

2020-2026年中国文化产业市场发展规模及投资前景趋势报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国文化产业市场发展规模及投资前景趋势报告》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.chyxx.com/research/201910/797597.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

“文化产业”是阿多诺和霍克海默在《启蒙辩证法》(1947年)一书中率先使用的概念。他们特别强调：“文化产业必须和大众文化严格区分开来。文化产业把旧的面熟悉的东西熔铸成一种新的特质。在其各个分支中,那些适合大众消费的产品,那些在很大程度上决定着消费特性的产品,或多或少地是按计划生产的。某些分支具有相同的结构,或者至少说是彼此互通,它们被置于一个几乎没有差别的系统之中。正是通过技术手段以及经济的和管理的集中化,这一切才有可能实现”。应该说,文化产业的大规模发展使审美的商品属性昭然若揭,并使审美生产与消费呈现出规模化的效应。

文化产业,这一术语产生于二十世纪初。最初出现在霍克海默和阿多诺合著的《启蒙辩证法》一书之中。它的英语名称为CultureIndustry,可以译为文化工业,也可以译为文化产业。文化产业作为一种特殊的文化形态和特殊的经济形态,影响了人民对文化产业的本质把握,不同国家从不同角度看文化产业有不同的理解。联合国教科文组织关于文化产业的定义如下:文化产业就是按照工业标准,生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。从文化产品的工业化生产、流通、分配、消费,再次消费的角度进行界定。

文化产业是以生产和提供精神产品为主要活动,以满足人们的文化需要作为目标,是指文化意义本身的创作与销售,狭义上包括文学艺术创作、音乐创作、摄影、舞蹈、工业设计与建筑设计。

智研咨询发布的《2020-2026年中国文化产业市场发展规模及投资前景趋势报告》共十二章。首先介绍了文化产业行业市场发展环境、文化产业整体运行态势等,接着分析了文化产业行业市场运行的现状,然后介绍了文化产业市场竞争格局。随后,报告对文化产业做了重点企业经营状况分析,最后分析了文化产业行业发展趋势与投资预测。您若想对文化产业有个系统的了解或者想投资文化产业行业,本报告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 文化产业的商业属性介绍

第一节 产业界定

一、产业定义

二、产业范畴

第二节 产业特征解析

一、产业性质与结构

二、产业领域和空间

三、产业消费和生产方式

四、产业样态与传播方式

五、产业安全系数与收益

第三节 产业商业属性

一、作为商品的文化产品

二、作为资本的文化产品

三、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

第一节 商业模式的基本概述

一、商业模式功能及特点

二、商业模式的基本类型

三、商业模式的创新需求

四、商业模式对文化企业经营的重要性

第二节 文化产业商业模式构成要素

一、价值主张

二、消费者目标群体

三、分销渠道与合作伙伴网络

四、价值配置与核心能力

第三节 文化产业商业模式的设计及运行

一、确定公司或产品的价值目标

二、明确消费者目标群体

三、构筑商业模式内部运作体系

四、构筑商业模式外部运作体系

五、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

第一节 国际文化产业典型商业运作模式

一、市场化投资模式

二、工业化生产模式

三、商业化营销模式

四、消费化娱乐模式

第二节 国际文化产业三大驱动模式分析

一、资本技术推动模式

二、资源驱动模式

三、政府主导模式

第三节 美国文化产业商业模式分析

- 一、产业发展现状
- 二、产业发展模式
- 三、政策扶持模式
- 四、产业融资模式
- 五、成功经验借鉴

第四节 英国文化产业商业模式分析

- 一、产业发展现状
- 二、产业发展模式
- 三、政策扶持模式
- 四、产业融资模式
- 五、成功经验借鉴

第五节 法国文化产业商业模式分析

- 一、产业发展现状
- 二、产业发展模式
- 三、政策扶持模式
- 四、产业融资模式
- 五、成功经验借鉴

第六节 日本文化产业商业模式分析

- 一、产业发展现状
- 二、政策扶持模式
- 三、产业投资模式
- 四、产业融资模式
- 五、市场战略解析
- 六、成功经验借鉴

第七节 韩国文化产业商业模式分析

- 一、产业发展现状
- 二、产业发展模式
- 三、政策扶持模式
- 四、产业融资模式
- 五、成功经验借鉴

第八节 国际文化产业发展路径借鉴

- 一、形成文化软实力战略
- 二、推动文化科技融合创新
- 三、集聚发展与产业联动

四、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

第一节 中国文化产业发展环境分析

一、经济环境及影响

二、政策环境及影响

三、社会环境及影响

四、技术环境及影响

第二节 中国文化产业运行概况

一、产业运行特征

二、市场主体规模

三、行业产值规模

四、行业投资规模

五、市场需求规模

六、供需特征分析

第三节 中国文化产业准入条件与进入壁垒

一、行业准入条件

二、行业进入壁垒

三、行业退出壁垒

第四节 中国文化产业竞争结构剖析

一、区域综合竞争结构

二、文化企业竞争结构

三、文化贸易竞争结构

第五节 中国文化产业发展瓶颈及障碍

一、体制弊病分析

二、开发缺失分析

三、产业困惑分析

第五章 中国文化产业商业模式深度分析

第一节 中国文化产业主要商业模式

一、品牌先行的商业模式

二、内容为王的商业模式

三、产业链经营的商业模式

第二节 中国文化产业发展的战略模式解析

一、文化科技融合—强化动力机制

二、推动集约化发展—迈向园区3.0版

三、突出区域化特色—新文化地缘战略

四、迈向品牌大国—软硬结合的大工程

第三节 中国区域文化产业发展模式比较剖析

一、东部文化产业发展模式

二、中部文化产业发展模式

三、西部文化产业发展模式

四、三大区域文化产业差异

第四节 中国农村文化产业商业模式分析

一、以农业为依托的商业模式

二、以人文资源为依托的商业模式

三、文化产业集聚园商业模式

第五节 文化产业全产业链商业模式运作思考

一、全产业链的商业模式

二、文化旅游的商业模式

三、演艺产业的商业模式

四、体育产业的商业模式

五、明星经纪的商业模式

六、数字内容产业的商业模式

七、动漫产业的商业模式

八、全媒体产业的商业模式

九、文化产业集聚园模式

第六节 广电新媒体行业主流商业模式分析

一、有线数字电视商业模式

二、移动数字电视商业模式

三、手机电视商业模式

四、IPTV商业模式

五、网络电视商业模式

六、楼宇电视商业模式

七、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

第一节 文化创意产业园的基本特征

一、产生背景

二、概念界定

三、基本特征

四、产业链条

第二节 文化创意产业园区空间形态分布

一、园区总数及其分布

二、园区类型构成状况

三、园区区域分布格局

第三节 文化创意产业园区开发投资要素

一、架构设计

二、经济地理要素

三、地理成本要素

四、文化要素

五、经济成本要素

六、竞争力要素分析

第四节 文化创意产业园区典型开发模式

一、政策导向型园区

二、艺术家主导型园区

三、开发商导向型园区

四、资源依赖型园区

五、成本导向型园区

六、环境导向型园区

第五节 文化创意产业园区的盈利模式

一、物业租赁收入

二、活动策划收入

三、项目投资收入

四、产权投资收入

五、其他服务性收入

六、盈利模式评价

第六节 典型文化创意产业园区成功商业模式借鉴

一、北京798艺术区

二、中国（怀柔）影视基地

三、上海张江文化科技创意产业基地

四、上海田子坊文化产业园区

五、西安曲江新区

六、杭州之江文化创意园

七、深圳大芬油画村

八、深圳华侨城主题公园

第七章 中国文化产业营销模式分析

第一节 文化产品的品牌定位及营销模式

一、品牌定位

二、营销组合

第二节 电影的营销模式

一、营销投入成本分析

二、营销推广渠道分析

三、主要营销模式分析

四、营销市场格局分析

五、未来营销策略探讨

第三节 电视剧的营销模式

一、市场营销环境分析

二、市场营销基本态势

三、营销推广渠道分析

四、主要营销模式分析

五、未来营销策略探讨

第四节 电视媒体的营销模式

一、主要营销模式分析

二、新型营销渠道分析

三、未来营销策略探讨

第五节 动漫的营销模式

一、营销推广渠道分析

二、主要营销模式分析

三、未来营销策略探讨

第六节 图书的营销模式

一、营销推广渠道分析

二、主要营销模式分析

三、未来营销策略探讨

第七节 网络游戏的营销模式

一、营销推广渠道分析

二、主要营销模式分析

三、未来营销策略探讨

第八节 文化旅游景区的营销模式

一、营销运作形式剖析

二、主要营销模式分析

三、未来营销策略探讨

第九节 艺术品的营销模式

一、营销推广渠道分析

二、主要营销模式分析

三、未来营销策略探讨

第八章 中国文化产业盈利模式分析

第一节 文化产业典型盈利模式

一、专业化利润模式

二、卖座大制作影片模式

三、拳头产品模式

四、速度创新模式

五、利润乘数模式

六、价值网模式

第二节 电影产业盈利模式

一、主要盈利模式分析

二、微电影盈利模式

三、手机电影盈利模式

四、盈利模式创新战略

第三节 电视剧产业盈利模式

一、主要盈利模式分析

二、近期效益与长远效益

三、盈利模式创新战略

第四节 电视媒体行业盈利模式

一、主要盈利模式分析

二、新型盈利模式态势

三、盈利模式创新战略

第五节 动漫产业盈利模式

一、主要盈利模式分析

二、传统盈利模式弊病

三、新型盈利模式态势

四、盈利模式创新战略

第六节 数字出版产业盈利模式

一、关键盈利环节分析

二、主要盈利模式分析

三、典型盈利模式比较

四、盈利模式创新战略

第七节 数字音乐产业盈利模式

一、主要盈利模式分析

二、典型盈利模式比较

三、盈利模式创新战略

第八节 网络游戏产业盈利模式

一、基本收费模式评析

二、主要盈利模式分析

三、未来发展趋向探索

第九节 网络视频产业盈利模式

一、主要盈利模式分析

二、新型盈利模式态势

三、盈利模式创新战略

第十节 文化产业赢利模式的选择原则及运用关键

一、需求至上

二、内容原创性

三、把握渠道

四、运用关键点

第十一节 从产业链角度探索文化企业赢利模式

一、基于产业价值链定位的赢利模式

二、基于资源优化整合的赢利模式

三、基于顾客价值创造的赢利模式

第九章 中国文化产业投融资模式分析

第一节 文化产业投融资主体

一、公有资本投融资

二、民间资本投融资

三、国外资本投融资

第二节 文化产业典型投融资模式

一、BOT模式

二、TOT模式

三、ABS模式

四、PPP模式

第三节 文化产业主要融资渠道

一、国家财政拨款

二、资本市场直接融资

三、民营资本与外商投资

四、银行融资

五、风险投资

六、产业基金融资

第四节 文化产业投融资状况综述

一、产业投融资体系

二、产业投融资特征

三、产业投融资规模

四、产业投融资需求

第五节 文化产业资本投资运作态势

一、文化产业并购规模

二、影视产业并购整合

三、动漫游戏并购整合

四、音乐产业并购整合

五、国内企业重组整合

六、跨国企业并购整合

第六节 文化企业上市融资模式解析

一、上市必要性分析

二、上市可行性分析

三、不同上市模式的比较

第七节 文化产业融资组合模式实践运用

一、“著作权质押+专业评估”贷款模式

二、“收费权质押+保证或担保”贷款模式

三、“上市融资+资产证券化”模式

四、“债券融资+项目融资”模式

第八节 文化产业投融资模式创新方向

一、投贷组合融资模式

二、收入质押创新模式

三、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

第一节 迪斯尼集团

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、业务版图分析

四、商业模式分析及借鉴

第二节 时代华纳公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、业务版图分析

四、商业模式分析及借鉴

第三节 新闻集团

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、业务版图分析

四、商业模式分析及借鉴

第四节 索尼公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、业务版图分析

四、商业模式分析及借鉴

第五节 维旺迪公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、业务版图分析

四、商业模式分析及借鉴

第六节 贝塔斯曼集团

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、业务版图分析

四、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

第一节 东方明珠股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务运营分析

四、区域运营分析

五、财务状况分析

六、商业模式分析

七、前景规划展望

第二节 湖南电广传媒股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务运营分析

四、区域运营分析

五、财务状况分析

六、前景规划展望

第三节 凤凰出版传媒股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务运营分析

四、区域运营分析

五、财务状况分析

六、前景规划展望

第四节 华谊兄弟传媒股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务运营分析

四、区域运营分析

五、财务状况分析

六、商业模式分析

七、前景规划展望

第五节 广东奥飞动漫文化股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务运营分析

四、区域运营分析

五、财务状况分析

六、商业模式分析

七、前景规划展望

第六节 浙江华策影视股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务运营分析

四、区域运营分析

五、财务状况分析

六、前景规划展望

第七节 杭州宋城旅游发展股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、业务运营分析
- 四、区域运营分析
- 五、财务状况分析
- 六、商业模式分析
- 七、前景规划展望

第八节 乐视网信息技术（北京）股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、业务运营分析
- 四、区域运营分析
- 五、财务状况分析
- 六、商业模式分析
- 七、前景规划展望

第十二章 中国文化产业商业模式的创新及优选决策(ZYZS)

第一节 文化产业商业模式创新思路分析

- 一、大视野
- 二、大格局
- 三、大融合
- 四、大集群
- 五、大协同

第二节 文化产业商业模式创新策略

- 二、目标消费群体的维持和扩大
- 三、企业内部资源的整合创新
- 四、企业外部资源的维持和扩大
- 五、保护利润的制度屏障创新

第三节 农村文化产业商业模式创新战略

- 一、以文化创意为核心进行资源开发
- 二、利用独特资源打造价值链
- 三、采取品牌先行的方法创新商业模式
- 四、利用资本运作增强营销传播

第四节 区域文化产业发展模式选择

- 一、集约式区域文化产业发展模式
- 二、非均衡区域文化产业发展模式

三、集群式区域文化产业发展模式

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201910/797597.html>