 17

第一节 演出行业总体情况 17

第二节 全国演出市场运营渠道分析 17

一、演出市场渠道 17

二、票务市场渠道 24

第三节 演出市场容量概况 25

一、2015年市场容量分析 25

二、2017-2022年市场容量预测 25

第四节 演出产业的生命周期分析 26

第五节 演出产业供需情况 28

2008-2015年的全国艺术表演团体、演出场次规模

第六节 中国演出行业财务能力分析 29

第四章 演出国内价格走势及影响因素分析 31

第一节 国内2015年价格回顾 31

第二节 国内当前演出价格及评述 33

第三节 国内演出价格影响因素分析 34

第四节 2015年国内演出未来价格走势预测 37

第五章 2015年中国演出行业发展概况 38

第一节 年中国演出行业发展态势分析 38

第二节 年中国演出行业发展特点分析 38

第三节 年中国演出行业市场供需分析 39

第六章 演出行业市场竞争策略分析 41

第一节 行业竞争结构分析 41

一、现有企业间竞争 41

二、潜在进入者分析 41

三、替代品威胁分析 42

四、供应商议价能力 42

五、客户议价能力 42

第二节 演出市场竞争策略分析 42

一、演出市场增长潜力分析 42

二、演出市场竞争策略分析 43

三、典型企业产品竞争策略分析 44

第三节 演出企业竞争策略分析 44

一、2017-2022年我国演出市场竞争趋势 44

二、2017-2022年演出行业竞争格局展望 45

三、2017-2022年演出行业竞争策略分析 45

第七章 中国演出产业投资价值分析 47

第一节 北上广演出产业投资点对比分析 47

一、北京：47

二、上海：49

三、广州：49

第二节 全国演出产业各环节投资价值综合评估分析 50

第三节 演出务投资可行性综合分析 52

第八章 中国演出产业投资策略分析 54

第一节 演出投资策略分析 54

第二节 演出务投资策略分析 55

第三节 演出务重点投资地点建议 55

第四节 演出务重点投资领域建议 56

第九章 2017-2022年中国演出行业发展前景及投资风险预测分析 58

第一节 当前演出行业存在的问题 58

第二节 2017-2022年中国演出行业发展预测分析 58

一、未来演出发展分析 58

二、未来演出行业技术开发方向 59

三、总体行业十三五整体规划及预测 60

第三节 2017-2022年中国演出行业投资风险分析 61

第十章 演出行业用户度分析 62

第一节 演出行业用户认知程度 62

第二节 演出行业用户关注因素 62

第十一章 主要票务公司分析 63

第一节 中国票务在线 63

一、基本信息 63

二、业务构成及运营模式 63

三、核心竞争力及发展潜力 64

(一)发展历程 64

(二)全国分布 64

(三)票务技术 65

(四)公司优势 65

第二节 中演票务通 66

一、基本信息 66

二、业务构成及运营模式 67

三、核心竞争力及发展潜力 67

第三节 爱玛特玛捷 68

一、基本信息 68

二、业务构成及运营模式 68

三、核心竞争力及发展潜力 69

第四节 春秋永乐 69

一、基本信息 69

二、业务构成及运营模式 69

三、核心竞争力及发展潜力 70

第五节 中国票务中心 71

一、基本信息 71

二、业务构成及运营模式 71

三、核心竞争力及发展潜力 72

第六节 中国票务网 72

一、基本信息 72

二、业务构成及运营模式 72

三、核心竞争力及发展潜力 73

第七节 东方票务 73

一、基本信息 73

二、业务构成及运营模式 73

三、核心竞争力及发展潜力 75

第八节 票务中国 76

一、基本信息 76

二、业务构成及运营模式 76

三、核心竞争力及发展潜力 77

第十二章 演出地区销售分析 78

第一节 北京市演出市场分析 78

一、北京演出市场分析 78

二、北京演出经纪市场分析 79

三、北京演出观众分析 80

四、2015年北京演唱会市场分析 81

五、北京演出务市场分析 81

六、北京演出运营状况分析 81

第二节 上海演出市场分析 82

一、上海演出市场分析 82

二、上海演出经纪市场分析 82

三、上海演出观众分析 83

四、2015年上海演唱会市场分析 84

五、上海演出务市场分析 84

六、上海演出运营状况分析 84

第三节 广州演出市场分析 87

一、广州演出市场分析 87

二、广州演出经纪市场分析 87

三、广州演出观众分析 93

四、2015年广州演唱会市场分析 93

五、广州演出务市场分析 99

六、广州演出运营状况分析 100

图表目录：

图表 1 2015年我国季度GDP增长率 单位：% 8

图表 2 2015年我国三产业增加值季度增长率 单位：% 8

图表 3 2011—2015年工业增加值月度同比增长率(%) 9

图表 4 2011—2015年固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%) 11

图表 5 2011—2015年居民消费价格指数(上年同月=100) 16

图表 6 2011—2015年工业品出厂价格指数(上年同月=100) 17

图表 7 我国演出行业所处生命周期示意图 27

图表 8 行业生命周期、战略及其特征 28

图表 9 2011-2015年我国演出行业销售毛利率及增长情况 30

图表 10 2011-2015年我国演出行业销售毛利率及增长对比图 30

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/287033.html>