

2021年中国文化市场分析报告- 市场运营现状与发展动向预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国文化市场分析报告-市场运营现状与发展动向预测》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/wentibangong/531669531669.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

一、文化产业投融资市场总体情况

从总体情况来看，2019-2020年H1,我国文化产业投融资数量及金额均呈下降态势。根据数据显示，2019-2020H1，我国文化产业领域共披露投资事件3438起，其中有2695起事件披露投资金额，披露总投资金额达2037亿元人民币，单笔平均投资金额超过7500万元人民币。

2019-2020年H1我国文化产业投资情况 数据来源：公开资料整理

二、文化产业投融资市场具体情况

从投资领域来看，2019-2020年H1,我国文化产业投资热门领域包括信息服务业、教育培训业、设计服务业等，其融资数量分别为1524起、650起、397起，融资金额分别为904.1亿元、405.4亿元、310亿元。

2019-2020年H1我国文化产业细分领域投资情况 数据来源：公开资料整理

从投资轮次来看，2019-2020年H1，我国文化产业投资事件相对集中在A轮、B轮、天使轮，占比分别达到34.7%、15.2%、21.3%。

2019-2020年H1我国文化产业投资数量轮次分布情况 数据来源：公开资料整理

2019-2020年H1，我国文化产业投资金额相对集中在A轮、B轮、C轮、E及以后，占比分别为14.2%、14.7%、12.1%、35.9%。

2019-2020年H1我国文化产业投资金额轮次分布情况 数据来源：公开资料整理

从投资地域分布情况来看，2019-2020年H1，我国文化产业投资数量及金额集中在北京、上海、深圳、杭州等一线和新一线城市，其投资数量分别为1197起、629起、342起、322起，投资金额分别为1037亿元、247亿元、151.4亿元、160亿元。

2019-2020年H1我国文化产业投资地域分布情况

省市

数量（起）

金额（亿元）

北京

1197

1037

上海

629

247

深圳

342

151.4

杭州

322

160

广州

139

30.2

南京

92

32.7

成都

81

39.8

苏州

72

28.5

武汉

53

9.8

厦门

50

11.2

天津

36

15.1

西安

27

2.5

合肥

25

21.7

香港

23

15.5数据来源：公开资料整理

从投资阶段来看，2019-2020年H1，我国文化产业投资数量集中在扩张期、初创期、种子期，占比分别为41.4%、28.4%、18.1%。

2019-2020年H1我国文化产业投资数量阶段分布情况 数据来源：公开资料整理

2019-2020年H1，我国文化产业投资金额集中在扩张期、初创期，总占比达到83.6%。

2019-2020年H1我国文化产业投资金额阶段分布情况 数据来源：公开资料整理

三、文化产业发展趋势

从2020年我国文化产业关键词及特征来看，我国文化产业发展趋势包括产业数字化进程加速；“文化+科技”双轮驱动；文化要素市场化配置；县域美学经济兴起；深化改革畅通内循环；公共文化服务提质增效；下沉市场引领文化普惠；对外文化贸易结构升级；全媒体融合深化。

2020年我国文化产业关键词及特征

序号

关键词

特征

1

文化数字科技

传统行业数字化转型

2

文化大数据

新模式新业态涌现

3

乡村文化扶贫

数字领域投融资活跃

4

文化经济双循环

乡村消费促产业升级

5

盲盒经济

文旅扶贫助力攻坚

6

国漫探索中国道路

高质量文化需求增长

7

RCEP促文化贸易

数字文化引领出海

8

文创联名

传统文化活化传播

9

破圈层作品

IP产业链闭环运营

10

文化遗产活化

非遗资源价值再生数据来源：公开资料整理

产业数字化进程加速：一方面，我国互联网普及率及网民规模持续增长，个性化、网络化文化消费需求持续攀升；另一方面，新基建、产业深度融合的推进将进一步释放市场供应潜能。这些因素都将加速文化产业数字化进程，促进产业供给结构、新业态培育、消费习惯巩固、数字化治理水平等优化升级。

“文化+科技”双轮驱动：以VR游戏、在线逛展、沉浸展览、特效电影、智慧旅游、在线教育、直播带货等业态为代表出现在人们日常生活场景中，“文化+科技”进一步融合发展将使中国文化产业面向更加广阔的全球市场。

文化要素市场化配置：文化产业高质量发展、双循环战略的实施将要求加快文化生产要素市场化建设。要降低市场准入门槛，激发市场主体特别是中小微企业的活力；促使文化要素在不同所有制企业间、区域间、城乡间的流通；文化经济政策的制定应着眼长期，避免形成政策依赖和过度的行政干预；注重技术、数据等要素在公共文化服务、文化数字化战略中的价值，加强相应的产权认定、资源整合、价值开发。

县域美学经济兴起：美学经济对生态环境要求极高，县域美学经济在生态文明建设的推进中，将获得更广阔的发展基础。

深化改革畅通内循环：畅通内循环要求深化推进文化产业供给侧结构性改革。“十四五”规划提出要繁荣文化事业和文化产业，着重于提高社会文明程度、提升公共文化服务水平、健全现代文化产业体系。

公共文化服务提质增效：疫情期间各地公共文化服务单位、场馆工作重心迅速转移至线上，加快数字化建设，加大线上数字文化资源开放，不断整合资源、创新提升服务质量。

下沉市场引领文化普惠：国内下沉市场下的移动互联网用户基础庞大，消费表现出较高活力，能够在面向市场需求整合科技与优质乡村文化资源的同时，引领地方文化的创新性发展。

对外文化贸易结构升级：2020年8月，国务院批复同意商务部印发《全面深化服务贸易创新发展试点总体方案》，在北京等28个省、市（区域）全面深化服务贸易创新发展试点，将大力推进数字服务、版权服务、在线教育等新兴业态、模式的发展，为对外文化贸易提供发展导向，助力持续推进产业结构、区域发展结构优化升级。

全媒体融合深化：“十四五”规划提出要推进媒体深度融合，实施全媒体传播工程，做强新型主流媒体，建好县级融媒体中心。我国媒体融合成果显著，融合进程不断加快，下一步

需要进一步深化融合，提升融合质量。

文化遗产价值创新转换：通过创新生产方式为传统文化注入新活力，促进文化遗产价值的创新转换，延续中华民族文化精神根脉。

我国文化产业发展趋势 数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国文化市场分析报告-市场运营现状与发展动向预测》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国文化行业发展概述

第一节 文化行业发展情况概述

- 一、文化行业相关定义
- 二、文化行业基本情况介绍
- 三、文化行业发展特点分析
- 四、文化行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、文化行业需求主体分析

第二节 中国文化行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、文化行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国文化行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国文化行业生命周期分析

一、文化行业生命周期理论概述

二、文化行业所属的生命周期分析

第四节 文化行业经济指标分析

一、文化行业的赢利性分析

二、文化行业的经济周期分析

三、文化行业附加值的提升空间分析

第五节 中国文化行业进入壁垒分析

一、文化行业资金壁垒分析

二、文化行业技术壁垒分析

三、文化行业人才壁垒分析

四、文化行业品牌壁垒分析

五、文化行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球文化行业市场发展现状分析

第一节 全球文化行业发展历程回顾

第二节 全球文化行业市场区域分布情况

第三节 亚洲文化行业地区市场分析

一、亚洲文化行业市场现状分析

二、亚洲文化行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲文化行业市场前景分析

第四节 北美文化行业地区市场分析

- 一、北美文化行业市场现状分析
- 二、北美文化行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美文化行业市场前景分析

第五节 欧洲文化行业地区市场分析

- 一、欧洲文化行业市场现状分析
- 二、欧洲文化行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲文化行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界文化行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球文化行业市场规模预测

第三章 中国文化产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品文化总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国文化行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国文化产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国文化行业运行情况

第一节 中国文化行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国文化行业市场规模分析

第三节 中国文化行业供应情况分析

第四节 中国文化行业需求情况分析

第五节 我国文化行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国文化行业供需平衡分析

第七节 中国文化行业发展趋势分析

第五章 中国文化所属行业运行数据监测

第一节 中国文化所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国文化所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国文化所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国文化市场格局分析

第一节 中国文化行业竞争现状分析

一、中国文化行业竞争情况分析

二、中国文化行业主要品牌分析

第二节 中国文化行业集中度分析

一、中国文化行业市场集中度影响因素分析

二、中国文化行业市场集中度分析

第三节 中国文化行业存在的问题

第四节 中国文化行业解决问题的策略分析

第五节 中国文化行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国文化行业需求特点与动态分析

第一节 中国文化行业消费市场动态情况

第二节 中国文化行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 文化行业成本结构分析

第四节 文化行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国文化行业价格现状分析

第六节 中国文化行业平均价格走势预测

- 一、中国文化行业价格影响因素
- 二、中国文化行业平均价格走势预测
- 三、中国文化行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国文化行业区域市场现状分析

第一节 中国文化行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区文化市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区文化市场规模分析
- 四、华东地区文化市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区文化市场规模分析

四、华中地区文化市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区文化市场规模分析

四、华南地区文化市场规模预测

第九章 2017-2020年中国文化行业竞争情况

第一节 中国文化行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国文化行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国文化行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 文化行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国文化行业发展前景分析与预测

第一节 中国文化行业未来发展前景分析

一、文化行业国内投资环境分析

二、中国文化行业市场机会分析

三、中国文化行业投资增速预测

第二节 中国文化行业未来发展趋势预测

第三节 中国文化行业市场发展预测

一、中国文化行业市场规模预测

二、中国文化行业市场规模增速预测

三、中国文化行业产值规模预测

四、中国文化行业产值增速预测

五、中国文化行业供需情况预测

第四节 中国文化行业盈利走势预测

- 一、中国文化行业毛利润同比增速预测
- 二、中国文化行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国文化行业投资风险与营销分析

第一节 文化行业投资风险分析

- 一、文化行业政策风险分析
- 二、文化行业技术风险分析
- 三、文化行业竞争风险分析
- 四、文化行业其他风险分析

第二节 文化行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国文化行业发展战略及规划建议

第一节 中国文化行业品牌战略分析

- 一、文化企业品牌的重要性
- 二、文化企业实施品牌战略的意义
- 三、文化企业品牌的现状分析
- 四、文化企业的品牌战略
- 五、文化品牌战略管理的策略

第二节 中国文化行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国文化行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 文化行业竞争力提升策略

- 一、文化行业产品差异性策略
- 二、文化行业个性化服务策略
- 三、文化行业的促销宣传策略
- 四、文化行业信息智能化策略
- 五、文化行业品牌化建设策略
- 六、文化行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国文化行业发展策略及投资建议

第一节 中国文化行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国文化行业营销渠道策略

- 一、文化行业渠道选择策略
- 二、文化行业营销策略

第三节 中国文化行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国文化行业重点投资区域分析
- 二、中国文化行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/531669531669.html>