

2018年中国文化行业分析报告- 市场深度调研与发展趋势研究

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《2018年中国文化行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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/314972314972.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

随着文化产业的快速发展，文化行业在国民经济中所起的作用和占据的地位不断提高，文化经济已成为产业转型和升级的重要途径，各国陆续将文化产业列为重点支柱性产业。我国已经把文化产业作为未来国家战略性新兴产业，为了促进文化产业的进一步发展，扩大文化产业的国际投资、合作关系，加速文化“走出去”的发展步伐，我国对文化企业海外投资的扶植、鼓励政策支持力度不断加强。

同时，面对国内市场的激烈竞争，文化领域企业单一产品出口已经不能满足行业需求，文化产业“走出去”经营模式已经从单纯贸易型向投资型转变。2003 ~ 2013 年，我国文化产业海外投资规模迅速扩大，主要集中在网络游戏、广播电视电影服务和信息传输服务领域，随着我国文化产业海外投资的快速发展，文艺演出服务、新闻报刊出版等其他领域的投资方式也在逐渐发生改变，文化企业海外投资、合作的范围在不断扩大，文化产业的发展势头良好。但就目前我国文化企业海外投资的趋势来看，投资规模偏小，渠道领域的投资远大于文化内容制作的投入，必须是多元的、立体的、全方位的才能有利于文化“走出去”的可持续发展。

一、文化产业海外投资政策环境

在中国政府的大力扶植下，中国文化企业走向海外市场的步伐越来越坚定，进出口额逐渐增长，出口版图持续扩大，而且出口模式也从单纯贸易型向投资型转变，国际合作深入发展。商务部、文化部等部委和各行业主管部门纷纷出台相关政策，大力推动了中国文化产业“走出去”海外投资的发展步伐。

（一）金融扶植和税收减免

2010 年3 月中国人民银行同九部委联合发布《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》，明确指出“境内资金可以投资国外文化产品”。

2010 年8 月，根据国务院《文化产业振兴规划》中关于“落实鼓励和支持文化产品和服务出口，扩大对外文化贸易”的目标，国家广电总局与中国进出口银行签订了《关于扶植培育广播影视出口重点企业、重点项目的合作协议》，在5 年合作期内，中国进出口银行计划向广播影视重点企业和项目提供不低于200亿元或者等值的外汇融资支持。该协议将推动我国文化企业开拓国际市场。

2011 年，根据国家新闻出版总署《新闻出版“十二五”规划》，着力打造一批具有国际竞争力的大型传媒集团和物流企业，新闻出版业积极实施“走出去”战略，国家新闻出版总署支持和鼓励外向型新闻出版单位，尤其是实力雄厚的集团去境外发展，鼓励企业生产更多的外向型新闻出版产品，重点支持企业以动漫、网络游戏、期刊数据库、电子书等数字出版产品和服务开拓海外市场，支持有能力的企业扩大对外投资，通过多种方式在境外兴办新闻出版实体，拓展新闻出版业务。

2012 年9 月，商务部、文化部、广电总局和新闻出版署公布了共同制定的《2011 ~

2012 年度国家文化出口重点企业目录》和《2011 ~ 2012 年度国家文化出口重点项目目录》，为政府实行税收优惠政策、提供金融支持提供了依据。

表：“十二五”期间新闻出版“走出去”工程

（二）项目补贴和奖励

2010 年，文化部实施了动漫游戏产业“走出去”扶植项目，对34家动漫企业、16 家游戏企业“走出去”项目进行扶植，支持企业参加海外知名展会、产品译制与海外推广机构，共投入1400 万元的扶植基金。

2011 年，国家新闻出版总署为业内重点文化企业争取奖励资金超过4000 万元，争取中央财政支持资金2700 万元，经典中国国际出版工程资助资金超过1000 万元，资助书展补贴和重点海外出版项目超过2400万元，资金总量过亿元，同时向商务部推荐了一批“走出去”援外项目。

二 国内文化企业海外投资

近年来我国文化产业海外投资增长迅速，整体投资规模不断扩大，投资合作范围不断增加，但与我国整个文化产业和国家地位比，我国文化产业海外投资正处于初级阶段，投资规模整体偏小，投资领域和地区单一，投资方式仍然以渠道为主。

（一）海外投资发展正处于初级阶段

目前，我国文化产业海外投资主要包括兼并重组和直接投资两种方式。2003 年至2013 年7 月约十年间，我国文化产业发起海外投资事件77起（并购44起，投资33 起），整体来看，我国文化产业海外投资与我国文化产业发展规模和速度不相称。海外投资规模参差不齐，已公布涉及金额的22 起并购事件中，19 起10 亿元以下投资事件涉及金额仅占总投资额的1487%，3 起10 亿元以上并购事件，涉及的并购总金额占整个并购事件总规模的85 13%，投资规模整体偏小。我国文化产业海外投资正处于初级阶段，这主要是由于我国文化产业政策支持不足，文化产业海外投资体系不健全以及海外投资成本高等因素造成的。

（二）文化产业海外投资不同领域分布状况

文化产业海外投资在文化创意和设计服务领域投资事件约占海外投资的44%，该领域的投资主要集中于网络游戏领域；其次在广播电影电视服务领域投资事件约占总投资的26%，该领域的投资主要集中于影视产业渠道投资，包括广播电视频道海外落地及分支机构建立，2012 年万达并购AMC，就是我国文化产业最大的一次影视渠道投资。排名第三的投资领域是文化信息传输服务领域，该领域的投资事件约占总投资的18%，主要集中在互联网领域。

其他领域的投资中，新闻报刊和演艺服务领域的投资也对行业有一定影响，2011 ~ 2013 年昆明新知集团在柬埔寨、老挝、马来西亚、缅甸投资书局，建立销售渠道，对我国新闻报刊出版领域海外投资产生极大影响。

2009 年天创国际演艺制作交流有限公司并购白宫剧院，打破了我国演艺领域服务的输出方式，拥有了自己的院线渠道。2007 年至今，四达时代投资广播电视传输服务领域，

在非洲地区投资建立星地结合的网络覆盖体系，通过数字电视和移动多媒体运营，带领了整个广播电视传输服务领域的海外投资，这些都代表未来我国整个文化产业海外投资的趋势。

图：文化产业海外投资事件不同领域分布状况

（三）海外投资不同地区分布状况

1 海外投资事件地区分布状况

我国文化企业海外投资涉及美国、日本、英国、俄罗斯、韩国、印度、新加坡、越南、欧洲、柬埔寨等国家和地区，并且投资地区范围不断扩大。但目前文化企业在美国、韩国的投资领先。

（1）美国主要以网络游戏、互联网、广播电影电视服务领域投资为主。

由于美国经济、文化产业发达，国际投资环境好，我国42%的投资事件集中在美国，投资重点集中在游戏、广播电影电视、互联网等领域。

其中广播电影电视服务领域投资事件占总投资的39%，网络游戏事件占总投资的22%，互联网投资事件占总投资的29%，其他领域的投资事件占10%，这主要是由于美国的游戏、影视和互联网产业发达，需求市场辐射范围广，吸引大批企业进入该地区投资。2008年蓝海电视台建立，俏佳人并购美国国际卫视，以及2012年万达并购AMC，这些投资事件主要是以渠道投资为主，阿里巴巴、腾讯、盛大、完美等企业也在不断增加美国市场的投资，通过并购和投资快速获得市场渠道、技术等资源，快速布局美国文化市场。

（2）网络游戏是韩国市场投资主流。

由于韩国游戏产业发达，游戏企业众多，中国韩国游戏代理众多，熟悉韩国市场，导致我国网络游戏企业投资主要集中于韩国。

（3）文化企业投资地区范围不断扩大，投资主要以渠道为主。

我国文化产业海外投资区域范围不断扩大，其中在日本的投资事件占总投资的6%，欧洲地区的投资事件约占总投资的13%，其他地区的投资事件约占总投资的21%，这些国家和地区的海外投资主要是受传统文化背景等因素的影响，日本、泰国、柬埔寨、老挝、马来西亚、越南等中国周边国家是我国文化产业海外投资重点领域。2011年以来昆明新知集团在柬埔寨、老挝、马来西亚、缅甸投资书局，以及凤凰卫视、东方卫视、俏佳人、阿里巴巴等企业先后建立分支机构，这些都说明我国文化企业已把海外市场渠道投资作为重点。

图：文化产业海外投资事件地区分布状况

2 文化产业海外并购事件的区位情况

从并购事件数量的分布地区来看，国内文化企业的并购目标多来自于美国和韩日等周边国家，其中在美国发生的并购事件有22起，占总并购事件的50%，其中8起为游戏并购事件，7起在互联网领域，4起在广播电视电影服务领域。在韩国发生的并购有10起，占并购事件的23%，其中有9起是网络游戏并购，1起是玩游戏引擎，全部属于游戏产业

表：文化产业海外并购事件数量区位占比（单位：件，%）

3.. 直接投资领域区位分布状况

我国文化产业海外市场直接投资主要集中在美国、韩国、欧洲、日本及周边国家和地区，其中美国地区的直接投资约占总投资的31%，主要集中在广播电影电视、游戏领域。韩国的直接投资约占总投资的12%，主要集中在游戏、电影电视领域。欧洲地区直接投资约占总投资的27%。

（四）海外并购规模不断扩大

1.. 海外并购规模不断扩大

受文化产业海外业务扩展的需求，和全球产业布局速度不断加快的影响，我国文化企业海外投资的规模不断扩大，2010年以来，文化企业海外投资规模快速增加，已公布并购金额事件中，2010年并购金额20..3亿元，2011年并购金额15..56亿元，2012年并购金额190..95亿元，文化产业海外投资规模快速增长。单个并购事件的金额规模也在不断增长，2009~2012年连续几年的平均并购规模呈现2.5倍以上的增长，扣除万达26亿美元并购AMC提高了2012年并购规模的因素，我国文化产业海外投资规模仍然呈现快速增长趋势。

图：文化产业海外直接投资分布状况

表：不同年份文化产业海外并购金额及占比情况

2.. 海外并购事件规模整体偏小

受文化产业海外业务扩展的需求，全球产业布局加快，已公布涉及金额的22起并购事件中，19起10亿元以下投资的事件金额仅占总投资额的8..16%，3起10亿元以上并购事件，涉及的并购总金额占整个并购事件总规模的91..84%，文化产业并购规模参差不齐，企业海外投资规模整体偏小，我国文化产业海外投资正处于初级阶段，这主要是我国文化产业政策支持不足，文化产业海外投资体系不健全以及海外投资成本高等因素造成的。

表：文化产业海外并购规模区间分布情况

3 不同地域的并购金额比较

文化产业海外并购事件中，美国并购事件平均并购金额远大于行业平均规模，其他地区的并购平均金额均小于行业平均值，这说明我国文化产业大金额的海外并购事件集中在美国，2012年万达并购AMC，并购金额高达26亿美元（163亿元人民币），提升了对美国并购的平均规模，但也给万达带来了整合风险，如果后续整合成功将对我国电影产业海外市场影响深远。

图：不同国家地区海外并购项目平均规模

（五）文化产业海外并购的方式

据不完全统计，明确并购方式的并购事件有23起，其中全资收购8起，控股收购3起，少量收购12起；未明确并购方式的并购事件21起。

少量股权收购占总体的52%，控股收购和全部收购占总体的48%。全部收购、控股收购、少量股权收购三种并购方式的数量情况如图。

图：各并购方式分布及占比 观研天下发布的《2018年中国文化行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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、市场前景、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。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

【报告目录】

第一部分 环境透视

第一章 文化产业发展综述

第一节 文化产业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

三、行业特性及在国民中的地位

第二节 文化产业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 文化产业的特征

一、文化产业的性质与结构

二、文化产业的领域和空间

三、文化产业的消费方式和生产方式

四、文化产业的发展样态与传播方式

五、文化产业的安全系数与收益

第四节 文化消费概论

一、文化消费的定义

二、文化消费的特征

- 1、文化消费具有多样性
- 2、文化消费具有层次性
- 3、文化消费存在有限性和无限性
- 4、文化消费存在个性化和社会化
- 5、文化消费具有时间的延伸性
- 6、文化消费存在无偿性和有偿性

三、提高文化消费水平的途径

- 1、增加文化消费品（服务）的供给
- 2、提高消费者的收入和教育水平
- 3、增加消费者的闲暇时间
- 4、大力发展文化产业
- 5、改善文化消费环境

第二章 文化产业市场环境及影响（PEST）

第一节 文化产业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、文化产业标准

四、行业相关发展规划

- 1、文化产业国家发展规划
- 2、文化产业地方发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

- 1、国际宏观经济形势分析
- 2、国内宏观经济形势分析
- 3、产业宏观经济环境分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

- 1、经济复苏对行业的影响
- 2、货币政策对行业的影响
- 3、区域规划对行业的影响

第三节 行业社会环境分析（S）

一、文化产业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、城镇化率

二、社会环境对行业的影响

三、文化产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、文化产业技术分析

二、文化产业技术发展水平

三、文化产业技术发展分析

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第三章 国际文化产业发展概况及经验借鉴

第一节 国际文化产业总体发展状况

一、国际文化产业发展概况

1、美国：以知识产权为核心的文化产业

2、欧盟：追求多民族文化的生态平衡

3、英国：发达的文化创意产业

4、德国：卓越的会展业

5、法国：政府大力维护民族文化

6、日本：官民结合促成良性循环

7、韩国：文化立国战略

二、国际文化产业发展模式

1、美国：市场驱动型

2、英/法：资源驱动型

3、日/韩：政策驱动型

三、国际文化创意产业发展情况

1、国际文化创意产业政策

2、国际文化创意产业经验

四、国际文化产业发展趋势

1、规模化、集约化和垄断化

2、不平衡化

3、融合化

4、区域化与多元化

5、高科技化

第二节 美国文化产业发展经验借鉴

一、美国文化产业管理体制

二、美国文化产业细分市场发展状况

1、文化艺术业

2、电视电影业

3、图书出版业

4、音乐唱片业

三、美国文化产业发展的成功经验借鉴

第三节 英国文化产业发展经验借鉴

一、英国文化产业发展概况

二、英国文化产业发展模式

三、英国文化产业发展的成功经验借鉴

第四节 日本文化产业发展经验借鉴

一、日本文化产业发展概况

1、动漫市场现状

2、电视市场现状

3、电影市场现状

4、文化艺术业现状

二、日本文化产业发展模式

三、日本文化产业发展的成功经验借鉴

1、各级政府积极推动并倾力支持

2、文化和市场深入结合

3、中介组织作用明显

4、积极开拓海外市场

第五节 韩国文化产业发展经验借鉴

一、韩国文化产业发展概况

二、韩国文化产业发展模式

三、韩国文化产业发展的成功经验借鉴

1、重视对传统文化的保护

2、文化与现代工业相结合

3、创造投融资及技术条件

第二部分 行业深度分析

第四章 中国文化产业运行现状分析

第一节 中国文化产业发展状况分析

一、中国文化产业发展阶段

二、中国文化产业概况及特点

三、中国文化产业存在的问题

四、中国文化产业商业模式分析

第二节 2015-2017年文化产业发展现状

一、中国文化产业公共财政支出

二、文化产业固定资产投资

三、文化产业增加值占GDP的比重

四、2017年文化及相关产业营收构成

五、2017年文化及相关产业营收增速

第三节 中国文化产业企业发展分析

一、企业数量及增长分析

二、不同类型企业结构分析

三、人员规模状况分析

第四节 2015-2017年中国文化产业财务总体分析

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

第五章 中国文化产业发展模式与产业带分布

第一节 中国文化产业发展模式分析

一、龙头企业带动发展模式

二、产业关联发展模式

三、科技支撑发展模式

四、体制转型发展模式

五、公共平台支撑发展模式

第二节 “十三五”中国文化产业带分布

一、“一带一路”文化产业发展空间

1、带动范围

2、发展优势

3、发展建议

二、长江经济文化产业带

1、带动范围

2、发展优势

3、发展建议

三、环渤海湾经济文化产业带

1、带动范围

2、发展优势

3、存在的问题

四、藏羌彝文化走廊

1、带动范围

2、发展重点

3、存在的问题

五、黄河中原地区文化带

1、带动范围

2、发展优势

3、发展建议

六、珠江经济文化产业带

1、带动范围

2、发展优势

3、发展建议

七、京杭大运河文化带

1、带动范围

2、发展优势

3、发展建议

第三部分 市场全景调研

第六章 中国文化产业细分市场投资机会分析

第一节 中国图书出版业发展分析

一、图书出版行业发展概况

1、图书出版总量

2、图书出版政策解析

二、图书出版行业发展规模

1、出版社数量

2、行业销售收入

3、从业人员数量

4、出版物发行网点

5、图书进出口分析

6、版权引进输出情况

三、图书出版行业经营效益

四、图书出版行业区域特征

五、图书出版行业竞争格局

六、图书出版行业发展趋势

1、传统与数字合作大于竞争

2、图书成为奢侈品是趋势

第二节 中国电视产业发展分析

一、电视产业发展规模分析

1、电视产业基础

2、电视节目制作

3、电视节目播出

4、电视节目出口

二、电视市场收视特征分析

1、收视量的变化趋势

2、收视量的观众特征

3、收视量的频道分布

4、收视量的时段分布

5、收视量的周天特征

三、电视市场竞争趋势分析

1、整体竞争格局

2、受众市场表现

3、频道竞争力差异

四、电视节目类型和收视特点调查

1、各类型节目收视份额

2、各类型节目收视特点

第三节 中国电影产业发展分析

一、电影产业发展规模分析

1、电影院线规模

2、电影产量规模

3、电影观众规模

4、电影票房收入

5、电影海外销售

二、电影产业竞争格局分析

1、区域竞争格局

2、影片竞争格局

3、国产与进口电影竞争格局

三、3D电影发展分析

1、3D电影发展规模

2、3D电影盈利能力

3、3D电影发展契机

4、3D电影发展前景

四、电影产业发展趋势分析

五、电影产业发展前景

1、电影产业产量规模预测

2、电影产业营收规模预测

第四节 移动媒体产业发展分析

一、移动媒体基础资源发展情况

1、用户规模

2、移动终端

3、移动网络建设

二、移动媒体市场规模情况

三、移动媒体市场结构分析

四、移动媒体产品与服务发展情况

1、移动通信的发展

2、移动搜索的发展

3、移动微博的发展

4、移动视频的发展

5、移动游戏的发展

6、移动购物的发展

五、移动媒体发展趋势分析

第五节 中国广告业发展分析

一、广告行业市场总体状况

1、广告行业市场规模

2、广告业的挑战与机遇

(1) 广告行业发展的挑战

(2) 广告行业发展的机遇

3、广告行业发展前景预测

二、广告行业经营情况分析

- 1、广告业整体经营情况
- 2、媒体广告经营情况
- 3、广告公司经营情况
- 4、各省市广告业经营情况
- 三、广告行业市场竞争分析
 - 1、专业广告公司与媒体企业间的竞争
 - 2、本土广告公司与跨国广告公司竞争
 - 3、广告客户代理与媒介代理公司竞争
 - 4、广告公司区域市场之间的竞争分析
- 四、广告业细分市场发展分析
 - 1、平面媒体广告发展分析
 - (1) 平面媒体广告市场总况
 - (2) 平面媒体广告全面衰退的原因
 - (3) 平面媒体未来的发展方向
 - (4) 平面媒体广告性价比
 - (5) 平面媒体版图的移位
 - (6) 平面媒体广告区域竞争
 - (7) 机动车广告发展趋势
 - (8) 奢侈品行业钟情平面媒体广告
 - (9) 房地产行业平面媒体广告
 - (10) 报纸广告投放效果与投放建议
 - (11) 杂志广告投放效果与投放建议
 - 2、电台媒体广告发展分析
 - (1) 电台媒体广告发展总况
 - (2) 电台媒体广告的到达率
 - (3) 网络电台广播潜力无限
 - 3、电视媒体广告发展分析
 - 4、户外广告发展分析
- 五、广告行业发展趋势分析
 - 1、广告与营销一体化
 - 2、集团化与专业化发展
 - 3、本土与国际接轨
 - 4、媒体投放效果可测性要求提高
- 第六节 中国动漫产业发展分析
 - 一、动漫产业动漫产业产值及增长率

二、动漫产业供需分析

1、动漫产业市场供给分析

2、动漫产业市场需求分析

3、动漫市场供求变动原因

三、动漫产业市场竞争分析

1、动漫产业全球竞争地位

2、动漫产业国内竞争格局

四、动漫产业发展趋势分析

第七节 中国文物艺术品市场发展分析

一、文物艺术市场发展现状分析

二、文物艺术品细分市场发展分析

1、画廊业发展分析

2、古玩市场发展分析

3、拍卖市场发展分析

三、文物艺术品市场发展趋势

第八节 中国网络文学市场发展分析

一、网络文学发展现状分析

二、网络文学市场规模分析

三、网络文学用户规模分析

四、网络文学市场需求分析

五、网络文学市场发展趋势分析

六、网络文学市场投资机会分析

第九节 中国文化地产市场发展分析

一、文物地产发展现状分析

1、文化地产市场发展概况

2、文化地产市场特点分析

3、主要文化地产项目汇总

4、文化地产项目主要类型

二、文物地产市场需求分析

三、文物地产项目发展趋势分析

四、文物地产细分领域投资机会分析

1、旅游文化地产投资机会分析

(1) 旅游文化地产特点分析

(2) 旅游文化地产主要类型

(3) 旅游文化地产开发模式

(4) 旅游文化地产投资机会分析

(5) 旅游文化地产项目成功要素

2、影视地产投资机会分析

(1) 影视地产运营模式分析

(2) 影视地产发展方向分析

(3) 影视地产投资机会分析

3、文化Mall投资机会分析

(1) 文化Mall发展现状分析

(2) 文化Mall投资机会分析

(3) 文化Mall建设经验与建议

4、博物馆地产投资机会分析

(1) 博物馆总体建设情况

(2) 博物馆运营情况分析

(3) 博物馆地产投资机会与风险

(4) 博物馆地产投资策略建议

第四部分 竞争格局分析

第七章 2018年文化产业竞争形势及策略

第一节 中国文化产业竞争力分析

一、文化产业核心竞争力的构成要素

二、中外文化产业竞争力差异比较

1、产业概念比较

2、产业实力比较

(1) 人力资源比较

(2) 资金实力比较

(3) 技术实力比较

3、产业能力比较

(1) 市场化能力

(2) 资源转化能力

(3) 创新能力

(4) 产业潜力比较

三、中国文化产业国际竞争力水平分析

1、中国文化产业的竞争优势

2、中国文化产业的竞争劣势

四、中国文化产业竞争力提升建议

第二节 中国文化产业知识产权保护研究

一、中国文化产业知识产权保护法律体系

1、国内法律

2、国际条约

二、中国文化产业知识产权保护现状

1、著作权保护

2、文化产品的商标保护

3、地理标志与文化产品的保护

4、专利权保护

5、商业秘密保护

6、传统文化资源的保护

三、中国文化产业知识产权保护建议

1、版权保护制度建设的建议

2、文化产品的商标保护建议

3、文化产品地理标志的保护建议

4、专利权保护建议

5、商业秘密保护建议

6、传统文化资源保护建议

四、中国文化产业知识产权保护最新动态

第八章 2018年文化产业领先企业经营形势分析

第一节 西安大唐西市文化产业投资集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业文化资源分析

四、企业文化产业运营分析

五、企业组织架构分析

六、企业发展优劣势分析

七、企业最新发展动向分析

第二节 贵阳市旅游文化产业投资（集团）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业文化资源分析

四、企业文化产业运营分析

五、企业组织架构分析

六、企业发展优劣势分析

七、企业最新发展动向分析

第三节 南京市文化投资控股（集团）有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业文化资源分析

四、企业文化产业运营分析

五、企业组织架构分析

六、企业发展优劣势分析

七、企业最新发展动向分析

第四节 天舟文化股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业文化资源分析

四、企业文化产业运营分析

五、企业组织架构分析

六、企业发展优劣势分析

七、企业最新发展动向分析

第五节 北京儿童艺术剧院股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业文化资源分析

四、企业文化产业运营分析

五、企业组织架构分析

六、企业发展优劣势分析

七、企业最新发展动向分析

第六节 吉林省文化产业投资控股（集团）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业文化资源分析

四、企业文化产业运营分析

五、企业组织架构分析

六、企业发展优劣势分析

七、企业最新发展动向分析

第七节 云南文化产业投资控股集团有限责任公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业文化资源分析
- 四、企业文化产业运营分析
- 五、企业组织架构分析
- 六、企业发展优劣势分析
- 七、企业最新发展动向分析

第八节 西安曲江文化产业投资（集团）有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业文化资源分析
- 四、企业文化产业运营分析
- 五、企业组织架构分析
- 六、企业发展优劣势分析
- 七、企业最新发展动向分析

第九节 中航文化股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业文化资源分析
- 四、企业文化产业运营分析
- 五、企业组织架构分析
- 六、企业发展优劣势分析
- 七、企业最新发展动向分析

第十节 北京万达文化产业集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业文化资源分析
- 四、企业文化产业运营分析
- 五、企业组织架构分析
- 六、企业发展优劣势分析
- 七、企业最新发展动向分析

第五部分 发展前景展望

第九章 2018年文化产业前景及趋势预测

第一节 2018年文化产业市场发展前景

- 一、2018年文化产业市场发展潜力
- 二、2018年文化产业市场发展前景展望
- 三、2018年文化产业细分行业发展前景分析

第二节 2018年文化产业市场发展趋势预测

- 一、2018年文化产业发展趋势
 - 1、数字文化产业将成主流
 - 2、活动经济将成文旅产业新的增长点
 - 3、内容和渠道融合发展
 - 4、文化产业人才进一步得到重视
 - 5、商业模式竞争将成主流
- 二、2018年文化产业市场规模预测
- 三、2018年文化产业应用趋势预测
- 四、2018年细分市场发展趋势预测

第三节 2018年中国文化产业供需预测

- 一、2018年中国文化产业供给预测
- 二、2018年中国文化产业需求预测
- 三、2018年中国文化产业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十章 中国文化产业投融资现状分析及建议

第一节 文化产业投资特性分析

- 一、文化产业进入壁垒分析
- 二、文化产业盈利因素分析
 - 1、决策型人才因素
 - 2、产业价值链因素
 - 3、创意因素
- 三、文化产业盈利模式分析
 - 1、专业化盈利模式
 - 2、大制作产品盈利模式
 - 3、拳头产品盈利模式

4、速度创新盈利模式

5、利润乘数盈利模式

6、价值网盈利模式

第二节 文化产业投融资现状分析

一、文化产业投融资环境变化

1、存款准备金率变化

2、利率变化

3、新增信贷变化

二、文化新股投融资概况

三、文化企业上市潮解读

第三节 文化产业投融资解决方案

一、文化产业的主要融资渠道分析

二、文化产业投融资存在的问题

三、文化产业投融资传统解决方案

四、文化产业投融资金融解决方案

1、文化产业投资基金

2、文化产权交易所

(1) 上海文化产权交易所

(2) 深圳文化产权交易所

(3) 广东省南方文化产权交易所

(4) 湖南文化艺术品产权交易所

(5) 山东文化产权交易所

(6) 湖北华中文化产权交易所

(7) 成都文化产权交易所

(8) 内蒙古文化产权交易所

(9) 天津文化产权交易所

第四节 文化产业投资机会与建议

一、文化产业投资机会分析

1、影视产业仍存投资机会

2、整合与数字化利好出版业

3、文化旅游业投资机会大

4、海外市场拓宽盈利渠道

二、文化产业投资建议

1、继续发展影视业

2、争当动漫行业领导者

3、加大数字化出版投入

4、适当加大广告投入

第六部分 发展战略研究

第十一章 文化产业发展战略研究

第一节 文化产业发展战略研究

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

第二节 对中国文化产业品牌的战略思考

一、文化产业品牌的重要性

二、文化产业实施品牌战略的意义

三、文化产业企业品牌的现状分析

四、中国文化产业企业的品牌战略

五、文化产业品牌战略管理的策略

第三节 文化产业发展策略

一、走精品化路线，树立文化产业品牌

1、做好品牌传播

2、抓好品牌经营

二、发挥比较优势，以提高产业竞争力

三、开发与保护相结合，注重可持续发展

第四节 文化产业投资战略研究

一、2018年文化产业投资战略

二、2018年文化产业投资战略

三、2018年细分行业投资战略

第十二章 研究结论及投资建议

第一节 文化产业研究结论及建议

第二节 文化产业子行业研究结论及建议

第三节 文化产业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表：文化产业生命周期

图表：文化产业链结构

图表：2015-2017年全球文化产业市场规模

图表：2015-2017年中国文化产业市场规模

图表：2015-2017年文化产业重要数据指标比较

图表：2015-2017年中国文化产业市场占全球份额比较

图表：2015-2017年中国文化产业公共财政支出

图表：2015-2017年文化产业固定资产投资

图表：2015-2017年文化产业增加值占GDP的比重

图表：2017年文化及相关产业营收构成

图表：2017年文化及相关产业营收增速对比

图表：2015-2017年企业数量及增长分析

图表：2017年不同类型企业结构分析

图表：2015-2017年中国文化产业人员规模状况分析

图表：2015-2017年中国文化产业盈利能力分析

图表：2015-2017年中国文化产业偿债能力分析

图表：2015-2017年中国文化产业营运能力分析

图表：2015-2017年中国文化产业发展能力分析

图表：2015-2017年中国电影票房及增长率

图表：2015-2017年国内银幕数及增速

图表：2015-2017年中国游戏销售收入及增长

图表：2015-2017年中国游戏用户规模及增长

图表：2015-2017年中国动漫产业总产值及增长

图表详见报告正文（BGZQJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/314972314972.html>