

2018年中国文化行业分析报告- 市场深度调研与投资前景研究

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-市场深度调研与投资前景研究》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/314973314973.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

一、国内文化企业海外并购投资重点领域

(一) 网络游戏

随着游戏代理门槛的不断提升，中国网络游戏企业通过兼并和直接投资的方式加快了海外市场争夺。2000年以来，文化企业的海外并购、投资事件中，网络游戏领域达到25件（并购21件，投资4件），占整个文化产业并购、投资总量的32.5%。网络游戏海外投资以并购为主，企业通过并购获得被并购方的资源（技术、渠道等）和游戏代理权等。

韩国游戏产业发达，游戏企业众多，中国代理游戏多来自韩国，中国网络游戏企业对韩国游戏产业很熟悉，这就导致中国网络游戏海外投资事件40%集中在韩国。2010年腾讯先后并购韩国StudioHOOn、REIOadEdStudios、TOPPIG、NEXtPlaY、EYEdEntItYGaMES、GH HOPEISland 6家游戏企业，腾讯、盛大、九城等中国网络游戏公司先后在韩国建立子公司，吸引大批中国网络游戏企业进入，推进了网游企业的全球化进程。

美国网络游戏投资事件约占总投资的36%，美国网络游戏行业成为休闲娱乐领域的龙头，行业发展环境优良。中国游戏企业进入美国市场，是以获得股权、游戏代理权和营销渠道为主。2008年腾讯并购RIOt GamES获得股份和《英雄联盟》中国代理权；而2010年盛大并购MOCHIMEdia公司就是看重其全球游戏分销平台和大量的合作伙伴，以此推进盛大游戏海外渠道建设。

表：2003 ~ 2012 年网络游戏主要并购事件

表：2003 ~ 2012 年网络游戏主要投资事件

(二) 广播电视电影服务

随着广播电视电影服务行业“走出去”步伐的加快，我国影视行业逐渐从劳务、器材、场地向项目策划和投资方向转变，这样在整体上提升了中国影视产业的竞争力。随着我国影视产业“走出去”步伐的加速，中外合拍影片近三年保持良好的发展态势，合资合作投资影视领域的内容不断增多，合作范围扩大到港台地区及美、英、日、韩、澳等国家。

1 广播电视电影服务的投资以获得渠道和技术为主

近几年，东方卫视、凤凰卫视、中央电视台等电视台纷纷开设海外分台，扩大电视传输渠道。同时，民营资本进军电视台领域投资，2006年，温州商人王伟胜并购阿联酋的电视台——阿拉迪尔电视台，2008年蓝海电视台建立，2009年西京集团有限公司收购PROPELLER电视台，松联国际传媒和天星传媒联合购得美国洛杉矶天下卫视华语电视台。2010年俏佳人并购美国ICN国际卫视，我国民营资本进入电视台领域的投资不断增加。截止到2012年底，中国国际广播电台完成了13个整频率落地项目，海外整频率落地电台达到83家。这些都说明我国广播电视电影海外投资以渠道投资为主，通过渠道来扩大市场辐射范围，布局全球市场。

2 直接投资逐渐渗透到电视电影制作领域

我国电视电影企业主要是通过新电视台、新公司或合作加入某个影视项目，逐渐渗透到影视制作领域，华谊兄弟传媒股份有限公司的《狂怒》，中博传媒与韩国SBS、KBS、MBC电视台共同投资制作的《北京我的爱》、《飞天舞》、REmEmBEr，华谊兄弟投资成立的传奇东方公司，中博传媒有限公司投资成立的ZONBO - BALCON公司，以及蓝海电视台都是通过投资成立新企业，进入该地区影视、节目制作领域，不断提高企业在全球的市场竞争力。随着我国影视产业“走出去”步伐加速，合资合作投资影视领域的范围不断扩大。

表：2009年以来我国广播电视电影服务领域并购事件

表：2009年以来我国广播电视电影服务领域投资事件

（三）互联网产业

互联网企业为获得客户、渠道、技术等现有资源，以并购为主，快速占领了海外市场。随着我国互联网产业的不断发展，该领域“走出去”的步伐不断加快。近年来互联网领域的海外并购、投资事件14起，达到并购和投资事件总数的18%，该领域的海外市场以并购为主要途径，主要由于互联网并购是为了获得被并购方企业的客户、渠道、技术等现有资源，快速进入目标市场。2010年7月阿里巴巴收购VEndIO SERVICES 目的为获得8万美国中小企业客户，而收购AuCtIva公司以及子公司VEndIO 收购SIn.GIEFEEd 则是为了获得渠道和技术等资源。

表：互联网信息服务领域海外市场主要并购事件

二、文化产业海外投资建议

（一）文化产业海外投资存在的主要问题

中国文化产业海外投资主要存在四方面问题：一是中国文化“走出去”的政策扶持体系不完善，政策支持力度不足，企业前期推广费用高、综合运作成本大，没有统一的布局，相互之间缺少沟通和合作。二是文化产业资金需求量大，但资金筹措困难，融资渠道有限，银行、基金等领域的融资体系不足。三是文化产业目前还依赖传统商业模式，市场运营和盈利压力大，需要寻求新的商业模式。四是专业人才缺乏，成为“走出去”的瓶颈，缺乏懂文化、会经营、懂外语、熟悉国际文化市场运作规律的复合型人才。

（二）文化产业海外推动建议

1 企业投资建议

中国文化企业积极拓展海外市场，从单纯的产品、服务输出转变到通过直接投资、收购兼并的方式在海外建立投资“根据地”。完美、盛大、腾讯等网络游戏公司建立海外分公司独立运营网络游戏；蓝海电视台设立，万达收购AMC等，通过投资影视服务领域，扩大渠道投资，辐射了整个文化产业的海外投资市场。

建议鼓励探索文化产业走出去运行机制。先行试点，采用设点办企业、收购兼并、控股参股等方式开展境外投资合作，打造海外文化产业基地，学习海外知名文化企业经营模式，逐步建立一套具有国有文化企业特点、适应海外文化市场需求的运行机制。鼓励通过

独资、合资、控股、参股等多种形式在境外兴办实体、设立分支机构。

2 进一步推动文化产业海外投资

基于对中国文化国际化的长远规划，建立海外投资机制。支持在国内市场表现优秀的企业率先“走出去”，规范整个中国文化产业的海外投资秩序。成立专门的管理境外投资的机构，对海外投资进行协调、规划。

建立海外风险信息及防控平台。设立专门的机构或委托学术团体加强对世界各国，特别是中国有投资国家的相关法律、行政程序、资源状况以及市场行情特色及投资行的研究论证，为投资者提供信息咨询和技术服务。

进一步加快国家相关立法步伐，出台配套的政策体系。根据我国企业海外投资的发展情况，加快制定《文化产业海外投资指导意见》，为我国文化产业海外投资、经营、发展方向提供参考、指导意见。进一步完善海外投资企业的监管机制。严格规定海外投资企业的风险投资限额和投资资格的评估制度；强化对海外企业的后续管理，加强税收、外汇、财务制度的监督。

提供配套金融支持。多方筹措资金，在经费方面确保文化产业的顺利发展。引导鼓励风投、基金、银行贷款、民间资本等资金供应来源，扩大文化产业海外融资渠道。

建议组建文化产业走出去专门基地。要在我国投资、援外重点区域，在我国文化渗透较好的地区，在欧美发达国家和我国开展建立自贸区谈判及互惠关系的地区（如东盟），建立文化产业投资基地，吸引文化企业海外投资。

观研天下发布的《2018年中国文化行业分析报告-市场深度调研与投资前景研究》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。

【报告目录】

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、行业分类及范围
- 三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 文化产业发展的经济学分析

- 一、文化产业的自然垄断属性分析
- 二、文化产业的市场势力分析
- 三、文化产业的调价模型分析
 - 1、让利一定最小增销量模型
 - 2、增销量一定最大降价额模型
- 四、文化产业正在成为我国支柱产业
- 五、文化产业对我国经济发展作用分析
- 六、文化产业与经济关系的投入产出分析

第三节 文化产品特性

- 一、经典外部性理论与公共物品理论回顾
 - 1、外部性理论的简单回顾
 - 2、经典的公共物品理论回顾
- 二、文化产品的外部性特征
 - 1、文化产品外部性特征的相关研究
 - 2、文化产品外部性内涵的界定
 - 3、文化产品外部性特征的表现形式
 - 4、文化产品及其意识形态属性
- 三、文化产品的公共物品属性
 - 1、文化产品公共物品属性的相关研究
 - 2、文化产品的公共物品属性剖析
 - 3、优效性文化产品

第四节 最近3-5年中国文化产业经济分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、文化产业与知识产权关系
- 五、周期性分析
- 六、竞争激烈程度指标

第五节 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分析（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

- 1、文化产业政策与法规概述
- 2、广播电视管理政策法规
- 3、电影产业管理政策法规
- 4、出版物管理政策法规
- 5、网络产业管理政策法规
- 6、演出娱乐市场管理政策法规
- 7、艺术品市场管理政策法规
- 8、会展业管理政策法规
- 9、广告业管理政策法规
- 10、旅游业管理政策法规

三、《文化及相关产业分类（2012）》

四、行业相关发展规划

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

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、2016-2017年文化产业技术发展分析

三、行业主要技术发展趋势

四、技术环境对行业的影响

第三章 国际文化产业发展分析及经验借鉴

第一节 全球文化产业市场总体情况分析

一、全球文化产业的发展特点

二、2017年全球文化产业市场结构

三、2017年全球文化产业发展分析

四、2017年全球文化产业竞争格局

五、2017年全球文化产业市场区域分布

第二节 国际文化产业发展概况及经验借鉴

一、国际文化产业发展概况

二、国际文化产业发展模式

1、美国的市场驱动型

2、英法的资源驱动型

3、日韩的政策驱动型

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

第三节 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

三、美国文化产业发展的成功经验借鉴

第四节 英国文化产业发展经验借鉴

- 一、英国文化产业管理体制
- 二、英国文化产业细分市场发展状况
- 三、英国文化产业发展的成功经验借鉴

第五节 日本文化产业发展经验借鉴

- 一、日本文化产业管理体制
- 二、日本文化产业细分市场发展状况
- 三、日本文化产业发展的成功经验借鉴

第六节 韩国文化产业发展经验借鉴

- 一、韩国文化产业管理体制
- 二、韩国文化产业细分市场发展状况
- 三、韩国文化产业发展的成功经验借鉴

第四章 中国文化产业的国际比较分析

第一节 中国文化产业的国际比较分析

- 一、中国文化产业竞争力指标分析
- 二、中国文化产业经济指标国际比较分析
- 三、文化产业国际竞争力比较

- 1、市场要素
- 2、需求条件
- 3、支援与相关产业
- 4、
- 5、政府的作用

四、经济全球化对文化产业的冲击

- 1、文化产品的冲击
- 2、文化资本的冲击
- 3、文化价值观的冲击

第二节 全球文化产业市场需求分析

- 一、市场规模现状
- 二、需求结构分析
- 三、重点需求客户
- 四、市场前景展望

第三节 全球创意产业市场供给分析

- 一、产品及服务规模现状

- 二、产业增长规模分布
- 三、重点城市发展途径及现状

第五章 我国文化产业运行现状分析

第一节 我国文化产业发展状况分析

- 一、我国文化产业发展阶段
- 二、我国文化产业发展总体概况
- 三、我国文化产业发展特点分析
- 四、我国文化产业十五种商业模式分析
- 五、我国文化产业商业模式评价

第二节 2017年文化产业发展现状

- 一、2017年我国文化产业市场规模
- 二、2017年我国文化产业发展分析
 - 1、我国文化产业的现状
 - 2、我国文化产业面临的形势
 - 3、中国文化产业发展的原因
 - 4、建议
- 三、2017年中国文化企业发展分析
- 四、我国文化企业发展方向及策略研究探讨

第三节 2017年创意产业市场情况分析

- 一、2017年文化创意产业发展现状与对策调研分析
- 二、2017年中国创意产品市场发展分析
- 三、2017年中国创意产业服务市场发展分析

第六章 我国文化产业整体运行指标分析

第一节 2017年中国文化产业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节 2017年中国文化消费水平指标

- 一、我国人均文化消费水平
- 二、我国文化消费人数
- 三、我国文化消费总额

第三节 2011-2013年我国重点城市文化产业增加值分析

一、北京

二、上海

三、深圳

四、成都

五、长沙

第四节 2011-2013年中国文化产业财务指标总体分析

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

第五节 我国文化产业分类指标

一、文化艺术行业发展指标分析

二、新闻出版发行行业发展指标分析

三、旅游休闲娱乐行业发展指标分析

四、城市规划、

五、工艺美术品

六、广告会展行业发展情况分析

七、软件

八、广播

九、文化产品

第七章 我国文化产业市场需求形势分析

第一节 我国文化产业市场需求分析

一、中国文化产业呈现出蓬勃发展态势

二、文化产业满足人民多样化精神文化需求

三、2011-2013年我国文化产业需求情况

四、2011-2013年我国文化产业供需平衡分析

第二节 文化产品市场应用及需求预测

一、文化产品应用市场总体需求分析

二、2018年文化产业领域需求量预测

三、重点行业文化产品需求分析预测

四、我国文化产品走出去战略研究

第八章 文化产品进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 文化产品进出口市场分析

一、文化产品进出口综述

二、文化产品出口市场分析

三、文化产品进口市场分析

第二节 中国文化产品出口面临的挑战及对策

一、中国文化产品出口面临的挑战

二、中国文化产品未来出口展望

三、中国文化产品出口对策

第九章 我国文化产业结构分析

第一节 文化产业市场结构

一、市场结构类型分析

二、市场集中度的衡量及形成分析

三、市场的进入与退出

四、结构特点及性质

1、产品差异化

2、错位竞争与纵向

3、横向一体化

第二节 产业价值链的结构分析及整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

三、优化市场结构可以调节

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国文化产业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第十章 中国文化产业主要细分市场研究及预测

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

二、图书出版行业发展规模

1、出版社数量

2、行业销售收入

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

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

3、电视产业规模

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、时段收视表现

3、频道竞争力差异

4、受众市场竞争表现

四、电视节

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

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、广告行业市场状况概述

1、综合情况

2、各媒体广告市场状况

3、消费者媒体接触行为

二、广告行业市场规模分析

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、报纸广告发展分析

2、期刊广告发展分析

3、电视广告发展分析

4、广播广告发展分析

5、网络广告发展分析

6、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、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、动漫产业市场规模分析
- 二、动漫产业供需分析
- 三、动漫产业市场竞争分析
- 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
- 三、文物艺术品市场发展趋势

第十一章 中国文化产业基地建设及运营分析

第一节 文化产业基地概述

一、文化产业基地的概念和类型

- 1、文化产业基地概念
- 2、文化产业基地类型
- 3、文化产业园区

二、文化产业基地的功能

- 1、文化产业基地的经济功能
- 2、文化产业基地的社会文化功能

第二节 中国重点文化产业示范基地（园区）发展分析

- 一、国家文化产业示范基地发展概况
- 二、国家级文化产业示范园区发展分析
 - 1、国家级文化产业示范园区发展规模
 - 2、华侨城集团公司发展分析
 - 3、西安曲江新区发展分析
 - 4、沈阳棋盘山开发区发展分析
 - 5、曲阜新区文化产业园发展分析
 - 6、开封宋都古城文化产业园区发展分析
 - 7、张江文化产业园区发展分析
 - 8、长沙天心文化产业园区发展分析
 - 9、成都青羊绿舟文化产业园区发展分析
 - 10、国家级文化产业示范园区数量控制

三、国家级文化产业试验园区发展分析

- 1、广州北岸文化码头发展分析
- 2、黑龙江（大庆）文化创意产业园发展分析
- 3、中国曲阳雕塑文化产业园发展分析
- 4、福建省闽台文化产业园发展分析
- 5、山东省台儿庄古城文化产业园发展分析
- 6、吉林省东北亚文化创意科技园发展分析
- 7、石嘴山市星海湖文化产业园区发展分析

四、国家级动漫基地发展分析

第三节 文化产业基地（园区）发展分析

一、文化产业基地发展现状分析

- 1、文化产业基地类型
- 2、文化产业基地形成方式
- 3、文化产业基地发展规模
- 4、文化产业基地发展中存在的问题

二、文化产业基地产业链构建

- 1、“钻石模型”与文化产业基地的要素
- 2、文化产业基地产业链打造

三、促进文化产业基地发展的建议

第十二章 文化产业（产业集群）及区域市场分析

第一节 文化产业集群及其发展模式

- 一、文化产业集群的内涵
- 二、文化产业的集群模式
- 三、文化产业集群形成条件
- 四、文化产业的可持续发展

第二节 中国重点省市文化产业运营分析

一、北京市文化产业运营分析

- 1、北京市文化产业发展分析
- 2、北京市文化产业基地建设情况
- 3、北京市重点文化产业基地运营分析

二、上海市文化产业运营分析

- 1、上海市文化产业发展分析
- 2、上海市文化产业基地建设情况
- 3、上海市重点文化产业基地运营分析

三、广东省文化产业运营分析

- 1、广东省文化产业发展分析
- 2、广东省文化产业基地建设情况
- 3、广东省重点文化产业基地运营分析

四、山东省文化产业运营分析

- 1、山东省文化产业发展分析
- 2、山东省文化产业基地建设情况
- 3、山东省重点文化产业基地运营分析

五、浙江省文化产业运营分析

- 1、浙江省文化产业发展分析
- 2、浙江省文化产业基地建设情况
- 3、浙江省重点文化产业基地运营分析

第十三章 2018年文化产业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、文化产业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
 - 2、潜在进入者分析
 - 3、替代品威胁分析
 - 4、供应商议价能力
 - 5、客户议价能力
 - 6、竞争结构特点总结
- #### 二、文化产业企业间竞争格局分析
- #### 三、文化产业集中度分析
- #### 四、文化产业SWOT分析

- 1、文化产业优势分析
- 2、文化产业劣势分析
- 3、文化产业机会分析
- 4、文化产业威胁分析

第二节 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
 - 3、人力资源比较

- 4、资金实力比较
- 5、技术实力比较
- 三、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
- 四、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
- 五、中国文化产业竞争力提升建议

第十四章 2018年文化产业领先企业经营形势分析

第一节 中国文化产业企业总体发展状况分析

- 一、文化产业企业主要类型
- 二、文化产业企业资本运作分析
- 三、文化产业企业创新及品牌建设
- 四、文化产业企业国际竞争力分析

第二节 中国领先旅游企业经营形势分析

- 一、深圳华侨城控股股份有限公司
 - 1、企业概况
 - 2、企业经营分析
 - 3、企业经营策略和发展战略
- 二、华谊兄弟传媒股份有限公司
 - 1、企业概况
 - 2、企业经营分析
 - 3、企业经营策略和发展战略
- 三、杭州宋城旅游发展股份有限公司
 - 1、企业概况
 - 2、企业经营分析
 - 3、企业经营策略和发展战略
- 四、江苏凤凰出版传媒股份有限公司
 - 1、企业概况
 - 2、企业经营分析
 - 3、企业经营策略和发展战略

五、北京演艺集团有限责任公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业经营策略和发展战略

六、上海东方传媒集团有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业经营策略和发展战略

七、中国对外文化集团公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业经营策略和发展战略

八、北京光线传媒股份有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业经营策略和发展战略

九、完美世界（北京）网络技术有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业经营策略和发展战略

十、深圳华强文化科技集团股份有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业经营策略和发展战略

十一、百视通新媒体股份有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业经营策略和发展战略

十二、乐视网信息技术（北京）股份有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业经营策略和发展战略

十三、北京万达文化产业集团有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析

3、企业经营策略和发展战略

十四、湖南电广传媒股份有限公司

1、企业概况

2、企业经营分析

3、企业经营策略和发展战略

第十五章 "十三五"时期文化产业倍增计划

第一节 背景介绍

第二节 指导思想

一、指导思想

二、发展思路

三、主要目标

第三节 主要任务

一、培育壮大市场主体

二、转变文化产业发展方式

三、优化文化产业布局

四、加强文化产品创作生产的引导

五、扩大文化消费

六、推进文化科技创新

七、实施重大项目带动战略

八、健全投融资体系

第四节 保障措施

一、加大政府投入力度

二、完善政策法规体系

三、深化文化体制改革

四、规范文化市场秩序

五、加强产业公共服务

六、加强组织实施

第五节 重点行业

一、演艺业

二、娱乐业

三、动漫业

四、游戏业

五、文化旅游业

六、艺术品业

- 七、工艺美术业
- 八、文化会展业
- 九、创意设计业
- 十、网络文化业
- 十一、数字文化服务业

第十六章 2018年文化产业投资分析

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
- 三、文化产业盈利模式分析

第二节 2018年文化产业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 二、不利因素

第三节 2018年文化产业投资价值评估分析

- 一、行业投资效益分析
- 二、产业发展的空白点分析
- 三、投资回报率比较高的投资方向
- 四、新进入者应注意的障碍因素

第四节 2018年文化产业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、文化产业投资机遇

第五节 2018年文化产业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、其他风险及防范

第六节 中国文化产业投资建议

- 一、文化产业未来发展方向
- 二、文化产业主要投资建议
- 三、中国文化产业企业融资分析

第十七章 2018年文化产业面临的困境及对策

第一节 2018年文化产业面临的困境

- 一、中国文化产业发展的主要困境
- 二、中国文化企业面临的发展困境
- 三、细分文化产业困境产生背景

第二节 中国文化产业存在的问题及对策

一、中国文化产业存在的问题

- 1、结构性矛盾突出
- 2、对文化产业的认知不足
- 3、核心竞争力不足
- 4、文化产业市场占有率偏低

二、文化产业发展的建议对策

第三节 中国文化产业市场发展面临的挑战与对策

- 一、中国文化产业市场发展面临的挑战
- 二、推进文化产业发展的对策

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/314973314973.html>