

2018年中国文化行业分析报告- 市场深度调研与发展前景研究

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-市场深度调研与发展前景研究》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/314970314970.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）海外并购事件

近年来，我国文化企业管理水平稳步提高，经营规模也逐渐扩大，在国家政策和财政的有力支持下，越来越多的文化企业走出国门，并购海外企业并参与其管理，学习先进的管理知识，了解国外企业的经营状况和策略，更加深入地贴近海外用户，结合中外差异来完善自身的管理和发展体系，打通国际市场，并提升自身的海外营销能力。

1. 海外并购事件增多，规模持续扩大

2013 ~ 2014年，共收集到来自阿里巴巴、华谊兄弟、腾讯、百度及搜狐等21家国内文化企业海外并购事件25起，并购金额约39亿美元。标的方企业涉及游戏动漫、广播电影电视、广告会展、软件网络及计算机服务和新闻出版以及文化产业外的其他行业等9个板块，并购地区涵盖了美国、韩国、日本、新加坡、英国及澳大利亚等10个国家和地区。

表：2013 ~ 2014年国内文化企业海外并购事件一览

2. 海外并购的领域和地域跨度大

2013 ~ 2014年，共收集国内文化企业海外并购事件25起，其中2013年5起，并购金额28599万美元，约2.9亿美元；2014年20起，并购金额365781万美元，约36.6亿美元，是2013年的10多倍。2013年单起并购金额5720万美元，2014年单起并购金额18289万美元，相较于2013年增加了约2倍。

图：2013年与2014年并购事件及规模对比

在统计的25起并购事件中，参与并购的国内文化企业数量多且行业广泛，标的方企业涉及的领域和地区范围广。参与并购的国内文化企业达21家，标的方企业涵盖了10个国家和地区的8大行业。

在25起并购事件中，标的方企业涉及了8个以上行业，其中游戏动漫领域并购事件最多，为5起，占总并购事件数的20%；其次是广播电影电视领域，为3起，占总并购事件数的12%。

图：并购事件涉及领域个数占比示意

25起并购事件的并购总金额达394380万美元，约39亿美元，其中游戏动漫行业并购事件5起，并购金额约2.6亿美元，位列并购金额的首位；其次是广告会展行业并购事件2起，并购金额约2.2亿美元；广播电影电视行业并购事件3起，并购金额约2.16亿美元。

25起并购事件涉及了10个国家。其中发生在美国的并购事件8起，并购金额约28亿美元，居并购金额的首位；其次是英国，发生并购事件2起，并购金额约5.3亿美元；然后是新加坡，发生并购事件4起，并购金额约2.7亿美元。美国是并购事件发生数量和并购金额最大的国家。

图：并购事件涉及领域并购金额示意

图：并购事件涉及地区个数及规模示意

3. 国内文化企业海外并购更加积极

中国自20世纪90年代开始出现国企海外并购事件，早期并购区域主要在我国港澳台等地区，然后是东南亚等经济次发达地区，并逐步向日本、韩国等亚洲发达国家扩展，直至现在并购区域已经蔓延至全球众多发达国家和地区。美国等经济发达国家，企业生产力和管理运营水平都较高，通过并购这些发达国家的企业，国内文化企业可以获得高级的技术、信誉佳的品牌、先进的管理经验等，同时也可取得海外并购的宝贵经验。

随着国内经济体制改革和政策的引导，文化企业特别是众多民营优秀文化企业不断发展壮大，并逐渐走向海外市场，参与国外优秀企业的管理和运营，更加深入地了解国外市场需求和未来发展态势，这对进一步制订企业发展战略有积极作用。

虽然国内越来越多的优秀文化企业走向国际，海外并购数量越来越多且并购规模也越来越大，但是在企业数量和并购金额上，与世界上其他国家比较还有很大的发展空间，国内文化企业海外并购鲜有重大且能影响所在行业的事件出现。

由于国内文化企业起步较晚，在整体规模和经济实力方面还有欠缺，目前国内也只有少数的文化企业有实力并购并有效整合收购海外企业，如阿里巴巴、腾讯、百度、华谊兄弟和凤凰传媒等几家规模较大的文化企业才是最近几年海外并购的典型企业。

（二）国内文化企业海外投资项目

文化企业和传统企业相比最大的特点就是其体量小，不受原料、市场和生产过程的限制，即文化企业经营不以市场和资源为导向。文化企业在经营时更加强调提升企业生产力、核心竞争力和品牌实力。

部分国内文化企业在海外开展投资项目，贴近前沿市场寻求科技革新、发掘市场需求并提升企业品牌信誉。表6共收集了2013年至2014年10月部分国内文化企业海外投资的20个项目，涉及影视、传媒和出版三大行业，投资项目不以收益为目的，主要在于寻求新技术和扩大海外影响。

乐视积极在美国影视城设立公司，更加贴近美国影视制作基地，寻求影视未来新技术、业务布局和知识产权解决方案；阿里巴巴寻求在美国经济体制下运营商务网站的新模式；国内出版集团积极扩大海外影响以增强自身品牌实力等。

表：2013 ~ 2014年10月部分国内文化企业海外投资项目一览

（四）国内文化企业海外投资重点领域

近年来，随着无线互联技术和移动终端的快速发展，基于以智能手机和平板电脑为代表的移动终端的移动互联网得到了飞速发展，文化、经济、教育、娱乐等各行业均得益于移动互联网而快速发展。全球移动终端的大规模应用和无线技术的快速革新，极大地改变了传统互联网的应用格局和人们的生活及行为方式。

基于移动互联网应用的游戏、音乐、影视、社交及传媒等领域在国外都得到了快速的发展，同时也吸引了越来越多的走向海外的国内文化企业的关注和投资。

1. 移动游戏

美国休闲游戏协会发布的游戏市场报告——《2017 年全球游戏市场》指出，2017 年，全球游戏市场收入将达1000 亿美元，并预计移动游戏收入将会超过350 亿美元，占据全球游戏34% 的市场份额。移动游戏对游戏行业的发展起到极大的促进作用，平板电脑和智能手机已经快速发展为全球消费者的必需品，这就为移动游戏提供了巨大的消费平台。

同时，美国休闲游戏协会发布的另一报告《2013 年智能手机和平板电脑游戏市场报告》数据显示，2013 年，移动游戏创造了全球游戏收入的17.4%，约123 亿美元，到2016 年，这一比例将达到27.8%。同时，报告显示2012 ~ 2016 年移动游戏的复合年均增长率为27.3%，是整个游戏行业（6.7%）的四倍多。东欧与西欧地区以超过33%的年均复合增长率保持其全球增速最快地区的地位，西欧国家的每个移动游戏者平均月花费最高，为4.4美元。

进入2014年后，英国、德国以及加拿大等国陆续发布了取消游戏行业的税费政策，极大推动了本国游戏行业的发展，并极大地吸引了国外投资者的关注。

随着全球化进程的加快，游戏逐渐吸收了众多不同背景的包容性的文化元素，并向各种媒体延伸，游戏本身已经不仅是游戏，更逐渐成为一种娱乐品牌，并吸纳了特定的文化内涵而成了一种传递意识和思想的介质，这也是其吸引更多投资者的魅力所在。

2. 移动广告

普华永道2014年上半年发布了“消费情报系列”之《跨国比较：消费者对移动广告的需求调查》报告。报告指出，随着智能手机、平板电脑在人们生活中越来越普及，这些设备已经获得它们“主人”的信任，从而可以获得使用者的各类信息，如位置信息、喜好信息、内心想法等。这就为广告商提供了大量关于消费者的数据，因此广告商在移动设备上投放广告时就可以做到有的放矢，将有针对性的广告直接发送给某个个体，大大提高了广告的相关性和有效性。同时，报告得出结论，移动设备正在变成广告投放的重要终端，更好地了解用户对于移动广告的态度和行为，有助于广告商更有效地投放广告，提高广告投放的效益。

另据普华永道《2014 - 2019 年全球娱乐及媒体行业展望》报告，在未来五年中，全球娱乐和媒体收入将继续增长，2018 年，非数字媒体将继续占全球消费的最大份额，电视仍将是最大的广告媒体，而美国将成为世界上最大的娱乐和媒体市场。但是，数字化收入和互联网广告收入将迎头赶上，不断缩小与非数字媒体及电视广告收入的差距。数字广告收入在广告收入中所占的比例已经由2009 年的14% 上升到2013 年的25%，2018 年这一比例将高达33%。

2009 年，互联网广告收入为587 亿美元，而电视广告收入是其两倍还多，达到了1320 亿美元。但是，有一点需要指明，那就是互联网广告收入将会以10.7% 的年均复合增长率增长，其收入在2018年将达到1945 亿美元，仅仅比电视广告收入少200 亿美元。

美国互动广告局（IAB）于2014年10月20日发布了《互联网广告收入报告》，报告显示2014年上半年互联网广告收入再创新高，达到231亿美元，较2013年（201亿美元）同比增长15%。2014年第二季度的互联网广告收入117亿美元，较2013年（103亿美元）同比增长14%，一直保持着正增长的态势。其中移动设备的广告收入在2014年上半年收益达53亿美元，较2013年（30亿美元）同比增长77%。

美国《广告时代》杂志官网2014年11月4日报道，全球性研究和咨询机构FOrREStEr预测，到2016年，美国数字化广告支出将赶超电视广告。到2019年，数字化广告支出和电视广告支出将分别达到1030亿美元和858亿美元，分别占有所有广告支出的36%和30%。其中数字广告增长中有66%来自移动广告；2019年，移动广告支出将达460亿美元。

随着移动互联网用户的逐渐增加，布局于移动终端的移动互联网应用也会随之增长。在全球化进程中，国家以及企业之间的交流会更加频繁，国内企业在海外投资以及扩大影响都要基于广告传媒的宣传，移动广告可以达到与移动终端客户即时沟通的效果，移动广告不但是是一种工具，更会形成一种发展趋势。

三、文化产业海外投资建议

（一）国内文化企业海外投资存在的问题

自20世纪90年代中国企业开始进行海外投资至今，中国企业海外投资经历了一段曲折的历程，在这些事件中，海外投资失败的案例比比皆是。随着国家海外投资相关政策的出台和法律的进一步完善、文化企业管理水平和管理人才能力的提升，海外投资逐渐获得理想效益。综合近年来文化企业海外投资的数据来看，文化企业海外投资依然存在以下问题。

首先，政治风险问题。东道国政局和母国政策是海外投资首先要考虑的问题，海外投资后，企业不仅受母国政府的监督管理，还要受东道国政府政策的影响，企业应密切关注东道国政府动态和政策导向，及时规避风险。

其次，专业人才问题。在海外投资特别是参与海外企业经营管理的国内文化企业，要储备专业性的人才，懂异国文化、会企业管理、外语熟练、熟悉国际市场运作等方面知识的人才依然是现阶段文化企业所急需的。

再次，文化障碍问题。不同的国家有不同的民族，有不同的历史文化积淀，在国际交流和日常管理中，应熟悉不同文化背景下的运营方式。

复次，文化创新问题。不同的国家体制以及不同体制下人们的思维是不一样的，意识形态已不是现阶段中外文化交流的障碍，但是客观来讲现阶段中国文化的创新能力确实有待提高，思维的创新力和产品服务的原创力在信息和技术飞速发展的当下，是一个企业能否生存以及长期发展的决定因素，这是现阶段中国文化企业应该非常重视的关键点。

最后，发展方向问题。现阶段国家政策鼓励文化企业海外投资，众多文化企业也积极响应，在进行投资的过程中，有部分企业不能很好地掌握标的企业的经营状况，在投资过程中损失人力和物力，不但不能扩大经营，反而使自身陷入困境。

（二）国内文化企业海外投资建议

1. 企业应加强管理，客观审视外部发展环境

文化企业在海外投资，首先要考虑东道国政府政策和法律法规，和东道国政府形成良好关系，由于现阶段中国经济快速增长，遭到部分西方国家的敌视，国内文化企业在海外应时刻审视自身外部发展环境，避免造成不必要的损失。

西方国家的文化和历史与中国往往存在差异，在员工任用、日常沟通及品牌宣传时要时时注意。

文化企业不受原料和市场的主导，经济全球化破除了人为的贸易和投资壁垒，文化企业在海外投资时应选择有利于企业生产率增长的地域。现阶段，企业管理水平不断提升，管理体系更加完善，伴随着日趋激烈的竞争，一个企业的许多竞争优势不再由企业内部决定，而取决于企业所在地的地域和产业集群，企业所在地政策完善且产业发展良好，将极大地促进企业的发展。所以建议文化企业向经济和文化发达的国家和地区投资。

结合近年的文化企业海外投资案例可以看出，许多国内文化企业在进行海外投资时没有明确的线路，很大程度上依靠管理者的直觉和创业者的机会主义来考虑问题。而且这些企业通常忽视对投资目标进行全面的调查和分析，使得投资成本增加。国内文化企业可以学习腾讯的方法，先对投资企业的产品进行测试，再进行整体考察；或者先进行试点运营，然后再决定后期投资与否。

同时，国内文化企业在进行海外投资时应放眼全球市场和资源分布，而不能一直盯着一个区域的资源和市场，进行海外投资后企业就要在多国进行整体的运营优化，而不是简单地将两个地区的经营活动进行组合。进行海外投资的目的是进行资源整合和流程优化，而不是简单地在外国进行业务的复制和扩大经营。

另外，我国的文化产业化发展尚处于初期，缺乏足够的创意将文化资源开发出足够精彩的产品来获得国外用户的肯定，文化企业要成功走出去尚需加强科技与文化的融合发展，还要增强我国文化企业的原创力，文化企业如果没有大量优秀的原创作品做支撑，没有大量具有创新精神的从业人员积极主动地进行文化创造，就很难得到长远的发展。事实上，只有在文化产品的创作生产十分活跃、既有思想内涵又有艺术魅力的原创作品不断出现的国家和地区，才存在着有竞争力的文化企业。这些地区也是现阶段国内文化企业应该积极拓展的区域，它不但可以让企业得到竞争的锻炼，还可以快速学习并吸收有益的文化元素。

2. 政府应保障海外投资企业的利益及地位

首先是政策法制方面。要进一步加快国家相关立法步伐，出台配套的政策，保障国内企业的海外投资利益。根据我国企业海外投资的发展情况，加快制定和完善海外投资相关法律，为我国文化产业海外投资、经营、发展提供参考和指导意见。

其次是监督防控方面。积极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的相关法律、行政程序、资源状况、市场行情特色及投资行为的研究

，为投资者提供信息咨询和技术服务。同时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、建立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、财务方面的监督。

最后是资源保障方面。可以提供配套金融支持，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、民间资本等资金扩大文化产业海外投资渠道。同时，加大海外投资专业及管理人才队伍的建设，完善人才管理、引进及输送体系，加强海外投资企业的人才供应及渠道建设。

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 2016-2017年中国文化产业市场竞争环境分析

1.1 经济环境

1.1.1 国际经济运行现状

1.1.2 中国经济运行现状

1.1.3 宏观经济走势预测

1.1.4 宏观经济与文化产业相关性

1.2 政策环境

1.2.1 行业管理体制

1.2.2 行业政策基调

1.2.3 税收优惠政策

1.2.4 热点政策解读

1.2.5 行业规划解读

1.2.6 监管政策对文化产业的影响

1.3 社会环境

1.3.1 居民收入水平分析

1.3.2 居民文化消费特征

1.3.3 居民文化消费指数

1.3.4 居民文化消费潜力

1.3.5 社会环境对文化产业的影响

1.4 技术环境

1.4.1 主要技术应用

1.4.2 技术环境对文化产业的影响

1.4.3 技术视角文化产业发展趋势

1.5 行业环境

1.5.1 行业准入条件

1.5.2 行业进入壁垒

1.5.3 行业退出壁垒

第二章 2016-2017年中国文化产业市场竞争格局分析

2.1 中国文化产业竞争结构

2.1.1 市场竞争概况

2.1.2 区域竞争格局

2.1.3 贸易竞争格局

2.2 中国文化企业竞争格局分析

2.2.1 企业资本属性

2.2.2 企业业态结构

2.2.3 企业地域结构

2.2.4 企业经济规模比较

2.2.5 企业盈利能力比较

2.2.6 企业营收排行

2.3 中国文化产业并购整合状况

2015年文化产业各行业平均并购金额及数量分析

2.3.1 文化产业并购规模

2.3.2 影视产业并购整合

2.3.3 动漫游戏并购整合

2.3.4 音乐产业并购整合

2.3.5 国内企业重组整合

2.3.6 跨国企业并购整合

2.4 中国文化产业国际竞争力剖析

2.4.1 评价指标构建及研究方法

2.4.2 国际竞争力比较分析

2.4.3 国际竞争力影响因素

2.4.4 国际竞争力提升对策

第三章 2016-2017年中国新闻出版业竞争格局及标杆企业竞争力分析

3.1 中国新闻出版业竞争格局

3.1.1 图书出版集团

3.1.2 报刊出版集团

3.1.3 发行集团

3.1.4 印刷集团

3.2 江苏凤凰出版传媒股份有限公司

3.2.1 企业发展概况

3.2.2 经营效益分析

3.2.3 业务运营分析

3.2.4 区域运营分析

3.2.5 财务状况分析

3.2.6 核心竞争力分析

3.2.7 企业投资前景

3.3 中南出版传媒集团股份有限公司

3.3.1 企业发展概况

3.3.2 经营效益分析

3.3.3 业务运营分析

3.3.4 区域运营分析

3.3.5 财务状况分析

3.3.6 核心竞争力分析

3.3.7 企业投资前景

3.4 上海新华传媒股份有限公司

3.4.1 企业发展概况

3.4.2 经营效益分析

3.4.3 业务运营分析

3.4.4 区域运营分析

3.4.5 财务状况分析

3.4.6 核心竞争力分析

3.4.7 企业投资前景

3.5 浙报传媒集团股份有限公司

3.5.1 企业发展概况

3.5.2 经营效益分析

3.5.3 业务运营分析

3.5.4 区域运营分析

3.5.5 财务状况分析

3.5.6 核心竞争力分析

3.5.7 企业投资前景

3.6 时代出版传媒股份有限公司

3.6.1 企业发展概况

3.6.2 经营效益分析

3.6.3 业务运营分析

3.6.4 区域运营分析

3.6.5 财务状况分析

3.6.6 核心竞争力分析

3.6.7 企业投资前景

3.7 安徽新华传媒股份有限公司

3.7.1 企业发展概况

3.7.2 经营效益分析

3.7.3 业务运营分析

3.7.4 区域运营分析

3.7.5 财务状况分析

3.7.6 核心竞争力分析

3.7.7 企业投资前景

3.8 广东广州日报传媒股份有限公司

3.8.1 企业发展概况

3.8.2 经营效益分析

3.8.3 业务运营分析

3.8.4 区域运营分析

3.8.5 财务状况分析

3.8.6 核心竞争力分析

3.8.7 企业投资前景

3.9 成都博瑞传播股份有限公司

3.9.1 企业发展概况

3.9.2 经营效益分析

3.9.3 业务运营分析

3.9.4 区域运营分析

3.9.5 财务状况分析

3.9.6 核心竞争力分析

3.9.7 企业投资前景

3.10 北方联合出版传媒（集团）股份有限公司

3.10.1 企业发展概况

3.10.2 经营效益分析

3.10.3 业务运营分析

3.10.4 区域运营分析

3.10.5 财务状况分析

3.10.6 核心竞争力分析

3.10.7 企业投资前景

3.11 长江出版传媒股份有限公司

3.11.1 企业发展概况

3.11.2 经营效益分析

3.11.3 业务运营分析

3.11.4 区域运营分析

3.11.5 财务状况分析

3.11.6 核心竞争力分析

3.11.7 企业投资前景

3.12 天舟文化股份有限公司

3.12.1 企业发展概况

3.12.2 经营效益分析

3.12.3 业务运营分析

3.12.4 区域运营分析

3.12.5 财务状况分析

3.12.6 核心竞争力分析

3.12.7 企业投资前景

3.13 中文天地出版传媒股份有限公司

3.13.1 企业发展概况

3.13.2 经营效益分析

- 3.13.3 业务运营分析
- 3.13.4 区域运营分析
- 3.13.5 财务状况分析
- 3.13.6 核心竞争力分析
- 3.13.7 企业投资前景
- 3.14 中原大地传媒股份有限公司
 - 3.14.1 企业发展概况
 - 3.14.2 经营效益分析
 - 3.14.3 业务运营分析
 - 3.14.4 区域运营分析
 - 3.14.5 财务状况分析
 - 3.14.6 核心竞争力分析
 - 3.14.7 企业投资前景
- 3.15 上市公司财务比较分析
 - 3.15.1 盈利能力分析
 - 3.15.2 成长能力分析
 - 3.15.3 营运能力分析
 - 3.15.4 偿债能力分析

第四章 2016-2017年中国广播电视业竞争格局及标杆企业竞争力分析

- 4.1 中国广播电视业竞争格局
 - 4.1.1 广电行业整体竞争格局
 - 4.1.2 省级电视台的竞争格局
 - 4.1.3 广电新媒体的竞争格局
 - 4.1.4 广电网络设备的竞争格局
- 4.2 上海东方明珠（集团）股份有限公司
 - 4.2.1 企业发展概况
 - 4.2.2 经营效益分析
 - 4.2.3 业务运营分析
 - 4.2.4 区域运营分析
 - 4.2.5 财务状况分析
 - 4.2.6 核心竞争力分析
 - 4.2.7 企业投资前景
- 4.3 湖南电广传媒股份有限公司
 - 4.3.1 企业发展概况

4.3.2 经营效益分析

4.3.3 业务运营分析

4.3.4 区域运营分析

4.3.5 财务状况分析

4.3.6 核心竞争力分析

4.3.7 企业投资前景

4.4 深圳市天威视讯股份有限公司

4.4.1 企业发展概况

4.4.2 经营效益分析

4.4.3 业务运营分析

4.4.4 区域运营分析

4.4.5 财务状况分析

4.4.6 核心竞争力分析

4.4.7 企业投资前景

4.5 北京歌华有线电视网络股份有限公司

4.5.1 企业发展概况

4.5.2 经营效益分析

4.5.3 业务运营分析

4.5.4 区域运营分析

4.5.5 财务状况分析

4.5.6 核心竞争力分析

4.5.7 企业投资前景

4.6 陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司

4.6.1 企业发展概况

4.6.2 经营效益分析

4.6.3 业务运营分析

4.6.4 区域运营分析

4.6.5 财务状况分析

4.6.6 核心竞争力分析

4.6.7 企业投资前景

4.7 吉视传媒股份有限公司

4.7.1 企业发展概况

4.7.2 经营效益分析

4.7.3 业务运营分析

4.7.4 区域运营分析

4.7.5 财务状况分析

4.7.6 核心竞争力分析

4.7.7 企业投资前景

4.8 湖北省广播电视信息网络股份有限公司

4.8.1 企业发展概况

4.8.2 经营效益分析

4.8.3 业务运营分析

4.8.4 区域运营分析

4.8.5 财务状况分析

4.8.6 核心竞争力分析

4.8.7 企业投资前景

4.9 乐视网信息技术（北京）股份有限公司

4.9.1 企业发展概况

4.9.2 经营效益分析

4.9.3 业务运营分析

4.9.4 区域运营分析

4.9.5 财务状况分析

4.9.6 核心竞争力分析

4.9.7 企业投资前景

4.10 百视通新媒体股份有限公司

4.10.1 企业发展概况

4.10.2 经营效益分析

4.10.3 业务运营分析

4.10.4 区域运营分析

4.10.5 财务状况分析

4.10.6 核心竞争力分析

4.10.7 企业投资前景

4.11 华数传媒控股股份有限公司

4.11.1 企业发展概况

4.11.2 经营效益分析

4.11.3 业务运营分析

4.11.4 区域运营分析

4.11.5 财务状况分析

4.11.6 核心竞争力分析

4.11.7 企业投资前景

4.12 上市公司财务比较分析

4.12.1 盈利能力分析

4.12.2 成长能力分析

4.12.3 营运能力分析

4.12.4 偿债能力分析

第五章 2016-2017年中国影视产业竞争格局及标杆企业竞争力分析

5.1 中国电影产业竞争格局

5.1.1 电影业基本竞争格局

5.1.2 电影业竞争格局变化

5.1.3 电影制发市场竞争格局

5.1.4 电影院线市场竞争格局

5.2 中国电视剧产业竞争格局

5.2.1 电视剧市场竞争压力

5.2.2 电视剧行业竞争特征

5.2.3 电视剧制作行业竞争格局

5.2.4 电视剧播出市场竞争格局

5.3 中国电影集团公司

5.3.1 企业发展概况

5.3.2 企业经营业绩

5.3.3 业务运营分析

5.3.4 核心竞争力分析

5.3.5 企业投资前景

5.4 华谊兄弟传媒股份有限公司

5.4.1 企业发展概况

5.4.2 经营效益分析

5.4.3 业务运营分析

5.4.4 区域运营分析

5.4.5 财务状况分析

5.4.6 核心竞争力分析

5.4.7 企业投资前景

5.5 北京光线传媒股份有限公司

5.5.1 企业发展概况

5.5.2 经营效益分析

5.5.3 业务运营分析

5.5.4 区域运营分析

5.5.5 财务状况分析

5.5.6 核心竞争力分析

5.5.7 企业投资前景

5.6 博纳影业集团

5.6.1 企业发展概况

5.6.2 企业经营业绩

5.6.3 业务运营分析

5.6.4 核心竞争力分析

5.6.5 企业投资前景

5.7 橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司

5.7.1 企业发展概况

5.7.2 企业经营业绩

5.7.3 业务运营分析

5.7.4 核心竞争力分析

5.7.5 企业投资前景

5.8 星美国际集团有限公司

5.8.1 企业发展概况

5.8.2 企业经营业绩

5.8.3 业务运营分析

5.8.4 核心竞争力分析

5.8.5 企业投资前景

5.9 万达文化产业集团

5.9.1 企业发展概况

5.9.2 业务运营分析

5.9.3 核心竞争力分析

5.9.4 发展经验分析

5.9.5 企业投资前景

5.10 保利文化集团股份有限公司

5.10.1 企业发展概况

5.10.2 企业经营业绩

5.10.3 业务运营分析

5.10.4 核心竞争力分析

5.10.5 企业投资前景

5.11 中视传媒股份有限公司

- 5.11.1 企业发展概况
- 5.11.2 经营效益分析
- 5.11.3 业务运营分析
- 5.11.4 区域运营分析
- 5.11.5 财务状况分析
- 5.11.6 核心竞争力分析
- 5.11.7 企业投资前景
- 5.12 浙江华策影视股份有限公司
- 5.12.1 企业发展概况
- 5.12.2 经营效益分析
- 5.12.3 业务运营分析
- 5.12.4 区域运营分析
- 5.12.5 财务状况分析
- 5.12.6 核心竞争力分析
- 5.12.7 企业投资前景
- 5.13 北京华录百纳影视股份有限公司
- 5.13.1 企业发展概况
- 5.13.2 经营效益分析
- 5.13.3 业务运营分析
- 5.13.4 区域运营分析
- 5.13.5 财务状况分析
- 5.13.6 核心竞争力分析
- 5.13.7 企业投资前景
- 5.14 海润影视制作有限公司
- 5.14.1 企业发展概况
- 5.14.2 企业经营业绩
- 5.14.3 业务运营分析
- 5.14.4 核心竞争力分析
- 5.14.5 企业投资前景

第六章 2016-2017年中国动漫产业竞争格局及标杆企业竞争力分析

- 6.1 中国动漫产业竞争格局
- 6.1.1 中国动漫国际竞争力解析
- 6.1.2 动漫产业面临的外部竞争
- 6.1.3 动画电影市场竞争格局分析

6.1.4 动漫衍生品市场竞争格局

6.2 广东奥飞动漫文化股份有限公司

6.2.1 企业发展概况

6.2.2 经营效益分析

6.2.3 业务运营分析

6.2.4 区域运营分析

6.2.5 财务状况分析

6.2.6 核心竞争力分析

6.2.7 企业投资前景

6.3 拓维信息系统股份有限公司

6.3.1 企业发展概况

6.3.2 经营效益分析

6.3.3 业务运营分析

6.3.4 区域运营分析

6.3.5 财务状况分析

6.3.6 核心竞争力分析

6.3.7 企业投资前景

6.4 环球数码创意控股有限公司

6.4.1 企业发展概况

6.4.2 企业经营状况

6.4.3 核心竞争力分析

6.4.4 企业投资前景

6.5 湖南宏梦卡通传播有限公司

6.5.1 企业发展概况

6.5.2 核心竞争力分析

6.5.3 企业投资前景

6.6 江通动画股份有限公司

6.6.1 企业发展概况

6.6.2 核心竞争力分析

6.6.3 企业投资前景

6.7 深圳华强数字动漫有限公司

6.7.1 企业发展概况

6.7.2 核心竞争力分析

6.7.3 企业投资前景

6.8 浙江中南卡通股份有限公司

6.8.1 企业发展概况

6.8.2 核心竞争力分析

6.8.3 企业投资前景

6.9 广州漫友文化科技股份有限公司

6.9.1 企业发展概况

6.9.2 企业经营状况

6.9.3 核心竞争力分析

6.9.4 企业投资前景

第七章 2016-2017年中国音乐产业竞争格局及标杆企业竞争力分析

7.1 中国音乐产业竞争格局

7.1.1 传统音乐市场竞争格局

7.1.2 网络音乐市场竞争格局

7.1.3 手机音乐市场竞争格局

7.2 A8电媒音乐

7.2.1 企业发展概况

7.2.2 企业经营状况

7.2.3 核心竞争力分析

7.2.4 企业投资前景

7.3 无线星空

7.3.1 企业发展概况

7.3.2 企业业务及特点

7.3.3 企业核心竞争力

7.3.4 企业投资前景

7.4 百度音乐

7.4.1 企业发展概况

7.4.2 企业业务及特点

7.4.3 核心竞争力分析

7.4.4 企业投资前景

7.5 QQ音乐

7.5.1 企业发展概况

7.5.2 企业业务及特点

7.5.3 核心竞争力分析

7.5.4 企业投资前景

7.6 酷狗音乐

7.6.1 企业发展概况

7.6.2 企业业务及特点

7.6.3 核心竞争力分析

7.6.4 企业投资前景

7.7 滚石移动

7.7.1 企业发展概况

7.7.2 企业业务及特点

7.7.3 核心竞争力分析

7.7.4 企业投资前景

7.8 酷我音乐

7.8.1 企业发展概况

7.8.2 企业业务及特点

7.8.3 核心竞争力分析

7.8.4 企业投资前景

7.9 多米音乐

7.9.1 企业发展概况

7.9.2 企业业务及特点

7.9.3 核心竞争力分析

7.9.4 企业投资前景

7.10 虾米音乐

7.10.1 企业发展概况

7.10.2 企业业务及特点

7.10.3 核心竞争力分析

7.10.4 企业投资前景

7.11 音悦Tai

7.11.1 企业发展概况

7.11.2 企业业务及特点

7.11.3 核心竞争力分析

7.11.4 企业投资前景

7.12 中国电信数字音乐运营中心

7.12.1 企业发展概况

7.12.2 企业业务及特点

7.12.3 核心竞争力分析

7.12.4 企业投资前景

7.13 中国移动无线音乐基地

7.13.1 企业发展概况

7.13.2 企业业务及特点

7.13.3 核心竞争力分析

7.13.4 企业投资前景

第八章 2016-2017年中国网络游戏产业竞争格局及标杆企业竞争力分析

8.1 中国网络游戏产业竞争格局

8.1.1 主要竞争力量简析

8.1.2 新进入者的竞争威胁

8.1.3 现有网络游戏商之间的竞争

8.1.4 替代产品或服务的竞争威胁

8.1.5 购买者的讨价还价压力

8.1.6 供应商的讨价还价压力

8.1.7 其他利益相关者的相对力量竞争

8.2 腾讯控股有限公司

8.2.1 企业发展概况

8.2.2 企业经营状况

8.2.3 主营业务分析

8.2.4 核心竞争力分析

8.2.5 企业投资前景

8.3 网易公司

8.3.1 企业发展概况

8.3.2 企业经营状况

8.3.3 主营业务分析

8.3.4 核心竞争力分析

8.3.5 企业投资前景

8.4 畅游有限公司

8.4.1 企业发展概况

8.4.2 企业经营状况

8.4.3 主营业务分析

8.4.4 核心竞争力分析

8.4.5 企业投资前景

8.5 盛大游戏有限公司

8.5.1 企业发展概况

8.5.2 企业经营状况

8.5.3 主营业务分析

8.5.4 核心竞争力分析

8.5.5 企业投资前景

8.6 完美世界（北京）网络技术有限公司

8.6.1 企业发展概况

8.6.2 企业经营状况

8.6.3 主营业务分析

8.6.4 核心竞争力分析

8.6.5 企业投资前景

8.7 上海巨人网络科技有限公司

8.7.1 企业发展概况

8.7.2 企业经营状况

8.7.3 主营业务分析

8.7.4 核心竞争力分析

8.7.5 企业投资前景

8.8 金山软件有限公司

8.8.1 企业发展概况

8.8.2 企业经营状况

8.8.3 主营业务分析

8.8.4 核心竞争力分析

8.8.5 企业投资前景

8.9 网龙网络有限公司

8.9.1 企业发展概况

8.9.2 企业经营状况

8.9.3 主营业务分析

8.9.4 核心竞争力分析

8.9.5 企业投资前景

8.10 北京掌趣科技股份有限公司

8.10.1 企业发展概况

8.10.2 经营效益分析

8.10.3 业务运营分析

8.10.4 区域运营分析

8.10.5 财务状况分析

8.10.6 核心竞争力分析

8.10.7 企业投资前景

8.11 深圳中青宝互动网络股份有限公司

8.11.1 企业发展概况

8.11.2 经营效益分析

8.11.3 业务运营分析

8.11.4 区域运营分析

8.11.5 财务状况分析

8.11.6 核心竞争力分析

8.11.7 企业投资前景

第九章 2016-2017年中国广告业竞争格局及标杆企业竞争力分析

9.1 中国广告业竞争格局

9.1.1 广告企业资质等级分类

9.1.2 广告行业整体竞争格局

9.1.3 广告行业典型竞争特征

9.1.4 户外广告行业竞争格局

9.1.5 广告行业并购整合态势

9.2 广东省广告股份有限公司

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 经营效益分析

9.2.3 业务运营分析

9.2.4 区域运营分析

9.2.5 财务状况分析

9.2.6 核心竞争力分析

9.2.7 企业投资前景

9.3 北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 经营效益分析

9.3.3 业务运营分析

9.3.4 区域运营分析

9.3.5 财务状况分析

9.3.6 核心竞争力分析

9.3.7 企业投资前景

9.4 北京华谊嘉信整合营销顾问集团股份有限公司

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 经营效益分析

9.4.3 业务运营分析

9.4.4 区域运营分析

9.4.5 财务状况分析

9.4.6 核心竞争力分析

9.4.7 企业投资前景

9.5 北京巴士传媒股份有限公司

9.5.1 企业发展概况

9.5.2 经营效益分析

9.5.3 业务运营分析

9.5.4 区域运营分析

9.5.5 财务状况分析

9.5.6 核心竞争力分析

9.5.7 企业投资前景

9.6 西藏旅游股份有限公司

9.6.1 企业发展概况

9.6.2 经营效益分析

9.6.3 业务运营分析

9.6.4 区域运营分析

9.6.5 财务状况分析

9.6.6 核心竞争力分析

9.6.7 企业投资前景

9.7 思美传媒股份有限公司

9.7.1 企业发展概况

9.7.2 经营效益分析

9.7.3 业务运营分析

9.7.4 区域运营分析

9.7.5 财务状况分析

9.7.6 核心竞争力分析

9.7.7 企业投资前景

9.8 昌荣传播集团

9.8.1 企业发展概况

9.8.2 企业经营状况

9.8.3 主营业务分析

9.8.4 核心竞争力分析

9.8.5 企业投资前景

第十章 2016-2017年中国文化旅游产业竞争格局及标杆企业竞争力分析

10.1 中国文化旅游业竞争格局

10.1.1 文化旅游业区域竞争格局

10.1.2 旅游文化演艺业竞争格局

10.1.3 游乐类主题公园业竞争力分析

10.1.4 文化旅游项目投资开发格局

10.2 横店集团

10.2.1 企业发展概况

10.2.2 企业经营状况

10.2.3 主营业务分析

10.2.4 核心竞争力分析

10.2.5 企业投资前景

10.3 宋城演艺发展股份有限公司

10.3.1 企业发展概况

10.3.2 经营效益分析

10.3.3 业务运营分析

10.3.4 区域运营分析

10.3.5 财务状况分析

10.3.6 核心竞争力分析

10.3.7 企业投资前景

10.4 深圳华侨城股份有限公司

10.4.1 企业发展概况

10.4.2 经营效益分析

10.4.3 业务运营分析

10.4.4 区域运营分析

10.4.5 财务状况分析

10.4.6 核心竞争力分析

10.4.7 企业投资前景

10.5 丽江玉龙旅游股份有限公司

10.5.1 企业发展概况

10.5.2 经营效益分析

10.5.3 业务运营分析

10.5.4 区域运营分析

10.5.5 财务状况分析

10.5.6 核心竞争力分析

10.5.7 企业投资前景

10.6 西安曲江文化旅游股份有限公司

10.6.1 企业发展概况

10.6.2 经营效益分析

10.6.3 业务运营分析

10.6.4 区域运营分析

10.6.5 财务状况分析

10.6.6 核心竞争力分析

10.6.7 企业投资前景

10.7 上市公司财务比较分析

10.7.1 盈利能力分析

10.7.2 成长能力分析

10.7.3 营运能力分析

10.7.4 偿债能力分析

第十一章 2016-2017年中国工艺美术品产业竞争格局及标杆企业竞争力分析

11.1 中国工艺美术品行业竞争格局

11.1.1 行业竞争格局

11.1.2 行业竞争特征

11.2 中国工艺（集团）公司

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 企业经营状况

11.2.3 主营业务分析

11.2.4 核心竞争力分析

11.2.5 企业投资前景

11.3 青岛金王应用化学股份有限公司

11.3.1 企业发展概况

11.3.2 经营效益分析

11.3.3 业务运营分析

11.3.4 区域运营分析

11.3.5 财务状况分析

11.3.6 核心竞争力分析

11.3.7 企业投资前景

11.4 湖北东方金钰股份有限公司

- 11.4.1 企业发展概况
- 11.4.2 经营效益分析
- 11.4.3 业务运营分析
- 11.4.4 区域运营分析
- 11.4.5 财务状况分析
- 11.4.6 核心竞争力分析
- 11.4.7 企业投资前景
- 11.5 老凤祥股份有限公司
 - 11.5.1 企业发展概况
 - 11.5.2 经营效益分析
 - 11.5.3 业务运营分析
 - 11.5.4 区域运营分析
 - 11.5.5 财务状况分析
 - 11.5.6 核心竞争力分析
 - 11.5.7 企业投资前景
- 11.6 江苏弘业股份有限公司
 - 11.6.1 企业发展概况
 - 11.6.2 经营效益分析
 - 11.6.3 业务运营分析
 - 11.6.4 区域运营分析
 - 11.6.5 财务状况分析
 - 11.6.6 核心竞争力分析
 - 11.6.7 企业投资前景
- 11.7 浙江明牌珠宝股份有限公司
 - 11.7.1 企业发展概况
 - 11.7.2 经营效益分析
 - 11.7.3 业务运营分析
 - 11.7.4 区域运营分析
 - 11.7.5 财务状况分析
 - 11.7.6 核心竞争力分析
 - 11.7.7 企业投资前景
- 11.8 金叶珠宝股份有限公司
 - 11.8.1 企业发展概况
 - 11.8.2 经营效益分析
 - 11.8.3 业务运营分析

11.8.4 区域运营分析

11.8.5 财务状况分析

11.8.6 核心竞争力分析

11.8.7 企业投资前景

11.9 周大福珠宝金行有限公司

11.9.1 企业发展概况

11.9.2 企业经营状况

11.9.3 核心竞争力分析

11.9.4 企业投资前景

第十二章 2016-2017年国际领先文化企业竞争力分析及成功经验借鉴

12.1 迪士尼集团

12.1.1 企业发展概况

12.1.2 经营状况分析

12.1.3 核心竞争力分析

12.1.4 企业投资前景

12.1.5 成功经验借鉴

12.2 时代华纳公司

12.2.1 企业发展概况

12.2.2 经营状况分析

12.2.3 核心竞争力分析

12.2.4 企业投资前景

12.2.5 成功经验借鉴

12.3 康卡斯特公司

12.3.1 企业发展概况

12.3.2 经营状况分析

12.3.3 核心竞争力分析

12.3.4 企业投资前景

12.3.5 成功经验借鉴

12.4 21世纪福克斯公司

12.4.1 企业发展概况

12.4.2 经营状况分析

12.4.3 核心竞争力分析

12.4.4 企业投资前景

12.4.5 成功经验借鉴

12.5 新闻集团

12.5.1 企业发展概况

12.5.2 经营状况分析

12.5.3 核心竞争力分析

12.5.4 企业投资前景

12.5.5 成功经验借鉴

12.6 索尼公司

12.6.1 企业发展概况

12.6.2 经营状况分析

12.6.3 核心竞争力分析

12.6.4 企业投资前景

12.6.5 成功经验借鉴

12.7 维亚康姆集团

12.7.1 企业发展概况

12.7.2 经营状况分析

12.7.3 核心竞争力分析

12.7.4 企业投资前景

12.7.5 成功经验借鉴

12.8 维旺迪公司

12.8.1 企业发展概况

12.8.2 经营状况分析

12.8.3 核心竞争力分析

12.8.4 企业投资前景

12.8.5 成功经验借鉴

12.9 贝塔斯曼集团

12.9.1 企业发展概况

12.9.2 经营状况分析

12.9.3 核心竞争力分析

12.9.4 企业投资前景

12.9.5 成功经验借鉴

12.10 WPP集团

12.10.1 企业发展概况

12.10.2 经营状况分析

12.10.3 核心竞争力分析

12.10.4 企业投资前景

12.10.5 成功经验借鉴

第十三章 2018年中国文化企业竞争力提升策略

13.1 文化企业核心竞争力评价指标

13.1.1 产品竞争力指标

13.1.2 创意能力指标

13.1.3 企业规模指标

13.1.4 经营业绩指标

13.2 文化企业竞争力培育关键要素

13.2.1 创意

13.2.2 人才

13.2.3 资源

13.2.4 文化

13.2.5 产品

13.3 文化企业竞争力提升策略

13.3.1 定位策略

13.3.2 品牌策略

13.3.3 可持续投资策略

13.4 文化企业品牌竞争力提升路径

13.4.1 提升企业核心竞争力

13.4.2 打造满足客户需要的品牌特质

13.4.3 建立信守承诺的品牌形象

13.4.4 以管理提升品牌核心竞争力

第十四章 2018年中国文化企业投资前景优选决策

14.1 中小文化创意企业投资前景探讨

14.1.1 研发型中小文化创意企业战略

14.1.2 制造类中小文化创意企业战略

14.1.3 营销服务型中小文化创意企业战略

14.2 文化创意企业文化营销战略分析

14.2.1 文化营销模式

14.2.2 文化营销策略

14.2.3 文化营销策划

14.3 出版传媒企业投资前景选择

14.3.1 兼并收购壮大规模

- 14.3.2 坚持企业化经营、业务多元化
- 14.3.3 坚守定位、培育核心业务
- 14.3.4 精心打造品牌、不断扩充市场
- 14.3.5 重视信息技术、增强企业后劲
- 14.4 广播电视网络企业投资前景选择
 - 14.4.1 加强型战略
 - 14.4.2 一体化战略
 - 14.4.3 多元化战略
 - 14.4.4 竞争战略
- 14.5 电影公司投资前景选择
 - 14.5.1 专注核心业务建设
 - 14.5.2 实施差异化竞争
 - 14.5.3 实行政策引导与市场规制
- 14.6 动漫企业投资前景选择
 - 14.6.1 市场战略
 - 14.6.2 融资战略
 - 14.6.3 经营战略
 - 14.6.4 人才战略
 - 14.6.5 渠道战略
- 14.7 网络游戏企业竞争战略选择
 - 14.7.1 新进入者的竞争战略
 - 14.7.2 市场领先者的竞争战略
 - 14.7.3 挑战者和追随者的竞争战略
- 14.8 工艺美术企业投资前景选择
 - 14.8.1 价值再造
 - 14.8.2 重视创意
 - 14.8.3 战略定位
 - 14.8.4 经营品牌

图表目录：

图表 2016-2017年规模以上工业增加值同比增长速度

图表 2016-2017年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 2016-2017年房地产开发投资增速

图表 2016-2017年社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表 2016-2017年居民消费价格涨跌幅

图表 2016-2017年工业生产者出厂价格涨跌幅

图表 2016-2017年工业生产者购进价格涨跌幅

图表 2016-2017年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）

图表 2016-2017年农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

图表 2017年文化消费综合指数

图表 2017年文化消费环境分指数

图表 2017年文化消费意愿分指数

图表 2017年文化消费能力分指数

图表 2017年文化消费水平分指数

图表 2017年文化消费满意分指数

图表 2016-2017年全国文化机构统计

图表 2016-2017年国家文化出口重点项目的行业分布百分比图

图表 2016-2017年中国文化行业并购市场一览

图表 2017年中国文化行业并购类型细分

图表 2017年中国文化产业并购案例TOP

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/314970314970.html>