

2020年中国文化旅游行业分析报告- 产业规模现状与发展规划趋势

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《2020年中国文化艺术行业分析报告-产业规模现状与发展规划趋势》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/402056402056.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

文化娱乐行业是主要为社会公众提供休闲娱乐产品及所需的场所、设备等配套服务的产业。我国文化娱乐行业产业链上游是以文学及动漫等IP、艺人、资金为主的孵化层，中游是以电影、电视剧、综艺、音乐为主的制作运营层，下游是游戏、演出、衍生品等渠道变现及衍生层。

我国文化娱乐行业产业链

数据来源：公开资料整理

近年来，我国文化娱乐行业快速发展。根据数据显示，2018年，我国文化娱乐行业企业收入为1484.24亿元，较上年同比增长9.3%；2019年，我国文化娱乐行业企业收入为1525.05亿元，较上年同比增长2.7%。

2015-2019年我国文化娱乐行业企业收入及增速

数据来源：公开资料整理

我国文化娱乐行业高速发展的主要原因包括居民人均可支配收入的提高、网络建设进程加快、政策监管趋严等。

居民人均可支配收入方面，近年来，随着物质生活水平提高，精神文化需求渐增，人们日益增长的可支配收入为文化娱乐行业的发展奠定了坚实的物质基础。根据数据显示，2019年我国居民人均可支配收入为30732.85元，较上年同比增长8.9%；2020年三季度我国居民人均可支配收入为23781元，较上年同比增长3.9%。

2015-2020年三季度我国居民人均可支配收入及增速

数据来源：公开资料整理

网络建设方面，短短十几年的时间，移动互联网技术实现2G到5G快速发展的情况下，智能手机普及，文化娱乐逐渐渗透到人们日常生活中的方方面面，对行业的发展起着积极的推动作用。

根据数据显示，2018年，我国移动互联网接入流量为711.1亿GB，较上年同比增长189.1%；2019年，我国移动互联网接入流量为1220亿GB，较上年同比增长71.6%。

2015-2019年我国移动互联网接入流量及增速

数据来源：公开资料整理

从政策方面来看，为避免文化娱乐行业陷入不健康的发展状态，我国相继出台多项政策对行业进行监管。政策监管趋严促使文化娱乐行业朝可持续方向发展。

2018年6月，中宣部、文化和旅游部、国家税务总局、国家广播电视总局、国家电影局等部门联合发文明确演员和节目嘉宾最高片酬，总片酬不得超过制作总成本40%，主要演员片酬不超过总片酬70%；加强对于影视明星参加综艺娱乐节目、亲子类节目、真人秀节目进行调控；电视台、视频网站等不得恶性竞争，哄抬价格购买播出影视节目；加大对阴阳合同，偷逃税行为的惩戒力度；坚决反对唯收视率、票房、点击率。

2018年11月，《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》中提出要求坚决遏制追星炒星、泛娱乐化等不良倾向，严控片酬，坚决打击收视率（点击率）造假行为；节目类型方面，对偶像养成节目、明星艺人及子女参加综艺、真人秀等节目均作出限制。

2019年4月，国家广播电视总局在《未成年人节目管理规定》中提出防止未成年人节目出现商业化、成人化和过度娱乐化倾向；邀请未成年人参与节目制作，其服饰、表演应当符合未成年人年龄特征和时代特点，不得诱导未成年人谈论名利、情爱等话题；未成年人节目不得宣扬童星效应或者包装、炒作明星子女。

我国文化娱乐行业相关政策

时间

政策/事件

制定部门

相关内容

2018年3月

《关于进一步规范网络视听节目传播秩序的通知》

原国家新闻出版广电总局

不得制作、传播曲改恶搞经典文艺作品的节目（包括重新剪辑、配音、配字幕、截取拼接、篡改原意）重新剪辑、重新配音、重配字幕；其未取得许可证（龙标）的影视剧、未备案的网络原创节目，其片花、预告片也不得传播；节目内容方不得与未取得网络视听节目传播资质的平台合作；严格落实属地管理责任。

2018年3月

《游戏申报审批重要事项通知》

广电总局

所有游戏版号的发放全面暂停

2018年6月

中宣部、文化和旅游部、国家税务总局、国家广播电视总局、国家电影局等联合印发《通知》

中宣部、文化和旅游部、国家税务总局、国家广播电视总局、国家电影局等

明确演员和节目嘉宾最高片酬，总片酬不得超过制作总成本40%，主要演员片酬不超过总片酬70%；加强对于影视明星参加综艺娱乐节目、亲子类节目、真人秀节目进行调控；电视台、视频网站等不得恶性竞争，哄抬价格购买播出影视节目；加大对阴阳合同，偷逃税行为的惩戒力度；坚决反对唯收视率、票房、点击率。

2018年8月

《综合防控儿童青少年近视实施方案》

教育部等八部门

实施网络游戏总量调控，控制新增网络游戏商务运营数量；探索符合国情的适龄提示制度；采取措施限制未成年人使用时间

2018年10月

《关于进一步规范影视行业税收秩序有关工作的通知》

广电总局

组织各地税务机关督促本地区影视公司、明星工作室等影视行业企业和高收入影视从业人员对2016年以来的申报纳税情况进行自查自纠；对在2018年底前认真自查自纠、主动补缴税款的，免予行政处罚，不予罚款。

2018年11月

《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》

国家广播电视总局

要求坚决遏制追星炒星、泛娱乐化等不良倾向，严控片酬，坚决打击收视率（点击率）造假行为；节目类型方面，对偶像养成节目、明星艺人及子女参加综艺、真人秀等节目均作出限制。

2019年1月

《网络短视频平台管理规范》、《网络短视频内容审核标准细则》

中国网络视听节目服务协会

网络短视频平台实行节目内容先审后播制度，平台上播出的所有短视频均应经内容审核后后方可播出，包括节目的标题、简介、弹幕、评论等内容；应当建立未成年人保护机制，采用技术手段对未成年人在线时间予以限制，设立未成年人家长监护系统，有效防止未成年人沉迷短视频

2019年3月

“限古令”

国家广播电视总局

限制各大卫视古装剧播出占比，所有卫视综合频道黄金时段每月以及年度播出古装剧总集数，不得超过当月和当年黄金时段所有播出剧目总集数的15%。3月至6月禁播所有古装题材网剧、电视剧，

2019年4月

《未成年人节目管理规定》

国家广播电视总局

防止未成年人节目出现商业化、成人化和过度娱乐化倾向；邀请未成年人参与节目制作，其服饰、表演应当符合未成年人年龄特征和时代特点，不得诱导未成年人谈论名利、情爱等话题；未成年人节目不得宣扬童星效应或者包装、炒作明星子女

2019年8月

《关于推动广播电视和网络视听产业高质量发展的意见》

国家广播电视总局

鼓励优势产业区域率先发展；研究放宽市场准入条件；推进国有广电的公司制和股份制改造；鼓励广电企业对接金融市场数据来源：公开资料整理

良好的市场环境吸引了众多资本入局，目前我国文化娱乐行业参与者众多，其中中国电影集团等头部企业凭借雄厚的资金、先进的技术占据行业主要市场，行业集中度较高。

我国文化娱乐行业主要参与者

类型

产业链环节

代表企业

传统影视

投资制作

中国电影集团、万达影业、光线传媒、长影集团、华谊兄弟、博纳影业、上海电影（集团）

发行出品

中国电影集团、光线传媒、华策影视、万达影业、华夏电影

院线影院

金逸影城、万达影视、中影

配套服务（票务等）

大众点评、淘票票、猫眼电影

互联网影视

发行出品

阿里巴巴影业、腾讯影业

网络发行

优酷、爱奇艺、腾讯视频、字节跳动、芒果超媒

游戏

游戏开发

腾讯游戏、阿里游戏、网易游戏、巨人网络、完美世界

游戏运营

腾讯游戏、网易游戏、完美世界、盛大游戏、世纪天成、巨人网络

游戏分发

Apple Store、Google Play、华为商店、小米商店、应用宝数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下打造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年中国文化娱乐行业分析报告-产业规模现状与发展规划趋势》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年中国文娱行业发展概述

第一节 文娱行业发展情况概述

一、文娱行业相关定义

二、文娱行业基本情况介绍

三、文娱行业发展特点分析

第二节 中国文娱行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、文娱行业产业链条分析

三、中国文娱行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国文娱行业生命周期分析

一、文娱行业生命周期理论概述

二、文娱行业所属的生命周期分析

第四节 文娱行业经济指标分析

- 一、文化娱乐行业的赢利性分析
- 二、文化娱乐行业的经济周期分析
- 三、文化娱乐行业附加值的提升空间分析

第五节 中国文化娱乐行业进入壁垒分析

- 一、文化娱乐行业资金壁垒分析
- 二、文化娱乐行业技术壁垒分析
- 三、文化娱乐行业人才壁垒分析
- 四、文化娱乐行业品牌壁垒分析
- 五、文化娱乐行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球文化娱乐行业市场发展现状分析

第一节 全球文化娱乐行业发展历程回顾

第二节 全球文化娱乐行业市场区域分布情况

第三节 亚洲文化娱乐行业地区市场分析

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

第四节 北美文化娱乐行业地区市场分析

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

第五节 欧盟文化娱乐行业地区市场分析

- 一、欧盟文化娱乐行业市场现状分析
- 二、欧盟文化娱乐行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟文化娱乐行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界文化娱乐行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球文化娱乐行业市场规模预测

第三章 中国文化娱乐产业发展环境分析

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、全社会消费品文化娱乐总额
- 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 中国文化艺术行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国文化艺术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 中国文化艺术行业运行情况

第一节 中国文化艺术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 中国文化艺术行业市场规模分析

第三节 中国文化艺术行业供应情况分析

第四节 中国文化艺术行业需求情况分析

第五节 中国文化艺术行业供需平衡分析

第六节 中国文化艺术行业发展趋势分析

第五章 中国文化艺术所属行业运行数据监测

第一节 中国文化艺术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 中国文化艺术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 中国文化艺术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年中国文化旅游市场格局分析

第一节 中国文化旅游行业竞争现状分析

- 一、中国文化旅游行业竞争情况分析
- 二、中国文化旅游行业主要品牌分析

第二节 中国文化旅游行业集中度分析

- 一、中国文化旅游行业市场集中度分析
- 二、中国文化旅游行业企业集中度分析

第三节 中国文化旅游行业存在的问题

第四节 中国文化旅游行业解决问题的策略分析

第五节 中国文化旅游行业竞争力分析

- 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年中国文化旅游行业需求特点与动态分析

第一节 中国文化旅游行业消费市场动态情况

第二节 中国文化旅游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 文化旅游行业成本分析

第四节 文化旅游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 中国文化旅游行业价格现状分析

第六节 中国文化旅游行业平均价格走势预测

- 一、中国娱乐行业价格影响因素
- 二、中国娱乐行业平均价格走势预测
- 三、中国娱乐行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国娱乐行业区域市场现状分析

第一节 中国娱乐行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区娱乐市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区娱乐市场规模分析
- 四、华东地区娱乐市场规模预测

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、华中地区娱乐市场规模分析
- 四、华中地区娱乐市场规模预测

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、华南地区娱乐市场规模分析
- 四、华南地区娱乐市场规模预测

第九章 2017-2020年中国娱乐行业竞争情况

第一节 中国娱乐行业竞争结构分析（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 中国娱乐行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国娱乐行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 文化娱乐行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国文化旅游行业发展前景分析与预测

第一节 中国文化旅游行业未来发展前景分析

- 一、文化旅游行业国内投资环境分析

二、中国文化艺术行业市场机会分析

三、中国文化艺术行业投资增速预测

第二节 中国文化艺术行业未来发展趋势预测

第三节 中国文化艺术行业市场发展预测

一、中国文化艺术行业市场规模预测

二、中国文化艺术行业市场规模增速预测

三、中国文化艺术行业产值规模预测

四、中国文化艺术行业产值增速预测

五、中国文化艺术行业供需情况预测

第四节 中国文化艺术行业盈利走势预测

一、中国文化艺术行业毛利润同比增速预测

二、中国文化艺术行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国文化艺术行业投资风险与营销分析

第一节 文化艺术行业投资风险分析

一、文化艺术行业政策风险分析

二、文化艺术行业技术风险分析

三、文化艺术行业竞争风险分析

四、文化艺术行业其他风险分析

第二节 文化艺术行业企业经营发展分析及建议

一、文化艺术行业经营模式

二、文化艺术行业销售模式

三、文化艺术行业创新方向

第三节 文化艺术行业应对策略

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年中国文化艺术行业发展战略及规划建议

第一节 中国文化艺术行业品牌战略分析

一、文化艺术企业品牌的重要性

二、文化艺术企业实施品牌战略的意义

三、文化艺术企业品牌的现状分析

四、文化艺术企业的品牌战略

五、文化艺术品牌战略管理的策略

第二节 中国文化艺术行业市场的重点客户战略实施

- 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 中国文化艺术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

第十四章 2021-2026年中国文化艺术行业发展策略及投资建议

第一节 中国文化艺术行业产品策略分析

- 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 中国文化艺术行业定价策略分析

第三节 中国文化艺术行业营销渠道策略

- 一、文化艺术行业渠道选择策略
- 二、文化艺术行业营销策略

第四节 中国文化艺术行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国文化艺术行业重点投资区域分析
- 二、中国文化艺术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/402056402056.html>