

2017-2022年中国旅游演艺 行业全景调研及市场全景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国旅游演艺行业全景调研及市场全景评估报告》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.abaogao.com/b/lvyou/E17161YOIS.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

与传统演出相比，旅游演艺有其独特的特点：游客是其主要依赖观众来源，进行长期的驻场演出，演出地点大多在室外或旅游地的剧院中，演出时间基本都是在晚间游客休闲时段，演出内容为旅游城市或景区的特色文化等。

作为文化与旅游的有机融合，旅游演艺一经诞生就被各界寄予了厚望，尤其是在“印象系列”大火之后，短时间内各地旅游演出项目纷纷上马。仅海南一省就有11个旅游驻场演出剧场。然而，一项调查发现这11个旅游驻场演出剧场中，有5家亏损，2家停休业，真正盈利的只有4家。

“文化旅游产业”微信公众平台创办人崔俊超认为，旅游演艺方兴未艾，机遇与挑战并存。崔俊超指出，旅游演艺项目众多，但其节目质量却并不完全被消费者认可。据清华大学媒介调查实验室在全国范围内所做的抽样调查结果显示，超过半数的调查对象对目前的旅游演艺节目质量并不满意。其中49%的人认为：“节目质量良莠不齐，精品较少”；16%的人认为“节目雷同，缺乏特色”；仅有35%的受访者对目前的旅游演艺节目表示肯定。表示肯定的人群中，18%的受访者认为“大多数场面宏大、制作精良”；16%的人认为“拥有较高的文化品位”。

分地区来看，目前我国旅游演艺产业发展较好的地区分布于旅游与文化资源均丰富的城市，如桂林、杭州、云南、成都、西安、北京等。下面列出一些主要旅游演艺城市的重点项目。

。

中国分地区主要旅游演艺项目

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国旅游演艺行业全景调研及市场全景评估报告》共十章。首先介绍了旅游演艺相关概念及发展环境，接着分析了中国旅游演艺规模及消费需求，然后对中国旅游演艺市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国旅游演艺面临的机遇及发展前景。您若想对中国旅游演艺有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 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

中国旅游演艺行业的分类

第二章 2014-2016年中国文化旅游业发展状况剖析

2.1 2014-2016年中国文化旅游业发展现状

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

中国重点知名旅游演艺项目一览表

2.2 2014-2016年中国文化旅游创意园区运营状况

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 园区发展战略

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 文化旅游产业融合发展战略
 - 2.5.4 文化旅游产业集团发展路径

第三章 2014-2016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 2014-2016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

2001-2011年，我国国内游的游客人数从7.84亿人次增长到了26.4亿人次，年复合增长率约为13%。假设未来9年（2012-2020年）仍将保持13%的增长率，并假设人均有效票价保持80元不变，而且旅游演艺市场的渗透率达到《宋城千古情》目前的水平（3.66%），则可以预测2020年整个行业的市场规模将达到232亿元。

2012-2020年旅游演艺行业市场规模乐观估计（单位：万人，元，万元，%）

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 行业健康发展策略

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 2014-2016年重点区域旅游演艺行业运行状况

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 2014-2016年中国重点旅游演艺企业运营状况

9.1 宋城演艺发展股份有限公司

9.1.1、企业发展简况分析

9.1.2、企业经营情况分析

9.1.3、企业经营优劣势分析

9.2 国旅联合股份有限公司

9.2.1、企业发展简况分析

9.2.2、企业经营情况分析

9.2.3、企业经营优劣势分析

9.3.1、企业发展简况分析

9.3.2、企业经营情况分析

9.3.3、企业经营优劣势分析

9.4 海南印象文化旅游发展有限公司

9.4.1、企业发展简况分析

9.4.2、企业经营情况分析

9.4.3、企业经营优劣势分析

9.5 深圳华侨城国际传媒演艺有限公司

9.5.1、企业发展简况分析

9.5.2、企业经营情况分析

9.5.3、企业经营优劣势分析

9.6 陕西旅游集团公司

9.6.1企业发展简况分析

9.6.2、企业经营情况分析

9.6.3、企业经营优劣势分析

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

10.1.1 行业投资潜力

10.1.2 行业投资思路

- 10.1.3 行业投资现状
- 10.1.4 项目投资策略
- 10.2 中国旅游演艺行业发展前景及趋势
 - 10.2.1 行业发展前景
 - 10.2.2 经济效益展望
 - 10.2.3 行业发展趋势
- 10.3 2017-2022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 2017-2022年旅游演艺行业规模预测(ZY LT)

附录：

附录一：促进文化与旅游结合发展的指导意见

附录二：旅游演艺服务与管理规范

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：2009-2015年旅游业相关政策概要
- 图表：2015-2016年国内生产总值增长速度（累计同比）
- 图表：2005-2014年全国粮食产量
- 图表：2015-2016年规模以上工业增加值增速（月度同比）
- 图表：2015-2016年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）
- 图表：2015-2016年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）
- 图表：2015-2016年居民消费价格上涨情况（月度同比）
- 图表：2015-2016年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）
- 图表：2011-2015年国内生产总值及其增长速度
- 图表：2011-2015年三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表：2015年年末人口数及其构成

图表：2011-2015年城镇新增就业人数

图表：2011-2015年全员劳动生产率

图表：2015年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2015年居民消费价格比上2014年涨跌幅度

图表：2015年新建商品住宅月同比价格上涨、持平、下降城市个数变化情况

图表：2011-2015年全国一般公共预算收入

图表：2011-2015年粮食产量

图表：2011-2015年全部工业增加值及其增长速度

图表：2011-2015年全社会固定资产投资

图表：2011-2015年社会消费品零售总额

图表：2011-2015年货物进出口总额

图表：2014 -2016年中国GDP同比增速

图表：2015年-2016年社会消费品零售总额同比增长

图表：2015-2016年中国实际使用外资情况

图表：2014-2016年中国宏观经济主要指标

图表：2001-2014年中国人口数量规模

图表：2014年年末中国人口结构

图表：我国旅游演艺产业发展历程

图表：2011-2015年中国旅游演出票房收入统计

图表：2011-2015年中国旅游演出观众人次统计

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/E17161YOIS.html>