2016-2022年中国旅游演出市场深度研究与未来投资战略分析预测报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国旅游演出市场深度研究与未来投资战略分析预测报告》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.chyxx.com/research/201511/355603.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

前言：

近年来，随着我国旅游业的快速发展，旅游业与文化业相结合的新业态———旅游文化演出市场迅速崛起。如今，全国旅游文化演出市场一片繁荣，各地根据当地民族文化特点，推出了许多丰富多彩的旅游文化演出产品，受到国内外游客的广泛好评。据不完全统计，目前在全国各重点旅游城市和旅游景点定时定点上演的旅游文化演出已逾200台，一大批场面宏大、制作精美、演艺精湛、格调高雅的优秀之作，已经成为各地旅游市场一道靓丽的风景线。

2011-2014年中国旅游演出观众规模统计 年份 观众（万人） 同比增长（%） 2011年 3091 -- 2012年 3340 8.06% 2013年 2789 -16.50% 2014年 3591 28.76%

资料来源：公开资料整理

党中央、国务院提出要解放和发展文化生产力，要大力发展文化事业和文化产业，是思想上的一大解放，也是工作上的一大进步。文化部于2002年修订了《营业性演出管理条例实施细则》，大幅度调整了演出市场准入政策，取消了演出单位主体资格的所有制限制，全面对内资开放，只要符合规定的单位或个人，均可依法投资兴办演出单位，举办演出活动。这对促进国内旅游演艺资源的整合，推动旅游演艺行业的集约化、规模化经营，增强我国旅游演艺市场的国际竞争力，起到了巨大作用。所有制和行业壁垒的破除，吸引了大量社会资本、民营资本涌入旅游演艺市场，使之获得充足的资金支持，改变了国家办演出的格局。这种全面对内开放的政策，创造出利于竞争机制形成的市场新格局，促使演出单位从生产到经营，进行各个环节的全面革新。

另外，以旅游热点地区为重点，采取地方申报、文化部和国家旅游局认定的方式，编制双年度《国家文化旅游重点项目名录》，对列入名录的文化旅游项目在行业政策、项目审批、信息服务和市场开拓等方面给予重点扶持。

指导意见还提出，支持一批文化旅游企业向集团化和品牌化方向发展。结合不同主题公园、旅游度假区的特点，鼓励网吧连锁企业在符合一定标准和条件的主题公园和旅游度假区开设直营连锁门店，鼓励游艺娱乐企业在主题公园和旅游度假区开设游艺娱乐场所。

对于国内旅游演出市场的市场准入问题，指导意见也有了新的阐述。鼓励对现有演艺资源进行整合利用，鼓励社会资本以投资、参股、控股、并购等方式进入旅游演出市场，允许适度引进境外资本投资国内旅游演出市场。

本旅游演出行业研究报告共十章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。旅游演出行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了旅游演出行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国旅游演出行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国旅游演出行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 2014年中国旅游业整体状况分析 13
第一节 2014年世界旅游业现行指标分析 13
一、世界旅游各国旅游情况 13

2014年国际游客（含过夜游客）人数达到11.35亿人次，比2013年国际游客人数多4800万以上。国际游客人数同比增长4.4%，这是自2009年经济危机以来连续第五年高于世界经济的平均增长率。

1995-2014年全球入境旅游国际游客到访量：百万人

资料来源：UNWTO

二、世界旅游业2007-2014年现行指标比较 13

2014年，国际旅游收入增加了480亿美元，达到创纪录的1.25万亿美元。据最新统计数据，国际旅客交通收入额外增加2210亿美元，这意味着2014年全球国际旅游收入总额达到1.5万亿美元。

2014年全球各区域国际旅游收入统计图：十亿美元

资料来源：UNWTO

第二节 近三年中国入境游数据统计分析 15
一、中国入境旅游接待收汇情况 15
二、中国入境旅游主要客源市场情况 17

2015年1-7月入境旅游主要客源市场 按累计 本月 1-本月累计 入境旅游 国家名称 入境人数 同比增长 入境人数 同比增长 人数排序 （万人次） （%） （万人次） （%） 1 韩国 34.42 -4.7 248.54 8.0 2 日本 21.07 -7.0 140.86 -7.4 3 美国 17.74 0.3 121.49 0.0 4 越南 18.27 44.9 120.71 31.5 5 俄罗斯 15.41 -26.4 79.54 -32.2 6 马来西亚 6.85 -4.2 56.74 -4.5 7 蒙古 7.67 -7.9 55.74 -7.0 8 菲律宾 9.14 13.1 55.61 -0.3 9 新加坡 6.03 -6.6 49.60 -5.0 10 印度 6.21 4.0 41.22 4.2 11 加拿大 5.77 4.4 38.75 1.4 12 德国 4.50 -7.0 35.72 -3.4

13 泰国 4.47 10.3 35.37 4.5 14 澳大利亚 4.43 -8.7 34.97 -5.5 15 英国 4.75 -2.1 33.74 -1.6 16 印度尼西亚 6.04 1.3 30.90 -7.1 17 法国 3.87 -6.5 28.29 -3.8 18 哈萨克斯坦 2.20 -23.5 14.20 -24.1 19 意大利 1.97 -3.5 13.70 -1.9 20 朝鲜 1.65 0.9 10.62 -1.7
数据来源：国家旅游局
三、中国入境游主要城市接待情况 21
四、中国入境游地区接待情况 25
五、来华旅游入境人数统计 29
第三节 近几年中国旅游业统计监测 40
一、中国全年旅游业各项统计情况 40
二、中国星级饭店统计监测 44

第二章 2014年中国旅游演出业运行环境分析 48
第一节 2014年中国宏观经济环境分析 48
一、国民经济运行情况GDP 48
二、消费价格指数CPI、PPI 48
三、全国居民收入情况 49
四、恩格尔系数 51
五、工业发展形势（季度更新） 52
六、固定资产投资情况 53
八、社会消费品零售总额 56
九、对外贸易&进出口 56
十、中国旅游业在国民经济中的地位分析 57
第二节2014年中国旅游行业政策环境分析 58
一、《国家旅游局行政许可实施暂行办法》 58
二、《旅游景区(点)道路交通指引标志设置规范》 67
三、《旅游规划通则》 72
四、新的旅游法规将于2013年10月1日正式实施 82
第三节2014年中国旅游行业社会环境分析 85
一、居民消费 8
二、消费观念 85
三、人们生活水平提高 85

第三章 2014年中国旅游演出市场运行状况透析 86
第一节 2014年中国旅游演出业运行综述 86
一、观众规模 86

二、出现上亿元大手笔投资 86
三、带动消费大于情况分析 86
第二节 2014年中国旅游演出业区域市场运行分析 87
一、对浙江省旅游演出业发展的思考 87
二、湖南旅游演出力求差异化发展 92
三、北京亟需大力发展旅游文化演出业 92
四、旅游演出促河南文化旅游转型升级 93
五、成都旅游演出成新景点 94
六、天津市“七大举措”打造天津旅游演出知名品牌 96
第三节 2014年中国国内旅游演出的运营情况分析 97
一、旅游演出的剧目投资：投资多元化、大投入 97
二、旅游演出的剧目创作：旅游与文艺演出相结合 97
三、旅游演出的运作机制：市场化、产业化运作 97
第四章 2014年国内主要旅游演出模式研究——实景模式旅游演出 99
第一节 实景模式旅游演出的基本情况分析 99
一、全国实景类旅游演出分布特征分析 99
二、实景类旅游演出发展趋势分析 99
三、实景旅游演出人员特征分析 99
第二节 实景模式旅游演出的主要特点分析 100
一、项目投入大，回报周期较长 100
二、具有著名的创作阵容 100
三、剧目创新频繁，创作周期长 100
四、项目后续开发及时 10
五、有效的拉动当地旅游市场 101
第三节 实景模式的主要运营方式 101
一、项目的投资模式：政府引导、多元参与 101
二、项目的运作模式：市场化运作，产业化经营 101
三、项目的营销模式：立体化宣传，全方位营销 102
第四节 实景模式的成功实践—《印象?刘三姐》 102
一、基本情况 102
二、剧目开发 104
三、项目投资 106
四、项目运营 106
五、演出效果 107
六、后续产品开发 107

第五节 实景模式的成功实践—《禅宗少林?音乐大典》 108
一、基本情况 108
二、剧目创作/开发 108
三、项目投资 108
四、项目运营 109
五、演出效果 109
六、项目后续开发 109

第五章 2014年中国主题公园模式的旅游演出研究 111
第一节 主题公园模式旅游演出的基本情况 111
一、大型主题公园模式旅游演出区域集中度分析 111
二、演出剧目投资规模分析 112
三、剧目演出场所及场所容量分析 112
第二节 主题公园模式旅游演出的主要特点 112
一、演出功能：以强化休闲娱乐和渲染游乐氛围为主 112
二、演出人员：自建表演团体或引进专业团体驻场演出相结合 112
三、演出形式：大型主题与小型常规表演、定点与巡游演出相结合 112
四、演出票价：以免费或低票价为主 113
五、演出剧目：剧目更新较快 113
第三节 主题公园模式旅游演出的运营方式 113
一、投资模式：演出由旅游景区（主题公园）自主开发 113
二、创作机制：艺术与商业的有机结合，原创剧目与引进剧目结合 113
三、宣传和营销：依托主题公园，同步营销，共享观众市场 114
四、演出衍生品开发：多渠道开发 115
第四节 主题公园模式的成功实践之一：深圳世界之窗 115
一、基本情况 115
二、剧目创作 118
三、演出运营 118
四、演出情况 119
第五节 主题公园模式的成功实践之四：杭州宋城—《宋城千古情》 122
一、基本情况 122
二、剧目创作与创新 122
三、演出运营 123
四、演出效果 124
五、演出项目后续开发 125

第六章 2014年中国旅游舞台表演模式的演出研究 125
第一节 旅游舞台表演模式旅游演出的基本情况 126
一、旅游舞台剧目演出区域集中度分析 126
二、旅游舞台演出剧目集中度分析 126
三、旅游舞台演出年均演出场次分析 126
第二节 旅游舞台表演模式旅游演出的主要特点 127
一、剧目投资：演出剧目投资在千万以上，项目回报周期短 127
二、演出团队：以专业演出团体为主 127
三、演出票价：演出票价平均票价在200元以上 127
四、剧目演出：剧目演出时间持续时间较长 128
第三节 旅游舞台表演模式及旅游演出的运营方式 128
一、投资模式：专业演出单位参与合作投资 128
二、演出运作：以驻场演出和巡演为主 128
三、宣传营销：立足旅游，针对不同观众群体 128
第四节 旅游舞台表演模式的成功实践之二：《功夫传奇》 129
一、基本情况 129
二、剧目投资 129
三、演出运营 129
四、演出效果 130
第五节 旅游舞台表演模式的成功实践之四：《金沙》 131
一、基本情况 131
二、剧目创作与创新 132
三、演出运营 135
四、演出效果 135

第七章 2014年中国其它模式旅游演出研究 136
第一节 历史文化演出 136
一、历史文化演出的基本情况 136
二、历史文化演出的主要特点 136
三、历史文化演出的运营方式 137
第二节 茶艺表演 137
一、茶艺表演的基本情况 137
二、茶艺表演的主要特点 138
三、茶艺表演的运营方式 138

第三节 民俗风情演出 139
一、民俗风情演出的基本情况 139
二、民俗风情演出的主要特点 140
三、民俗风情演出的运营方式 140
第四节 动物表演等 141
一、动物表演的基本情况 141
二、动物表演的主要特点 141
三、动物表演的运营方式 141

第八章 国外旅游演出案例研究 142
第一节 迪斯尼 142
一、基本情况 142
二、剧目创作/开发 142
三、项目投资 142
四、演出运营 143
五、演出效果 144
六、项目后续开发 145
第二节 太阳马戏团?拉斯维加斯?澳门 145
第三节 纽约百老汇 147
第四节 伦敦西区 149
第五节 法国红磨坊 151

第九章 2015-2020年中国旅游演出业前景预测分析 152
第一节 2015-2020年中国旅游行业发展走势预测分析 152
一、旅游业仍有较大发展空间 152
二、短期下挫难抑持续增长 152
三、农村市场和带薪休假是潜力所在 153
第二节 2015-2020年中国旅游营销发展趋势分析 154
一、加快发展旅游网络营销 154
二、加强绿色营销促进旅游业可持续发展 15
三、深度挖掘旅游文化内涵，开展旅游品牌营销 155
第三节 2015-2020年中国旅游演出业前景展望 156
一、旅游演出业政策利好—旅游演出市场可适度引进外资 156
二、旅游演出靠文化挖掘产业潜能 156

第十章 2015-2020年中国旅游演出业投资战略分析 160
第一节 中国旅游演出业投资特性分析 160
第二节 2015-2020年中国旅游演出行业投资机会分析 160
第三节2015-2020年中国旅游演出行业投资风险预警 161
一、宏观调控政策风险 161
二、市场竞争风险 162
三、市场运营机制风险 162

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201511/355603.html