

中国文化创意行业现状深度研究与发展前景预测报告（2022-2029年）

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《中国文化创意行业现状深度研究与发展前景预测报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202204/590964.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、行业综述

文化创意是以文化为元素、融合多元载体而构建的再造与创新的文化现象。文化创意产业是指在经济全球化背景下产生的以创造力为核心的新兴产业，强调的是主体文化或文化因素依靠人通过技术、创意和产业化的方式开发、营销知识产权的行业，因此文创行业的主要特征是知识集聚性、深度融合性、高附加值性。

文化创意行业主要特征

特征

内容

知识集聚性

文创产品以创意设计为核心，是人的知识、智慧和灵感在特定领域的物化表现，人才和技术构成了产业发展的基石和动力

深度融合性

是经济、文化、科技、教育等各个领域深度融合发展的产物，具有高融合性、强渗透性和广泛辐射力，能带动关联产业，还可以渗透、辐射、影响到社会各层面

高附加值性

技术创新和研发属于产业价值链的高端环节，其以创意设计为核心，赋予文化创意产品更高的艺术价值

资料来源：观研天下整理

根据《北京市文化创意产业分类标准》，可将文创产业分为文化艺术；新闻出版；广播、电视、电影；软件、网络及计算机服务；广告会展；艺术品交易；设计服务；旅游、休闲娱乐和其他辅助服务九大类。

文创产业分类

类别

具体类目

文化艺术

文艺创作表演、文化保护和设施服务等

新闻出版

新闻服务、书报刊出版发行、音像及电子出版物出版发行等

广播、电视、电影

广播电视服务和运输、电影服务

软件、网络及计算机服务

软件服务、网络服务、计算机服务

广告会展

广告服务、会展服务

艺术品交易

艺术品拍卖服务、工艺品销售

设计服务

建筑设计、城市规划等

旅游、休闲娱乐

旅游服务、休闲娱乐服务

其他辅助服务

文化用品、设备及相关文化产品的生产、文化商务服务等

资料来源：观研天下整理

二、市场现状

1、利好政策密集出台

文创产业是文化、科技和经济高度融合的新兴产业形态，国家为营造良好的文创产业生态和发展氛围，相继制定出台《关于促进老字号创新发展的意见》、《“十四五”旅游业发展规划》、《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》、《关于推进旅游商品创意提升工作的通知》等一系列政策措施，明确文创产业发展方向和重点，从资金、税收、贸易、人才培养等方面，积极推动文化创意设计、现代科技和工艺装备的有机结合，实现社会效应和经济效应的有效统一。

我国文创行业产业相关政策

发布时间

政策名称

要点

2022年3月

《关于促进老字号创新发展的意见》

支持举办老字号文化创意活动，创作富含时尚元素、符合国潮消费需求的作品，延伸品牌价值；鼓励老字号企业联合有关机构运用先进适用技术创新传统工艺，开发文化创意产品

2022年1月

《“十四五”旅游业发展规划》

提出“以文塑旅、以旅彰文”的重要原则和“把文化内涵融入旅游业发展全过程”的高要求。打造文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区、建设富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区、推进国家文化公园建设

2021年7月

《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》

积极支持运用新技术新工具赋能外贸发展，促进中小微企业借船出海，带动国内品牌、双创产品拓展国际市场空间

2021年7月

《关于推进旅游商品创意提升工作的通知》

鼓励各级文化文物单位、旅游景区、旅游度假区、乡村旅游重点村镇等不同类型开发主体发挥自身优势，积极探索自主研发、合作开发、品牌授权等多种模式，引入竞争机制，吸引更多社会力量参与旅游商品开发经营，提升市场整体活力

2021年6月

《关于化市场综合行政执法有关事项的通知》

切实加强对文化市场综合行政执法领域行政处罚和行政强制事项的源头治理；按公开透明高效原则和履职需要，编制统一的文化市场综合行政执法工作规程和操作手册

2021年3月

《“十四五规划”纲要》

明确将“建成文化强国；国民素质和社会文明程度达到新高度；国家文化软实力显著增强

2020年11月

《关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》

明确提出到2035年建成文化强国，创新实施文艺作品质量提升和文化惠民工程；加强国家重大文化设施和文化项目建设，加强优秀传统手工艺保护和传承，健全现代文化产业体系

2020年7月

《关于提升大众创业万众创新示范基地带动作用进一步促改革稳就业强动能的实施意见》

做强开放创业孵化载体，搭建多双边创业合作平台，支持双创示范基地深化商事制度改革

2019年12月

《中华人民共和国文化产业促进法》

鼓励文化创作创新，积极推动创意设计服务业发展，丰富创意设计化内涵，推动手工技艺与现代科技、工艺装备、创意设计的有机融合

2019年8月

《关于进一步激发文化和旅游消费的意见》

拓展文化和旅游消费信贷业务，鼓励把文化消费嵌入各类消费场所，鼓励建设集合文创商店、特色书店、小剧场等多种业态的消费集聚地，促进文化、旅游与现代技术相互融合

2019年2月

《关于培育发展都市圈的指导意见》

加快推动中心城市集聚创新要素、提升经济密度、增强高端服务功能，以科技研发、工业设计、金融服务、文化创意、商务会展等重点发展生产性服务业，推动服务业与制造业深度融合

2018年12月

《进一步支持文化企业发展两个规定的通知》

创新文化产业发展专项资金投入方式，落实和完善有利于文化内容创意生产、非物质文化遗产项目经营的税收优惠政策，加大对国家文化出口重点企业和项目扶持力度，加强国家文化出口基地建设；鼓励和引导社会资本以多种形式投资文化产业

2018年9月

《关于推动创新创业高质量发展打造“双创”升级版的意见》

增强创新型企业引领带动作用，推动高校科研院所创新创业深度融合，搭建大中小企业融通发展平台，完善“互联网+”创新创业服务体系；打造具有全球影响力的科技创新策源地，培育创新创业集聚区，发挥“双创”示范基地引导示范作用，推进创新创业国际合作

资料来源：观研天下整理

2、文创是经济发展的强劲内核

国家文创实验区是文创设计、艺术品交易、文化贸易等文化产业发展探索示范区，实验区指数是其文化产业创新发展的风向标，引领全国文化产业发展风向。实验区指数指标体系包括环境支撑、创新驱动、产业发展、协同开放4个一级指标，2020年文化环境支撑、文化创新驱动、文化产业发展、文化协同开放四个正向指数分别为257.1、370.2、119.9、232.6；其中创新驱动指标排名第一且涨幅最明显为16.1，说明创新创业赋能文化产业已取得显著发展成效，具有良好的可持续发展前景。

数据来源：公开资料整理

2021年我国坚持以创新驱动助力文化创意产业改革升级，当前文化创意产品和服务逐渐丰富多元化，文创产业不断繁荣发展，是我国经济强劲内核。数据显示2021年我国规模以上文化及相关产业营收首次突破十万亿元，比上年增长了20.9%；文化产业增加值由2017年的3.47万亿元增至2020年的4.50万亿元。

数据来源：国家统计局

数据来源：国家统计局

3、文化创意设计服务地位上升

文化创意设计服务是文化及相关产业的细分类别之一，也是文创产业的直接相关领域。从文化创意设计服务来看，近四年文化创意设计服务营收整体增长。2021年营收规模达到19565亿元，比上年同期增长16.6%，增速为近几年最高，高于2018年的16.5%。同时规模以上文化创意设计服务规模占文化市场规模的比例也在增加，2021年占比16.4%，比上年的比重增加了0.6%，反映了我国文化创意设计服务在整个文化产业中地位不断上升。

数据来源：国家统计局

数据来源：国家统计局

4、文创相关企业大幅增加

在政策利好的环境局势下，大量企业纷纷落户于文创市场，文创相关企业大幅增加。2021年新增相关企业年度注册量首次破万为11464家，比上年同比增长56.0%；其中新增企业中有8371家注册资本在100万以下，企业数量占比达73%。

数据来源：观研天下整理（PY）

5、文创跨界融合联动

为使文化适应当前市场变化和贴近民众生活，全国各地将文创融合其他产业多元发展，彼此间相互赋能，不仅夯实当代人传统文化自信，也丰富文创产品数量和产业内容，实现文创产品文化与产业的双重价值，以拉动文化消费增长。其中文创跨界融合产业形式有“文创+科技”、“文创+时尚”、“文创+工业”、“文创+游戏”……故宫的“瑞兽雪糕”、《王者荣耀》游戏中的潍坊风筝等都是具体的跨界融合文创产品。随着文创的不断普及，其应用场景越来越广泛。

文创跨界融合产业形式

形式

具体表现

文创+科技

云计算创意园、科技创意集群

文创+地产

园区、街区、社区、社群集合

文创+时尚

美妆、服饰、时尚链条化

文创+体育

体育产品设计及产业模式开发

文创+工业

工业艺术品、工业文创流

文创+电商

线上门店、商文艺

资料来源：观研天下整理

三、总结

我国文创产业在政府扶持与引导下，以市场需求为导向，文化资源为依托，呈现出生机勃勃的发展势头。当前文创产业体系不断健全，文创产品供给质量稳步提升，其产业规模有望持续发展壮大。

观研报告网发布的《中国文化创意行业现状深度研究与发展前景预测报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国文化创意行业发展概述

第一节 文化创意行业发展情况概述

一、文化创意行业相关定义

二、文化创意特点分析

三、文化创意行业基本情况介绍

四、文化创意行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、文化创意行业需求主体分析

第二节 中国文化创意行业生命周期分析

一、文化创意行业生命周期理论概述

二、文化创意行业所属的生命周期分析

第三节 文化创意行业经济指标分析

一、文化创意行业的赢利性分析

二、文化创意行业的经济周期分析

三、文化创意行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球文化创意行业市场发展现状分析

第一节 全球文化创意行业发展历程回顾

第二节 全球文化创意行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲文化创意行业地区市场分析

一、亚洲文化创意行业市场现状分析

二、亚洲文化创意行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲文化创意行业市场前景分析

第四节 北美文化创意行业地区市场分析

一、北美文化创意行业市场现状分析

二、北美文化创意行业市场规模与市场需求分析

三、北美文化创意行业市场前景分析

第五节 欧洲文化创意行业地区市场分析

一、欧洲文化创意行业市场现状分析

二、欧洲文化创意行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲文化创意行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界文化创意行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球文化创意行业市场规模预测

第三章 中国文化创意行业产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

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 我国宏观经济环境对文化创意行业的影响分析

第三节 中国文化创意行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对文化创意行业的影响分析

第五节 中国文化创意行业产业社会环境分析

第四章 中国文化创意行业运行情况

第一节 中国文化创意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 中国文化创意行业市场规模分析

一、影响中国文化创意行业市场规模的因素

二、中国文化创意行业市场规模

三、中国文化创意行业市场规模解析

第三节中国文化创意行业供应情况分析

一、中国文化创意行业供应规模

二、中国文化创意行业供应特点

第四节中国文化创意行业需求情况分析

一、中国文化创意行业需求规模

二、中国文化创意行业需求特点

第五节中国文化创意行业供需平衡分析

第五章 中国文化创意行业产业链和细分市场分析

第一节中国文化创意行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、文化创意行业产业链图解

第二节中国文化创意行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对文化创意行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对文化创意行业的影响分析

第三节我国文化创意行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国文化创意行业市场竞争分析

第一节中国文化创意行业竞争现状分析

一、中国文化创意行业竞争格局分析

二、中国文化创意行业主要品牌分析

第二节中国文化创意行业集中度分析

一、中国文化创意行业市场集中度影响因素分析

二、中国文化创意行业市场集中度分析

第三节中国文化创意行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国文化创意行业模型分析

第一节中国文化创意行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国文化创意行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国文化创意行业SWOT分析结论

第三节中国文化创意行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国文化创意行业需求特点与动态分析

第一节中国文化创意行业市场动态情况

第二节中国文化创意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

第三节文化创意行业成本结构分析

第四节文化创意行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节中国文化创意行业价格现状分析

第六节中国文化创意行业平均价格走势预测

一、中国文化创意行业平均价格趋势分析

二、中国文化创意行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国文化创意行业所属行业运行数据监测

第一节中国文化创意行业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

第二节中国文化创意行业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

第三节中国文化创意行业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

第十章 2018-2022年中国文化创意行业区域市场现状分析

第一节中国文化创意行业区域市场规模分析

一、影响文化创意行业区域市场分布的因素

二、中国文化创意行业区域市场分布

第二节中国华东地区文化创意行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区文化创意行业市场分析

（1）华东地区文化创意行业市场规模

（2）华南地区文化创意行业市场现状

（3）华东地区文化创意行业市场规模预测

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、华中地区文化创意行业市场分析

- (1) 华中地区文化创意行业市场规模
- (2) 华中地区文化创意行业市场现状
- (3) 华中地区文化创意行业市场规模预测

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、华南地区文化创意行业市场分析
 - (1) 华南地区文化创意行业市场规模
 - (2) 华南地区文化创意行业市场现状
 - (3) 华南地区文化创意行业市场规模预测

第五节华北地区文化创意行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区文化创意行业市场分析
 - (1) 华北地区文化创意行业市场规模
 - (2) 华北地区文化创意行业市场现状
 - (3) 华北地区文化创意行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区文化创意行业市场分析
 - (1) 东北地区文化创意行业市场规模
 - (2) 东北地区文化创意行业市场现状
 - (3) 东北地区文化创意行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区文化创意行业市场分析
 - (1) 西南地区文化创意行业市场规模
 - (2) 西南地区文化创意行业市场现状
 - (3) 西南地区文化创意行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析

三、西北地区文化创意行业市场分析

- (1) 西北地区文化创意行业市场规模
- (2) 西北地区文化创意行业市场现状
- (3) 西北地区文化创意行业市场规模预测

第十一章 文化创意行业企业分析（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、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国文化创意行业发展前景分析与预测

第一节中国文化创意行业未来发展前景分析

一、文化创意行业国内投资环境分析

二、中国文化创意行业市场机会分析

三、中国文化创意行业投资增速预测

第二节中国文化创意行业未来发展趋势预测

第三节中国文化创意行业规模发展预测

一、中国文化创意行业市场规模预测

二、中国文化创意行业市场规模增速预测

三、中国文化创意行业产值规模预测

四、中国文化创意行业产值增速预测

五、中国文化创意行业供需情况预测

第四节中国文化创意行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国文化创意行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国文化创意行业进入壁垒分析

一、文化创意行业资金壁垒分析

二、文化创意行业技术壁垒分析

三、文化创意行业人才壁垒分析

四、文化创意行业品牌壁垒分析

五、文化创意行业其他壁垒分析

第二节文化创意行业风险分析

一、文化创意行业宏观环境风险

二、文化创意行业技术风险

三、文化创意行业竞争风险

四、文化创意行业其他风险

第三节中国文化创意行业存在的问题

第四节中国文化创意行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国文化创意行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国文化创意行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国文化创意行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 文化创意行业营销策略分析

一、文化创意行业产品策略

二、文化创意行业定价策略

三、文化创意行业渠道策略

四、文化创意行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202204/590964.html>