

2018年中国文化行业分析报告- 市场运营态势与投资前景预测

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《2018年中国文化行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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/314966314966.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

近年来，在国家文化产业政策的积极引导和文化体制改革的大力推动下，我国文化产业已经由探索、起步的初级阶段，开始步入高速发展的新时期。文化产业具有产业关联度大、带动性强的特点，可以和其他产业融合发展，促进我国产业结构的升级发展。中国文化企业是文化产业的经营主体，中国文化企业“走出去”，不仅可以通过将更多的文化产品和文化服务销往海外获得经济利益，还将在“走出去”的过程中增加与外国文化企业的交流与合作，学习先进的发展经验，从而有助于企业自身的发展，推动我国文化产业的发展，并有利于促进我国产业结构的升级发展。

自2013年起，我国政府陆续出台政策引导、财政支持、税收减免及奖励补贴等政策来鼓励文化企业进行海外投资，通过并购重组以及设立分支机构等方式来扩大海外经营。至2014年10月，国内文化企业海外投资范围从亚洲地区逐渐扩大到北美及欧洲等文化产业发达地区，涉及领域也从早期的互联网和网络游戏行业向出版、广告传媒、影视、社交及旅游等行业扩展，投资金额也逐步增加。当然，我们还应注意到我国文化产业科技与文化融合还有欠缺，文化产品内容创意水平还有待提高。通过增强我国文化企业原创力、提升文化产业资源创意开发能力，以及提高文化产品创新能力，来增强我国文化企业海外竞争软实力还有一段路要走。

一、文化产业海外投资政策环境

随着以国务院、文化部及商务部等为主体的国家主管部门发布一系列支持文化产业海外投资发展的政策文件，我国文化产业企业海外发展更加积极，其前景也得到了更大的保障。进行海外投资的文化企业的行业分布更加广泛，产品和服务也更加丰富和多样，海外投资版图也持续快速扩大。

（一）政策扶持和财政减免

2014年3月，《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》发布，该意见提出“支持有条件的企业‘走出去’，扩大产品和服务出口，通过海外并购、联合经营、设立分支机构等方式积极开拓国际市场”。

2014年3月，《国务院关于加快发展对外文化贸易的意见》提出，“着力培育外向型文化企业，鼓励各类文化企业从事对外文化贸易业务，到境外开拓市场”并“扩大文化产品和服务出口，加大文化领域对外投资”，同时“鼓励各类企业通过新设、收购、合作等方式，在境外开展文化领域投资合作”来提高文化产品质量，提升文化企业的竞争软实力。

2014年3月，文化部、中国人民银行及财政部联合下发《关于深入推进文化金融合作的意见》，该意见特别指出要“开发推广适合对外文化贸易特点的金融产品及服务”，“积极支持文化企业海外并购、境外投资，推进文化贸易投资的外汇管理和结算便利化”，同时要求地方政府和各金融机构“积极发挥文化金融在自由贸易区、丝绸之路经济带、海上丝绸之路等建设中的作用”，引导文化企业快速发展并鼓励文化企业走向海外。

文化部、财政部联合工信部在2014年8月相继出台了《关于大力支持小微文化企业发展的实施意见》和《关于推动特色文化产业发展的指导意见》，要求各级地方文化及金融部门支持文化企业发展，健全体系规划，并在国家“十二五”规划纲要的基础上推进文化产业发展，同时鼓励有条件的文化企业“在境外开展项目推介、产品展销、投资合作，扶持特色文化精品进入国际市场”。并要求文化金融机构“协助特色文化企业了解和分析境外文化市场动态，拓展境外营销网络和渠道”。

（二）项目补贴和奖励

为鼓励和支持我国文化企业参与国际竞争，扩大文化产品和服务出口，推动中华文化“走出去”，2014年5月，商务部、中宣部、财政部、文化部和新闻出版广电总局共同认定了《2013 - 2014年度国家文化出口重点企业和重点项目目录》，对符合国家政策和财政支持的企业和项目提供运营保障。

其中认定了重点企业366家，企业主要集中在北上广和江苏、浙江、安徽等省市，主要涉及出版和影视行业。重点项目123项，项目主要涉及出版、影视和传媒等行业，投资地区涵盖北美、西欧、北欧和东南亚等地区。被认定企业和项目不但可享受国家财政和税收补贴、企业以及项目的知名度和资质的认定，其在海外的投资和项目也能实施得更加容易，同时政府对文化企业海外投资的肯定，也能极大地调动文化企业海外投资的积极性。

二、国内文化企业海外投资

近年来，我国政府非常重视文化产业的发展，产业政策实施积极有效，文化产业企业的管理水平不断提升，经营规模也日渐扩大。在全球文化产业大发展以及中国积极引导文化企业“走出去”的背景下，国内文化产业企业经营者更加积极地在不同地区的不同领域寻求投资和发展机会，以增强竞争优势，国内文化企业海外投资越来越常态化。

进入2013年后，国内文化企业受国家政策的引导和国外文化产业扶持政策的吸引，海外投资的数量和金额大幅度提高，投资地域也逐渐扩大，国内文化企业的海外影响力也逐渐增强。以下按照投资的资本使用意向和投资标的的行为，将国内文化企业海外投资事件分为股权投资事件、海外并购事件和海外投资项目（海外分支机构）三项分别进行分析。

。

（一）股权投资事件

随着国内文化企业实力的增长和管理水平的提升，国内文化企业开始主动寻找海外投资机会来增强企业在海外的影响并有效增强自身竞争力，涉及的投资金额也越来越大。同时，基于国家政策和财政的有力支持，国内文化企业海外投资的信心和积极性都得到了很大的提升，海外投资的利益也获得了国家有力的保障。

1. 股权投资积极性提升

2013 ~ 2014年，国内文化企业在海外进行股权投资事件51起，涉及金额40.76亿美元，标的方主要涉及软件网络及计算机服务领域、游戏动漫领域、SNS社交领域、教育培训领域及文化产业外的其他领域。投资方主要以阿里巴巴、腾讯及百度等互联网企业为代表

。

（1）主要投向软件网络及计算机服务业

投资软件网络及计算机服务业的事件数最多，有15起，涉及金额45520万美元，投资方主要是阿里巴巴、腾讯和百度，而网信金融和奇虎360等稍小型的互联网企业也开始走向海外。其中复兴资本投资东南亚的移动互联网企业MaInSPrInG，是复星昆仲第一家海外TMT投资项目。在平台方面，MaInSPrInG拥有印尼最大的安卓下载及攻略网站；在游戏方面，它引入了多款经中国等市场充分验证的游戏产品，MaInSPrInG很有机会成为东南亚地区最具影响力的移动互联网服务平台。

表：2013～2014年投资软件网络及计算机服务业事件一览

（2）阿里巴巴主导的电子商务领域也是投资重点

投资电子商务领域的事件有6起，投资方以阿里巴巴为主导，阿里巴巴以电子商务起家，一直致力于更加快捷高效的电子商务服务，2014年9月，阿里巴巴在美国纽交所成功上市，预计其在美国及更广阔的海外地区还将有后续的投资计划。

表：2013～2014年投资电子商务领域事件一览

（3）文化艺术及相关服务等领域投资看涨

投资游戏动漫领域事件8起，SNS社交网络领域事件5起，教育培训领域事件2起，旅游休闲服务领域、广告会展领域和广播电影电视领域事件各1起，共涉及金额146080万美元。其中游戏动漫领域和SNS社交网络领域事件最多，投资方主要为腾讯，腾讯是中国最早起步的互联网社交应用企业，也是目前中国最大的网络游戏服务提供商，腾讯近年来一直积极努力拓展海外市场，最早是投资韩国、日本和东南亚周边的一些游戏企业，目前也逐渐向美国等北美和欧洲地区发展。

教育培训领域的海外投资是众多股权投资中的一个亮点，中国的教育发展及西方教育发展之间一直被认为有一定的差距。2014年10月，好未来领衔中国投资财团与美国硅谷著名的BEnCHmark资本共同投资美国MInErVa大学，其中好未来单方出资1800万美元，好未来十分看重MInErVa在独特的教学方法与互联网结合方面的创新型实践，此次与MInErVa达成战略投资协议，搭建一座中美教育衔接的新桥梁，将为中国的优秀学生提供极其前沿创新的学习视角。如今，全世界范围内教育行业正迎来前所未有的大变革，科技、互联网与教育的结合如火如荼，未来教育行业定会在全世界范围内共享资源和创新，并得到更加迅速的发展。

表：2013～2014年投资文化艺术及相关服务等领域事件一览

（4）文化产业外的其他领域的投资更加丰富

投资于文化产业外的其他行业的国内文化企业以阿里巴巴、奇虎360和百度这些互联网企业为主，投资的领域也基本与其本身的业务领域相关或者具有产业业务延伸功能。像阿里巴巴投资美国的PEEL、LYft和SinGPOST，都与本身电子商务主营业务相关，特别是阿里巴巴在美国上市之后，并购这些企业有助于未来阿里巴巴在海外展开业务，而以阿里

巴巴作为大股东的“去哪儿”并购GraBTaxi 也是对旅游相关业务的产业链的延伸。

表：2013 ~ 2014年投资文化产业外的其他领域事件一览

2. 投资领域和投资金额定位密集

2013 ~ 2014年，共收集国内文化企业51起海外股权投资事件。

2013年发生事件13起，涉及金额约9.16亿美元；2014年发生事件38起，涉及金额约31.6亿美元。2014年与2013年相比，投资事件数增加了25起，投资总额增加了22.44亿美元，单个事件平均投资额变化不明显。

在51起股权投资事件中，标的方涉及软件网络及计算机服务领域、游戏动漫领域、SNS社交领域、教育培训领域及文化产业外的其他领域等9大板块。其中软件网络及计算机服务领域事件数最多，为15起，占事件总数的29%，然后依次是游戏动漫领域8起（占16%），电子商务领域6起（占12%），SNS社交网络领域5起（占10%），教育培训领域2起（占4%），广播电影电视领域、广告会展领域和旅游休闲服务领域各1起（各占2%），另外文化产业外的其他领域有12起（占23%）。

图：2012年、2013年与2014年股权投资事件及规模对比

图：股权投资事件涉及领域事件数占比分布示意

51起投资事件所涉领域中，游戏动漫领域8起事件涉及金额77800万美元，排在首位；电子商务领域6起事件涉及金额66100万美元，排在第二位；而事件数最多的软件网络及计算机服务领域15起事件涉及金额45550万美元，排在第三位。涉及游戏动漫行业的投资事件数不是最多但投资金额最多，游戏动漫行业涉及的单体投资金额相对较大。

图：股权投资事件涉及领域投资金额示意

2013 ~ 2014年股权投资事件主要发生在美国，51起投资事件有33起在美国，占事件总数的65%；新加坡、英国和以色列各有3起事件；韩国和印度尼西亚各有2起事件；另外，巴西、俄罗斯、芬兰和日本等都有投资事件发生。

图：股权投资事件涉及地区个数及规模示意

3. 投资地域化明显

（1）美国的互联网及应用行业是主投

综合51起投资事件来看，美国是投资事件的主要发生地，51起投资事件有33起发生在美国。而标的方涉及的行业主要集中在游戏动漫、电子商务和软件网络及计算机服务等互联网周边行业。

美国是互联网起步最早，也是当今互联网发展程度最高的国家，互联网在美国的渗透率也极高，互联网与金融、社交、游戏、教育、文化等众多方面形成了很好的融合，美国人在互联网的基础上创造了一个又一个企业盈利模式的奇迹，也不断吸引着全球的关注。当年百度和腾讯的上市开启了中国互联网企业的爆炸式增长，中国庞大的用户基础始终吸引着众多投资者参与互联网的发展，作为互联网发展水平最高的美国，从管理体系到运营模式，一直是中国互联网企业模仿和学习的典范。中国互联网企业可以从标的方了解到更

深层次的市场模式和需求。2014年阿里巴巴在美国的上市带来了一波互联网海外投资的热潮。

（2）腾讯和阿里巴巴是主要投资者

参与51起海外投资的企业共有约20家，其中腾讯和阿里巴巴2家主导了27起投资事件。腾讯主要投资在社交、游戏和互联网行业；阿里巴巴主要投资在电子商务和互联网行业。

图：海外投资主要企业及涉及行业分布

腾讯是以交友软件为主体、游戏运营为主业的大型互联网企业，近年来积极拓展游戏运营业务，现已成为国内最大的游戏运营商。其投资主要定位于韩国的游戏企业和美国的社交行业企业，腾讯在国际上的投资一直都比较频繁，且多以游戏行业为主。

阿里巴巴是国内大型多元化互联网企业，旗下淘宝商城和支付宝是国内电子商务行业的典范，阿里巴巴一直致力于海外互联网和电子商务行业的投资，2014年阿里巴巴在纽约成功上市更提升了自身在海外市场的影响力。阿里巴巴主要围绕自身电子商务及互联网周边应用进行海外投资。

观研天下发布的《2018年中国文化行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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 文化市场行业相关基础概述

1.1 文化市场的定义及分类

1.1.1 文化市场的界定

1.1.2 文化市场的分类

1.1.3 文化市场的构成

1.2 文化市场的特征

- 1.2.1 文化产业的性质与结构
- 1.2.2 文化产业的领域和空间
- 1.2.3 文化产业的消费方式和生产方式
- 1.2.4 文化产业的发展样态与传播方式
- 1.2.5 文化产业的安全系数与收益
- 1.2.6 文化产业的经济价值及贡献
- 1.3 文化市场行业特点分析
 - 1.3.1 市场特点分析
 - 1.3.2 行业经济特性
 - 1.3.3 行业发展周期分析
 - 1.3.4 行业进入风险
 - 1.3.5 行业成熟度分析

第二章 2016-2017年中国文化市场行业市场发展环境分析

2.1 中国文化市场行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况

- 1、国民经济运行情况GDP
- 2、消费价格指数CPI、PPI
- 3、全国居民收入情况
- 4、恩格尔系数
- 5、工业发展形势
- 6、固定资产投资情况

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国文化市场行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境

- 1、行业主管部门
- 2、行业监管体制

2.2.2 行业政策分析

- 1、主要法律法规
- 2、相关发展规划

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国文化市场行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境

- 1、人口环境分析
- 2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、生态环境分析

5、中国城镇化率

6、居民的各种消费观念和习惯

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国文化市场行业知识产权环境分析

2.4.1 文化市场知识产权保护现状

1、中国文化知识产权专利数量

2、中国知识产权法律法规

2.4.2 文化市场知识产权保护的问题分析

1、知识产权意识不足

2、知识产权违法成本低廉

2.4.3 文化市场知识产权保护建议

2.4.4 企业加强知识产权保护策略

第三章 中国文化市场行业上、下游产业链分析

3.1 文化市场行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

3.1.2 文化市场行业产业链

3.2 文化市场行业主要上游产业发展分析

3.2.1 上游产业发展现状

3.2.2 上游产业供给分析

3.2.3 上游供给价格分析

3.2.4 主要供给企业分析

3.3 文化市场行业主要下游产业发展分析

3.3.1 下游产业发展现状

3.3.2 下游产业需求分析

3.3.3 下游产业企业竞争分析

3.3.4 最具有趋势预测的下游产业分析

第四章 国际文化市场行业市场发展分析

4.1 2016-2017年国际文化市场行业发展现状

4.1.1 国际文化市场行业发展现状

4.1.2 国际文化市场行业发展规模

4.1.3 国际文化市场主要技术水平

4.2 2016-2017年国际文化市场评估

4.2.1 国际文化市场特点

4.2.2 国际文化市场结构

4.2.3 国际文化市场规模

4.3 2016-2017年国际区域文化市场行业研究

4.3.1 欧洲

4.3.2 美国

4.3.3 日韩

4.4 2018年国际文化市场行业发展展望

4.4.1 国际文化市场行业发展趋势

4.4.2 国际文化市场行业规模预测

4.4.3 国际文化市场行业发展机会

第五章 2016-2017年中国文化市场行业发展概述

5.1 中国文化市场行业发展状况分析

5.1.1 中国文化市场行业发展阶段

5.1.2 中国文化市场行业发展总体概况

5.1.3 中国文化市场行业发展特点分析

5.2 2016-2017年文化市场行业发展现状

5.2.1 2016-2017年中国文化市场行业发展热点

5.2.2 2016-2017年中国文化市场行业发展现状

5.2.3 2016-2017年中国文化市场企业发展分析

5.3 2016-2017年中国文化体制改革分析

5.3.1 文化体制改革历程

5.3.2 文化体制改革重点

5.3.3 文化体制改革进展

5.3.4 产业改革存在问题

5.3.5 产业改革发展措施

5.4 中国文化市场行业发展问题及对策建议

5.4.1 中国文化市场行业发展制约因素

5.4.2 中国文化市场行业存在问题分析

5.4.3 中国文化市场行业发展对策建议

第六章 中国文化市场行业运行指标分析及预测

6.1 中国文化市场行业企业数量分析

- 6.1.1 2016-2017年中国文化市场行业企业数量情况
- 6.1.2 2016-2017年中国文化市场行业企业竞争结构
- 6.2 2016-2017年中国文化市场行业财务指标总体分析
 - 6.2.1 行业盈利能力分析
 - 6.2.2 行业偿债能力分析
 - 6.2.3 行业营运能力分析
 - 6.2.4 行业发展能力分析
- 6.3 中国文化市场行业市场规模分析及预测
 - 6.3.1 2016-2017年中国文化市场行业市场规模分析
 - 6.3.2 2018年中国文化市场行业市场规模预测
- 6.4 中国文化市场行业市场供需分析及预测
 - 6.4.1 中国文化市场行业市场供给分析
 - 1、2016-2017年中国文化市场行业供给规模分析
 - 2、2018年中国文化市场行业供给规模预测
 - 6.4.2 中国文化市场行业市场需求分析
 - 1、2016-2017年中国文化市场行业需求规模分析
 - 2、2018年中国文化市场行业需求规模预测

第七章 中国互联网+文化市场行业发展现状及前景

- 7.1 互联网给文化市场行业带来的冲击和变革分析
 - 7.1.1 互联网时代文化市场行业大环境变化分析
 - 7.1.2 互联网给文化市场行业带来的突破机遇分析
 - 7.1.3 互联网给文化市场行业带来的挑战分析
 - 7.1.4 互联网+文化市场行业融合创新机会分析
- 7.2 中国互联网+文化市场行业市场发展现状分析
 - 7.2.1 中国互联网+文化市场行业投资布局分析
 - 1、中国互联网+文化市场行业投资切入方式
 - 2、中国互联网+文化市场行业投资规模分析
 - 3、中国互联网+文化市场行业投资业务布局
 - 7.2.2 文化市场行业目标客户互联网渗透率分析
 - 7.2.3 中国互联网+文化市场行业市场规模分析
 - 7.2.4 中国互联网+文化市场行业竞争格局分析
 - 1、中国互联网+文化市场行业参与者结构
 - 2、中国互联网+文化市场行业竞争者类型
 - 3、中国互联网+文化市场行业市场占有率

7.3 中国互联网+文化市场行业市场趋势预测分析

7.3.1 中国互联网+文化市场行业市场增长动力分析

7.3.2 中国互联网+文化市场行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3 中国互联网+文化市场行业市场发展趋势分析

第八章 中国文化市场细分市场调研

8.1 2016-2017年中国广播影视业发展分析

8.1.1 广播影视产业发展综述

8.1.2 2016-2017年中国电视媒体产业分析

8.1.3 2016-2017年中国电影产业发展综述

8.1.4 2016-2017年中国电视剧市场发展概况

8.1.5 2016-2017年中国数字电视产业发展概况

8.1.6 广播影视产业发展的问题及策略

8.2 2016-2017年动漫产业发展分析

8.2.1 2016-2017年中国动漫产业发展总体分析

8.2.2 2016-2017年中国动漫市场发展特点

8.2.3 2016-2017年中国漫画产业分析

8.3 2016-2017年音像业发展分析

8.3.1 2016-2017年中国音像产业总体分析

8.3.2 2016-2017年中国音像出版业发展分析

8.3.3 2016-2017年中国数字音乐产业发展分析

8.4 文物保护与文物艺术品

8.4.1 中国文物艺术品拍卖市场规模

8.4.2 “十三五”文物事业发展规划

8.5 2016-2017年中国出版业发展分析

8.5.1 2016-2017年中国出版业发展现状分析

8.5.2 2016-2017年中国数字出版业发展分析

8.5.3 2016-2017年中国网络图书出版业发展分析

8.6 2016-2017年中国网络文化业发展分析

8.6.1 网络文化的基本概述

8.6.2 2016-2017年中国网络文化产业发展概况

8.6.3 2016-2017年中国网络游戏产业发展分析

8.6.4 2016-2017年中国网络文学产业发展分析

8.6.5 2016-2017年中国网络剧产业发展分析

8.7 2016-2017年文化创意产业发展分析

- 8.7.1 2016-2017年文化创意产业发展分析
- 8.7.2 2016-2017年中国文化创意产业园区发展分析
- 8.8 2016-2017年其他文化细分产业概况
 - 8.8.1 文化旅游业
 - 8.8.2 演出行业
 - 8.8.3 视听新媒体业
 - 8.8.4 培训业
 - 8.8.5 文玩市场

第九章 中国文化市场行业市场竞争格局分析

- 9.1 中国文化市场行业竞争格局分析
 - 9.1.1 文化市场行业区域分布格局
 - 9.1.2 文化市场行业企业规模格局
 - 9.1.3 文化市场行业企业性质格局
- 9.2 中国文化市场行业竞争五力分析
 - 9.2.1 文化市场行业上游议价能力
 - 9.2.2 文化市场行业下游议价能力
 - 9.2.3 文化市场行业新进入者威胁
 - 9.2.4 文化市场行业替代产品威胁
 - 9.2.5 文化市场行业现有企业竞争
- 9.3 中国文化市场行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 文化市场行业优势分析（S）
 - 9.3.2 文化市场行业劣势分析（W）
 - 9.3.3 文化市场行业机会分析（O）
 - 9.3.4 文化市场行业威胁分析（T）
- 9.4 中国文化市场行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1 投资兼并重组现状
 - 9.4.2 投资兼并重组案例

第十章 中国文化市场行业领先企业竞争力分析

- 10.1 中视传媒股份有限公司竞争力分析
 - 10.1.1 企业发展基本情况
 - 10.1.2 企业核心业务分析
 - 10.1.3 企业竞争优势分析
 - 10.1.4 企业经营状况分析

- 10.1.5 企业最新发展动态
- 10.1.6 企业投资前景分析
- 10.2 湖南电广传媒股份有限公司竞争力分析
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业核心业务分析
 - 10.2.3 企业竞争优势分析
 - 10.2.4 企业经营状况分析
 - 10.2.5 企业最新发展动态
 - 10.2.6 企业投资前景分析
- 10.3 江苏凤凰出版传媒股份有限公司竞争力分析
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业核心业务分析
 - 10.3.3 企业竞争优势分析
 - 10.3.4 企业经营状况分析
 - 10.3.5 企业最新发展动态
 - 10.3.6 企业投资前景分析
- 10.4 北京歌华有线电视网络股份有限公司竞争力分析
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业核心业务分析
 - 10.4.3 企业竞争优势分析
 - 10.4.4 企业经营状况分析
 - 10.4.5 企业最新发展动态
 - 10.4.6 企业投资前景分析
- 10.5 华谊兄弟传媒股份有限公司竞争力分析
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业核心业务分析
 - 10.5.3 企业竞争优势分析
 - 10.5.4 企业经营状况分析
 - 10.5.5 企业最新发展动态
 - 10.5.6 企业投资前景分析
- 10.6 浙江华策影视股份有限公司竞争力分析
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业核心业务分析
 - 10.6.3 企业竞争优势分析
 - 10.6.4 企业经营状况分析

- 10.6.5 企业最新发展动态
- 10.6.6 企业投资前景分析
- 10.7 北京华录百纳影视股份有限公司竞争力分析
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业核心业务分析
 - 10.7.3 企业竞争优势分析
 - 10.7.4 企业经营状况分析
 - 10.7.5 企业最新发展动态
 - 10.7.6 企业投资前景分析
- 10.8 宋城演艺发展股份有限公司竞争力分析
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业核心业务分析
 - 10.8.3 企业竞争优势分析
 - 10.8.4 企业经营状况分析
 - 10.8.5 企业最新发展动态
 - 10.8.6 企业投资前景分析
- 10.9 奥飞娱乐股份有限公司竞争力分析
 - 10.9.1 企业发展基本情况
 - 10.9.2 企业核心业务分析
 - 10.9.3 企业竞争优势分析
 - 10.9.4 企业经营状况分析
 - 10.9.5 企业最新发展动态
 - 10.9.6 企业投资前景分析
- 10.10 分众传媒(中国)控股有限公司竞争力分析
 - 10.10.1 企业发展基本情况
 - 10.10.2 企业核心业务分析
 - 10.10.3 企业竞争优势分析
 - 10.10.4 企业经营状况分析
 - 10.10.5 企业最新发展动态
 - 10.10.6 企业投资前景分析

第十一章 2018年中国文化市场行业发展趋势与投资机会研究

- 11.1 2018年中国文化市场行业市场发展潜力分析
 - 11.1.1 中国文化市场行业市场空间分析
 - 11.1.2 中国文化市场行业竞争格局变化

- 11.1.3 中国文化市场行业互联网+前景
- 11.2 2018年中国文化市场行业发展趋势分析
 - 11.2.1 中国文化市场行业品牌格局趋势
 - 11.2.2 中国文化市场行业渠道分布趋势
 - 11.2.3 中国文化市场行业市场趋势分析
- 11.3 2018年中国文化市场行业投资机会与建议
 - 11.3.1 中国文化市场行业行业前景调研展望
 - 11.3.2 中国文化市场行业投资机会分析
 - 11.3.3 中国文化市场行业投资建议

第十二章 2018年中国文化市场行业投资分析与风险规避

- 12.1 中国文化市场行业关键成功要素分析
- 12.2 中国文化市场行业投资壁垒分析
- 12.3 中国文化市场行业投资前景与规避
 - 12.3.1 宏观经济风险与规避
 - 12.3.2 行业政策风险与规避
 - 12.3.3 上游市场风险与规避
 - 12.3.4 市场竞争风险与规避
 - 12.3.5 技术风险分析与规避
 - 12.3.6 下游需求风险与规避
- 12.4 中国文化市场行业融资渠道与策略
 - 12.4.1 文化市场行业融资渠道分析
 - 12.4.2 文化市场行业融资策略分析

第十三章 2018年中国文化市场行业盈利模式与投资规划建议规划分析

- 13.1 国外文化市场行业投资现状及经营模式分析
 - 13.1.1 境外文化市场行业成长情况调查
 - 13.1.2 经营模式借鉴
 - 13.1.3 国外投资新趋势动向
- 13.2 中国文化市场行业新兴商业模式探讨
 - 13.2.1 行业主要商业模式
 - 13.2.2 新媒体
 - 13.2.3 大数据
 - 13.2.4 内容制作
- 13.3 中国文化市场行业投资投资前景规划

- 13.3.1 战略优势分析
- 13.3.2 战略机遇分析
- 13.3.3 战略规划目标
- 13.3.4 战略措施分析
- 13.4 最优投资路径设计
 - 13.4.1 投资对象
 - 13.4.2 投资模式
 - 13.4.3 预期财务状况分析
 - 13.4.4 风险资本退出方式

第十四章 研究结论及建议

- 14.1 研究结论
- 14.2 建议
 - 14.2.1 行业投资策略建议
 - 14.2.2 行业投资方向建议
 - 14.2.3 行业投资方式建议

图表目录

- 图表：文化市场行业特点
- 图表：文化市场行业生命周期
- 图表：文化市场行业产业链分析
- 图表：中国GDP增长情况
- 图表：中国CPI增长情况
- 图表：中国人口数量及其构成
- 图表：中国工业增加值及其增长速度
- 图表：中国城镇居民可支配收入情况
- 图表：构成文化产业的三个层次
- 图表：2017年动漫期刊市场占有率分布图
- 图表：2016-2017年动漫期刊销售指数
- 图表：2017年中国漫画用户观看漫画的终端
- 图表：2017年中国漫画用户对漫画作品的看重因素
- 图表：2016-2017年全球录制音乐行业收入
- 图表：2017年平均期印数排名前位的报纸
- 图表：对外版权贸易总量规模
- 图表：全国出版物对外贸易情况

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/314966314966.html>