

中国演出票务行业现状调研与发展定位研究报告 (2015-2020)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国演出票务行业现状调研与发展定位研究报告（2015-2020）》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：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/201287201287.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

2014年北京市各类营业性演出场次共计24595场；观众人数共计1012万人次；演出票房共计14.95亿元。

按艺术形式划分，2013年北京演出市场场次最多的是相声曲艺演出，共有4908场，话剧演出紧随其后，总场次为4482场，而京剧演出则突破2000场大关。票房方面，戏剧、舞蹈类演出票房增加，其中戏剧演出票房从上一年度的5.2亿元增加到5.5亿元，而音乐类演出票房则从上一年度的6.9亿元下滑到6.6亿元。

随着演出市场的繁荣，北京市演出场馆的利用率也明显提高，平均每个场馆年演出达到189场，其中演出超过300场的场馆达31个。小剧场正在北京文化演出市场中扮演越来越重要的角色。目前北京共有51个小剧场，2014年演出场次超过7678场，票房达到1.06亿元。

观众方面，2014年共有1012.68万人次观众走进演出场所，比2013年略有下降。但这种下降主要体现在旅游驻场演出观众数量有所下降，在大型专业剧场、小型专业剧场、大型体育场馆举办的演出中，观众数量均有所提升。

2014年，北京市营业性演出市场的状况及各类专业数据统计资料，来自于北京演出行业协会对全市130家主要从事营业性演出场所的统计（比上一年度新增了7个剧场。其中还包括各类小剧场、各郊区县影剧院共56家），以及相关票务公司、演出机构、咨询公司提供的部分演出市场有关信息。

初步汇总数据：2014年北京市各类营业性演出场次共计24595场；观众人数共计1012万人次；演出票房共计14.95亿元。

2014年度，在京注册的演出机构、文艺表演团体（含中央直属）在全国各省市组织参与各类演出活动共计5076场，观众人数588万人次，票房收入10亿元。

同时我们对在京的相关演出机构、表演团体以及审批部门进行了跟踪了解，粗略统计：在京的中央、市属演出机构、团体组织承办赴国外及港澳台地区进行商业性演出、文化交流性演出及其它形式的演出活动共计：演出场次5782场，出访国家和地区近百个，城市330个，人数3527人，批次101批。

一、演出场次情况统计

2014年全市130家营业性演出场所共演出24595场，比去年同期（23155场）增长6.2%。

1、按演出团体分类：

国内艺术团体（含外省市）在京演出23926场，占总演出场次的97%，比去年同期（21164场）增长13%。

外国艺术团体在京演出548场，占全年总场次的2.2%，比去年同期（1415场）减少61.2%。

港、台艺术团体及个人在京演出121场，占全年总场次的0.5%，比去年同期（82场）增加47%。

2、按艺术门类分类：

音乐类（含交响、美声、民族、通俗、音乐剧、歌剧）等演出1669场，占总场次的6.7%，比去年同期（1420场）增加17.5%。

歌舞类（含民族舞、芭蕾舞、外国舞、现代舞）等演出572场，占总场次的2.3%，比去年同期（622场）减少8%。

话剧类演出4519场，占总场次18.3%，比去年（4301场）增加5%。

京剧类演出1158场，占总场次4.7%，与去年同期（1443场）减少19.7%。

杂技类演出4148场，占总场次16.8%，比去年同期（2341场）增长24%。

儿童剧类演出3134场，占总场次12.7%，比去年同期（4551场）减少31%。

地方戏及曲艺类演出6195场，占总场次25.1%，比去年增长49.5%。

综艺类与其它类及各种小剧场演出3200场，占全年总场次的13%，比去年同期减少4%。

二、观众人数情况统计

2014年全市130家营业性演出场所观众总人数达1012.6万人次,与去年同期基本持平。

其中：音乐类观众238.2万人；舞蹈类观众62.3万人；京剧类观众31.2万人；话剧类观众47.1万人；地方戏类观众68.9万人；杂技类观众124.1万人；曲艺类观众45万人；儿童剧类观众101.5万人；综艺类观众88.2万人；其它类型演出及各种小剧场演出观众106.1万人。

三、演出票房情况统计

2014年全市130家营业性演出场所共计演出票房总收入达14.96亿元，比去年同期（14.42亿元）上升3.7%，按剧场类型划分：

1、综合性多功能演出场所15个，主要有：国家大剧院歌剧厅、国家大剧院音乐厅、国家大剧院戏剧厅及小剧场、北大演讲堂、北大演讲堂小厅、海淀剧院、国安剧场、解放军歌剧院、中国剧院、民族宫大剧院、北展剧场、世纪剧院、天桥剧场、保利剧院。演出收入4.37亿元，占全年演出总收入的29%，比去年同期减少1300万元。

2、大型场馆9个，主要有：国家游泳中心（水立方）、首都体育馆、工人体育馆、工人体育场、五棵松体育馆、人民大会堂、国家体育场（鸟巢）、国家体育馆、北京奥林匹克中心体育馆。演出收入5.85亿元，占全年演出收入的39%，比去年同期增加2600万元。

3、以戏剧、音乐、儿童剧为主的专业演出剧场28个，主要有：长安大戏院、梅兰芳大剧院、北京音乐厅、中山音乐堂、中国国家话剧院剧场、广德楼戏园、中国儿童剧场、中国儿童剧院假日经典小剧场、中国木偶剧院（大厅）、中国木偶剧院酷宝宝剧场、中国木偶剧院小铃铛剧场、中国木偶剧院动物城堡剧场、海淀工人文化宫魔山剧场、中国评剧大剧院、中华皮影文化城、人艺实验剧场、首都剧场、中国国家话剧院小剧场、国话先锋剧场、东方剧院、北京西区剧场、清华大学新清华学堂、清华大学蒙民伟音乐厅、大观园戏楼、中国儿童中心小剧场、北京黄梅戏会馆、正乙祠戏楼、皇家粮仓剧场。演出收入1.89亿元，占全年总收入的13%，比去年同期增长1900万元。

4、以旅游观众为主，节目相对固定的旅游演出场所共13家，主要有：天桥杂技剧场、湖

广会馆、梨园剧场、梨园大戏楼、天地剧场、红剧场（崇文工人文化宫）、北京市工人俱乐部、朝阳剧场、华侨城大剧院、老舍茶馆（含新京调、非遗、相声）、刘老根大舞台、北京剧院、龙潭公园中心剧场。演出收入1.56亿元，占全年总收入的10.4%，比去年减少1700万元。

5、其它剧场及各类小剧场65个，主要有：地质礼堂、世纪剧院（小剧场）、解放军军乐厅、东图会议中心、大隐剧院、光华路5号会展中心、东四工人文化宫、东城区文化馆（风尚剧场）、朝阳9个剧场（非非小剧场）、朝阳9个剧场（TNT剧场）、朝阳9个剧场（后SARS剧场）、朝阳9个剧场（切CHE行动剧场）、蜂巢剧场、蓬蒿剧场、雷剧场、西城区文化馆缤纷剧场、繁星戏剧村一剧场、二剧场、五剧场、壹空间THEONECLUB、传奇小剧场、雷动天下剧场、青蓝剧场、戏道堂柏拉图实验剧场、枫蓝国际小剧场、小柯剧场、中华世纪坛当代艺术馆、正华影剧院、北青盈之宝剧场、宣武文化馆（宣南书馆）、北京民族剧院、77剧场、798艺术区北京751秀剧场、北京市青年宫电影院1号厅、鼓楼西剧场、梦剧场、中国人民大学如论讲堂、中间剧场、德云社剧场、张一元天桥茶馆、广茗阁茶楼、国图艺术中心、汇源剧场、乐活卉安贞剧场、聚乐部西直门剧场、金萍萍二人转剧场、什刹海剧场、德云三里屯剧场、顺义影剧院、平谷影剧院、怀柔剧场、密云大剧院、大兴影剧院（大剧场）、大兴影剧院（小剧场）、丰台区文化馆、石景山区文化馆百姓剧场、门头沟区影剧院、良乡影剧院、通州区电影院、燕山影剧院、金台夕照会馆、A33剧场、北京崇文剧场、北京剧空间剧场、橙天嘉禾吉彩剧场。演出收入1.29亿元，占全年演出收入的8.6%。

四、演出票价情况统计

按不同剧场类型统计：

- 1、以人民大会堂、首都体育馆、工人体育馆、工人体育场、五棵松体育馆、国家体育场、国家游泳中心等为代表的大型演出场馆的平均票价578元，平均上座率85%。
- 2、以国家大剧院、保利剧院、北展剧场等为代表的多功能综合剧场的演出平均票价325元，平均上座率86%。

按不同艺术类型统计如下：

- 1、交响乐、室内乐、民族音乐类演出平均票价398元，平均上座率79%。
- 2、各类演唱会演出平均票价580元，平均上座率77.6%。
- 3、音乐剧类演出平均票价213元，平均上座率79.7%。
- 4、歌舞类演出平均票价281元，平均上座率77%。
- 5、京剧类演出平均票价150元，平均上座率70%。
- 6、话剧类演出平均票价216元，平均上座率66%。
- 7、地方戏类演出平均票价257元，平均上座率64%。
- 8、曲艺类演出平均票价97元，平均上座率62%。
- 9、儿童剧类演出平均票价101元，平均上座率76%。

五、旅游剧场演出情况统计

全市13家以旅游演出为主的剧场2014年共演出6286场，占全年总场次的26%；观众人数201万人次；总收入1.56亿元，比去年减少1700万元。

六、演出场次200场以上的剧场统计

2014年演出场次在200场以上的剧场共计47个，他们是：国家大剧院音乐厅、国家大剧院戏剧厅、国家大剧院小剧场、保利剧院、长安大戏院、中国木偶剧院、人艺试验剧场、北京音乐厅、中山公园音乐堂、华侨城剧场、北京湖广会馆、梨园剧场、朝阳剧场、红剧场（崇文区工人文化宫）、老舍茶馆、德云社剧场、广德楼戏园、天地剧场、北京市工人俱乐部、刘老根大舞台剧场、繁星戏剧村二剧场、三剧场、金萍萍二人转剧场、广茗阁茶楼剧场、海淀区工人文化宫魔山剧场、蜂巢剧场、中华皮影文化城剧场、北京国话先锋剧场、东图会议中心剧场、蓬蒿剧场、雷剧场、张一元天桥茶馆剧场、海淀剧院、龙潭公园中心剧场、德云三里屯剧场、什刹海剧场、首都剧场、聚乐部西直门剧场、乐活卉安贞剧场、朝阳9个剧场（切CHE行动剧场）、东四工人文化宫、解放军歌剧院、大隐剧场、中国儿童中心剧院。

七、2014年演出市场简要分析

回眸2014年的北京演出市场，演出场次、观众人数、票房收入略有增加。虽说各种数据都有小幅提高，但中央五部委“节俭令”出台后对市场的变化还在体现，各大国有院团和民营演出公司需对经营理念和运作方式作出适时的调整，方能在大浪淘沙中不被淘汰。对观众来说，2014年可以看到一些高质量的演出，但是各路明星你方唱罢我登场的热闹晚会不多了。

1、晚会形式演出减少，演唱会呈高质量趋势

从“八项规定”出台，到中央五部委联合发出《关于制止豪华铺张、提倡节俭办晚会的通知》下达，“节俭令”影响下的演艺市场发生了变化。曾经看似繁荣的演出市场正在挤掉泡沫，消退浮肿，所以2014年北京演出市场拼盘演唱会大幅减少，但高质量的演唱会确实增加了。演唱会没有了政府团购和企业包场，演出商在选择项目前做了缜密的市场调查，把观众真正喜欢的演唱会项目引入市场。

如：光良3月29日在北京工人体育馆举行的《回忆里的疯狂》演唱会引起歌迷的强烈反响。他在网上公布了本次演唱会亲自设计的概念海报，让粉丝猜想不断，纷纷网上留言提问演出当晚是否还有惊喜。主办方在演唱会曲目安排方面，除了新专辑《回忆里的疯狂》中的热门歌曲之外，光良的经典情歌《第一次》、《童话》、《约定》等耳熟能详的歌曲也用不同的方式呈现出来。开票仅几日，演唱会售票已飙升至七成。演出当日，光良重返北京后的首场演唱会座无虚席。这场演出可以称之为2014年北京演出市场的亮点。

又如：流行乐坛的至尊组合“左麟右李”时隔10年之后于5月1日重返北京开演唱会，为北方的歌迷朋友们带来一场顶级的视听盛宴，他们在无数耳熟能详的金曲中和大家庆祝一起走过的第一个十年。现场观众在熟悉的《雾之恋》、《红日》、《爱在深秋》、《护花使者》、《拿拿声》、《一生中最爱》等经典歌曲中度过了一个难忘的夜晚，演出票在开演前一周就告罄，社会反响很好。

2、文化转型中的阵痛，原创话剧演出数量减少

近几年话剧创作速度有所放缓，市场步入理性创作阶段。政府下达“节俭令”，给演出市场带来改变，不少长期依靠政府买单的国有院团受到了极大的影响，演出业务大幅下降。可见，无论国有院团还是民营企业，在新形势下，都到了不得不转变思路谋生存的时候。

2014年话剧创作活力有所下降，国有团体创作剧目数量基本维持在20部左右，但是民营企业新创的剧目数量明显减少，主要有四方面的原因，

一是，院团的创作更趋于理性化，一些知名话剧团体以前每年新创剧目3-4部，而2014年只创作出1-2部作品；

二是，剧目投资热潮消退，一些资本逐步退出市场。

三是，外省市通过各种优惠政策吸引北京创作人才，他们与当地政府、剧场、团体合作打造作品，导致人才资源外流。

四是，有些话剧目的是追求票房，故事编的不好看，又赶着“档期”上演，质量良莠不齐，观众不买账。

3、演出票价下降，观众向年轻化转变

2014年，各级政府继续对我市主要营业性演出剧场进行低票价补贴政策，全年补贴25个剧场1300余万元。北京市开展公益惠民演出至今已经整整七个年头，农村“文艺演出星火工程”、“百姓周末大舞台”一系列低票价演出，通过政府统一采购的形式送到百姓家门口，使演出票价较去年有所下降。

通过市场调研，了解到对票房贡献最大的是年轻观众。高收入、高学历、年轻化成为演出消费的主体。年轻观众月收入8000元以上的人员成为观看演出的主力，同时月收入3000—8000元之间的观众也不能小觑，他们的增长幅度也在不断攀升，大部分观众为85后、90后。

不难看出：更趋年轻的消费群体，给演出市场带来不少变化。年轻人多元的价值观、较强的接受能力和消费能力让演出市场更有活力。互联网成为观众获取信息的首选，网络订票的比例也越来越多，北京演出观众的文化消费模式已经发生巨大改变。

4、以市场需求为导向，民营院团异军突起

在演出市场形势变化，竞争日趋激烈的新形势下，有些民营院团积极抓住机遇，摆脱奢侈符号，草根文化进万家，收到较好的社会效益和经济效益。

如：在北京儿童剧领域影响较大的北京丑小鸭卡通艺术团，他们用文化艺术启迪孩子智慧，开发孩子潜质，成就孩子未来。自成立以来，剧团秉持着亲子理念和低票价政策，儿童剧演出足迹已遍布祖国大江南北。研究数据显示，中国每7场儿童剧演出中便有1场是北京丑小鸭卡通艺术团的演出剧目，获得了广泛的公众认知和良好的社会反响。2014年获得演出3070场，票房收入2000万元的好成绩。

又如：作为中国第一家民营小剧场集群，繁星戏剧村开拓了“场制合一 蓄 屢 最 场经营与戏剧制作于一体，先后与多位国内外知名戏剧导演签约长期合作，他们主要制作团

队和演员均来自中央戏剧学院、北京电影学院等著名院校。目前已出品了话剧《罗生门》、《高朋满座》、《莎翁的情书》、《那次说走就走的旅行》、《那次奋不顾身的爱情》、《一夜一生》、《第四类情感》等十多部受到市场欢迎的原创新剧，收到了社会效益、经济效益双丰收的效果。

5、国有院团及大型剧场仍是各大年节的演出主力

2014年，在几个重点的节日，北京的演出市场热闹非凡，国有院团精心打造了北京的文化盛宴。

如：2014年春节期间，北京共举行100台、400场各类专业院团文艺演出。在所有文艺演出中，传统戏曲类演出最为丰富，有36台、69场演出，涵盖京剧、昆曲、评剧、曲剧、梆子等多种形式；其次为音乐会、舞蹈等演出，有22台、30场；现代戏剧类演出有21台、212场，涵盖话剧、音乐剧、儿童剧等艺术形式；演唱会和综艺晚会共有11台；曲艺杂技类表演有10台、63场，包含相声、杂技、功夫剧等。

国家大剧院更是邀请了德国科隆爱乐乐团、伦敦交响乐团举办音乐会。同时，阿根廷布宜诺斯艾利斯探戈之火舞蹈团的《探戈之火》、爱尔兰踢踏舞的《凯尔特传奇》也在节日期间大放异彩。再有，太原舞蹈团献演的经典剧目《千手观音》以及适合都市白领减压的当代舞剧《一起跳舞吧》及原创话剧《风雪夜归人》、何念导演的《致我们终将逝去的青春》、由青年演员刘畅、黄湘丽主演的《恋爱的犀牛》、亲子剧《你看起来很好吃》等演出也受到观众的普遍好评。以上事例可以看出国有院团在繁荣首都文化，拉动演出市场的作用。

中国报告网发布的《中国演出票务行业现状调研与发展定位研究报告（2015-2020）》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

第一章 中国演出产业概述

第一节 中国演出范畴与内容

第二节 中国演出产业构成

第三节 中国演出产业特征分析

第二章 中国演出行业发展研究分析

第一节 全国演出团体统计分析

- 一、全国统计分析
- 二、按剧团类型统计分析
- 三、按演出剧种统计分析
- 第二节 全国演出场馆统计分析
- 第三节 全国演出场次统计分析
 - 一、全国统计分析
 - 二、按剧团类型统计分析
 - 三、按演出剧种统计分析
- 第四节 全国演出观众统计分析
- 第五节 全国演出市场规模统计分析
- 第六节 全国演出市场运营渠道分析
 - 一、演出市场渠道
 - 二、演出市场渠道建设分析
- 第三章 北上广演出市场分析
 - 第一节 北京市演出市场分析
 - 一、北京演出市场分析
 - 二、北京演出经纪市场分析
 - 三、北京演出观众分析
 - 四、北京演唱会市场分析
 - 五、北京演出票务市场分析
 - 六、北京演出运营状况分析
 - 第二节 上海演出市场分析
 - 一、上海演出市场分析
 - 二、上海演出经纪市场分析
 - 三、上海演出观众分析
 - 四、上海演唱会市场分析
 - 五、上海演出票务市场分析
 - 六、上海演出运营状况分析
 - 第三节 广州演出市场分析
 - 一、广州演出市场分析
 - 二、广州演出经纪市场分析
 - 三、广州演出观众分析
 - 四、广州演唱会市场分析
 - 五、广州演出票务市场分析
- 第四章 其他主要城市演出市场分析

第一节 长沙演出市场分析

- 一、演出市场现状分析
- 二、演出市场规模统计分析
- 三、演出票务市场规模分析
- 四、演出发展趋势预测分析

第二节 成都演出市场分析

- 一、演出市场现状分析
- 二、演出市场规模分析
- 三、演出票务市场规模分析
- 四、演出发展趋势预测分析

第三节 深圳演出市场分析

- 一、演出市场现状分析
- 二、演出市场规模分析
- 三、演出票务市场规模分析

第四节 杭州演出市场分析

- 一、演出市场现状分析
- 二、演出市场规模分析
- 三、演出票务市场规模分析
- 四、演出发展趋势分析

第五章 中国主要票务公司分析

第一节 中国票务在线

- 一、基本信息
- 二、业务构成及运营模式
- 三、票务业务市场规模及占有率
- 四、核心竞争力及发展潜力
- 五、公司主要经营数据指标分析

第二节 中演票务通

- 一、基本信息
- 二、业务构成及运营模式
- 三、核心竞争力及发展潜力
- 五、公司主要经营数据指标分析

第三节 爱玛特玛捷

- 一、基本信息
- 二、公司主要经营数据指标分析

第四节 春秋永乐

一、基本信息

二、业务构成及运营模式

三、公司主要经营数据指标分析

第六章 中国演出行业发展环境分析

第一节 国内演出经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、中国演出经济发展预测分析

第二节 中国演出行业政策环境分析

第七章 2015-2020年中国演出市场发展趋势分析

第一节 北上广发展特点及趋势对比分析

一、规模对比

二、特点对比分析

第二节 全国演出团体增长趋势预测

第三节 全国居民演出消费能力预测分析

第四节 全国演出票务市场规模预测分析

第五节 全国演出产业运营趋势分析

第六节 全国演出票务商业运营趋势分析

一、大型票务公司发展全国连锁，布局国内票务市场

二、票务横向一体化发展，向体育票、机票、电影票等领域发展

三、部分票务公司向演出经纪业务拓展

第八章 2015-2020年中国演出产业投资价值分析

第一节 北上广演出产业投资点对比分析

第二节 全国演出产业各环节 投资价值综合评估分析

第三节 演出票务投资可行性综合分析

第九章 2015-2020年中国演出产业投资策略分析

第一节 演出投资策略分析

第二节 演出票务投资策略分析

第三节 演出票务重点投资地点建议

第四节 演出票务重点投资领域建议

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/201287201287.html>