

# 2018-2023年中国演艺经纪产业市场竞争现状调查 与投资前景规划预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国演艺经纪产业市场竞争现状调查与投资前景规划预测报告》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/jingji/305016305016.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

演出经纪人，在演出经济活动中，以收取佣金为目的，为促成他人交易而从事居间、行纪或者代理等经纪业务的自然人、法人和其他经济组织。演出经纪人是演出在市场经济下运行的产物，同时又是推动和促进演出市场繁荣发展的主要力量，是健全的演出市场中重要的不可或缺环节。应以是否有利于社会主义市场经济条件下演出市场健康繁荣发展、是否有利于满足人民群众日益增长的文化需求为根本原则。

对演出经纪人加强规制与促进其发展并不矛盾，而是和谐统一的：规制绝不是限制，而是在促进发展的基本理念下对演出经纪人主体及其活动作出一定的规范，目的是保证演出经纪人能够健康有序地发展。在制定演出经纪人政策的过程中，绝不能为了强调发展而忽视规制，也绝不能为了规制而放弃发展，二者不可偏废。演出经纪政策的出发点和归宿点，应以是否有利于社会主义市场经济条件下演出市场健康繁荣发展、是否有利于满足人民群众日益增长的文化需求为根本原则。结合中国的实际，对演出经纪人的发展与规制政策提出如下建议：  
**提高素质**

实行从业资格认定提高整体素质,演出经纪行业的发展，与演出经纪人的整体素质密不可分。实行演出经纪全行业从业资格认定，严把入口关，是提高演出经纪人整体素质的基础。现行的法律明确规定，设立演出经纪机构应当有三名以上的专职演出经纪人员，演出经纪人员的资格由全国性的演出行业协会认定。为此，中国演出家协会自2005年起，开始着手建立并实施演出经纪人的从业资格认定工作，已经对5000余人的演出经纪资格予以认定。但是，由于法律未对个体演出经纪人是否需要资格认定作出明确规定、部分已经成立的演出经纪机构由于人员流动造成不符合有三名以上专职演出经纪人的规定、个别机构或个人未冠演出经纪之名却行演出经纪活动之实等原因，导致相当一部分从事演出经纪业务的人员游离于演出经纪人资格认定制度之外，并常常由此产生违法违规行为。因此，有必要严格落实演出经纪机构的已有法律规定，明确个体演出经纪人需要取得从业资格的规定，执行禁止非法从事演出经纪业务的规定，对实际从事演出经纪业务的人员实行全行业的从业资格认定，以提高演出经纪人的整体素质。  
**加强培训**

加强演出经纪人员的业务培训，着力提高演出经纪人的专业素质和业务能力。演出经纪人员的专业素质和业务能力，直接决定了演出交易的成功率，并间接对演出质量和数量、演出资源配置、演出营销、演出票价等产生影响。取得演出经纪从业资格只是入门，要想成为一名优秀的演出经纪人，必须具有突出的专业素质和业务能力，如具有相当的文化素质修养和艺术产品鉴赏水平，具有一定的演出经纪理论水平，对国际国内演出经纪经营知识的了解，具有较高的专业法律素质，具有较强的市场运作能力等。这一方面需要演出经纪人本身加强学习，在具体的演出经纪活动中不断总结提高，同时也需要制定相关政策，强制对演出经纪人进行培训。  
**健全制度**

建立健全演出经纪人员警示、退出和职业禁止制度，提高全行业的社会认可度和诚信

度。由于演出受众广泛且关注度极高，往往由于某个缺乏职业道德的演出经纪人为一己私利所做的不当行为，就会影响全行业的社会认可度和诚信度，进而弱化演出经纪的功能，影响全行业的良性发展。清除“害群之马”，符合全行业的共同利益。为此，必须建立健全演出经纪人的违法警示、退出和职业禁止制度。对轻微的违法行为，通过公示等方式予以警告，既可对演出经纪人起到警示作用，也能为交易方提供信用参考；对严重的违法行为，应当取消其演出经纪业务的资质，撤销其演出经纪人员的从业资格；对特别严重并造成极坏影响的违法行为，应禁止其再行从事演出经纪活动。

#### 鼓励机构

鼓励演出经纪机构做大做强。从实际情况看，我国的演出经纪机构普遍存在业务单、资产少、实力差、规模小等特点，根本无法与国际大演出经纪机构抗衡。同时，受生存危机的影响，大部分演出机构根本没有长远的发展规划，急功近利、追风跟潮的思想盛行。促进演出经纪机构做大做强，可以通过对市场准入、税收等政策的调整，鼓励演出经纪机构拓展相关业务范围、创新经营模式、提供周边服务、增加新的利润增长点，鼓励国内其他产业或外国投资者进入演出经纪领域、输入新增资本，鼓励演出经纪机构通过重组与并购扩大规模提高核心竞争力。

#### 农村发展

鼓励在农村发展个体演出经纪人，活跃农民的文化生活。繁荣农村演出市场，为农民提供更多的质高价廉的演出，满足农民文化需求，是建设社会主义和谐社会、创建社会主义新农村的一个重要方面。农村演出市场的特点决定了大型演出经纪机构无法广泛长期地涉足，鼓励发展小规模演出经纪机构，特别是个体演出经纪人是实现上述目标的理想选择。

#### 体制改革

鼓励文艺表演团体人员从事演出经纪业务，为文化体制改革提供人员通路。解决富余人员的安置问题是院团改革的重点和难点，鼓励从事演出经纪业务可以作为上述人员的出口之一。成为演出经纪人后，院团与其可以互为资源，实现双赢。不仅如此，较高的艺术素质和长期的演出工作实践使得他们完全有可能成为优秀的演出经纪人，对演出经纪人整体素质的提高也将起到积极的作用。

#### 国际接轨

鼓励演出经纪人与国际接轨，把中国优秀的文化推向世界，把外国优秀的文化引进中国。加入WTO后，中国的演出市场以更加迅猛的态势融入国际演出市场之中，演出经纪人

#### 合同制

推行演出经纪业务的合同制，保护演出市场各方合法权益。市场经济是法制经济，演出经纪人的各项活动必须依法、合法、守法。在演出经纪活动中的各个环节推行合同制，有利于明确演出各方的权利义务关系，在一定程度上也能够起到预防违法行为发生的目的。

#### 行业协会

积极发挥演出行业协会作用。演出行业协会是演出经纪人的行业管理组织，主要任务是加强行业自律、维护会员合法权益。随着行政体制改革逐步深化，特别是行政许可法的颁

布，行业协会的功能和效用日益显现。中国演出家协会作为全国性的演出行业协会，在资格认定、普及知识、培训业务、调查研究、提供服务、加强自律、信息传导等方面做了大量卓有成效的工作，对于演出经纪人的发展和规制起到了积极的促进作用。但是，与日益发展的中国演出经纪业相比，演出行业协会的工作还是远远不够的，需要付出更大的努力，发挥更大的作用。中国演艺经济公司的五种资源

资料来源：公开资料整理

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国演艺经纪产业市场竞争现状调查与投资前景规划预测报告》主要研究##行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

## 第一章 演艺经纪行业相关概述

### 1.1 演艺经纪行业定义及特点

#### 1.1.1 演艺经纪行业的定义

#### 1.1.2 演艺经纪行业服务特点

### 1.2 演艺经纪行业相关分类

### 1.3 演艺经纪行业盈利模式分析

## 第二章 2014-2016年中国演艺经纪行业发展环境分析

### 2.1 演艺经纪行业政治法律环境（P）

#### 2.1.1 行业主管单位及监管体制

#### 2.1.2 行业相关法律法规及政策

#### 2.1.3 政策环境对行业的影响

### 2.2 演艺经纪行业经济环境分析（E）

#### 2.2.1 国际宏观经济分析

- 2.2.2 国内宏观经济分析
- 2.2.3 产业宏观经济分析
- 2.2.4 宏观经济环境对行业的影响分析
- 2.3 演艺经纪行业社会环境分析（S）
- 2.3.1 人口发展变化情况
- 2.3.2 城镇化水平
- 2.3.3 居民消费水平及观念分析
- 2.3.4 社会文化教育水平
- 2.3.5 社会环境对行业的影响
- 2.4 演艺经纪行业技术环境分析（T）
- 2.4.1 演艺经纪技术分析
- 2.4.2 演艺经纪技术发展水平
- 2.4.3 行业主要技术发展趋势
- 2.4.4 技术环境对行业的影响

### 第三章 全球演艺经纪行业发展概述

- 3.1 2014-2016年全球演艺经纪行业发展情况概述
- 3.1.1 全球演艺经纪行业发展现状
- 3.1.2 全球演艺经纪行业发展特征
- 3.1.3 全球演艺经纪行业市场规模
- 3.2 2014-2016年全球主要地区演艺经纪行业发展状况
- 3.2.1 欧洲演艺经纪行业发展情况概述
- 3.2.2 美国演艺经纪行业发展情况概述
- 3.2.3 日韩演艺经纪行业发展情况概述
- 3.3 2017-2022年全球演艺经纪行业发展前景预测
- 3.3.1 全球演艺经纪行业市场规模预测
- 3.3.2 全球演艺经纪行业发展前景分析
- 3.3.3 全球演艺经纪行业发展趋势分析
- 3.4 全球演艺经纪行业重点企业发展动态分析

### 第四章 中国演艺经纪行业发展概述

- 4.1 中国演艺经纪行业发展状况分析
- 4.1.1 中国演艺经纪行发展概况
- 4.1.2 中国演艺经纪行发展特点
- 4.2 2014-2016年演艺经纪行业发展现状

#### 4.2.1 2014-2016年演艺经纪行业市场规模

#### 4.2.2 2014-2016年演艺经纪行业发展现状

### 4.3 2017-2022年中国演艺经纪行业面临的困境及对策

#### 4.3.1 演艺经纪行业发展面临的瓶颈及对策分析

##### 1、演艺经纪行业面临的瓶颈

##### 2、演艺经纪行业发展对策分析

#### 4.3.2 演艺经纪企业发展存在的问题及对策

##### 1、演艺经纪企业发展存在的不足

##### 2、演艺经纪企业发展策略

## 第五章 中国演艺经纪行业市场运行分析

### 5.1 市场发展现状分析

#### 5.1.1 市场现状

#### 5.1.2 市场容量

### 5.2 2014-2016年中国演艺经纪行业总体规模分析

#### 5.2.1 企业数量结构分析

#### 5.2.2 人员规模状况分析

#### 5.2.3 行业资产规模分析

#### 5.2.4 行业市场规模分析

### 5.3 2014-2016年中国演艺经纪行业市场供需分析

#### 5.3.1 中国演艺经纪行业供给分析

#### 5.3.2 中国演艺经纪行业需求分析

#### 5.3.3 中国演艺经纪行业供需平衡

### 5.4 2014-2016年中国演艺经纪行业财务指标总体分析

#### 5.4.1 行业盈利能力分析

#### 5.4.2 行业偿债能力分析

#### 5.4.3 行业营运能力分析

#### 5.4.4 行业发展能力分析

## 第六章 中国演艺经纪行业细分市场分析

### 6.1 细分市场一

#### 6.1.1 市场发展特点分析

#### 6.1.2 目标消费群体

#### 6.1.3 主要业态现状

#### 6.1.4 市场规模

#### 6.1.5 发展潜力

### 6.2 细分市场二

#### 6.2.1 市场发展特点分析

#### 6.2.2 目标消费群体

#### 6.2.3 主要业态现状

#### 6.2.4 市场规模

#### 6.2.5 发展潜力

### 6.3 细分市场三

#### 6.3.1 市场发展特点分析

#### 6.3.2 目标消费群体

#### 6.3.3 主要业态现状

#### 6.3.4 市场规模

#### 6.3.5 发展潜力

### 6.4 San.sheng。Consulting建议

#### 6.4.1 细分市场研究结论

#### 6.4.2 细分市场三-胜建议

## 第七章 演艺经纪行业目标客户群分析

### 7.1 消费者偏好分析

### 7.2 消费者行为分析

### 7.3 演艺经纪行业品牌认知度分析

### 7.4 消费人群分析

#### 7.4.1 年龄分布情况

#### 7.4.2 性别分布情况

#### 7.4.3 职业分布情况

#### 7.4.4 收入分布情况

### 7.5 需求影响因素

#### 7.5.1 价格

#### 7.5.2 服务质量

#### 7.5.3 其他

## 第八章 演艺经纪行业营销模式分析

### 8.1 营销策略组合理论分析

### 8.2 营销模式的基本类型分析

### 8.3 演艺经纪行业营销现状分析

#### 8.4 演艺经纪行业电子商务的应用情况分析

#### 8.5 演艺经纪行业营销创新发展趋势分析

### 第九章 演艺经纪行业商业模式分析

#### 9.1 商业模式的相关概述

##### 9.1.1 参考模型

##### 9.1.2 成功特征

##### 9.1.3 历史发展

#### 9.2 演艺经纪行业主要商业模式案例分析

##### 9.2.1 案例一

###### 1、定位

###### 2、业务系统

###### 3、关键资源能力

###### 4、盈利模式

###### 5、现金流结构

###### 6、企业价值

##### 9.2.2 案例二

###### 1、定位

###### 2、业务系统

###### 3、关键资源能力

###### 4、盈利模式

###### 5、现金流结构

###### 6、企业价值

##### 9.2.3 案例三

###### 1、定位

###### 2、业务系统

###### 3、关键资源能力

###### 4、盈利模式

###### 5、现金流结构

###### 6、企业价值

#### 9.3 演艺经纪行业商业模式创新分析

##### 9.3.1 商业模式创新的内涵与特征

##### 9.3.2 商业模式创新的因素分析

##### 9.3.3 商业模式创新的目标与路径

##### 9.3.4 商业模式创新的实践与启示

### 9.3.5 2016年最具颠覆性创新的商业模式分析

### 9.3.6 演艺经纪行业商业模式创新选择

## 第十章 中国演艺经纪行业市场竞争格局分析

### 10.1 中国演艺经纪行业竞争格局分析

#### 10.1.1 演艺经纪行业区域分布格局

#### 10.1.2 演艺经纪行业企业规模格局

#### 10.1.3 演艺经纪行业企业性质格局

### 10.2 中国演艺经纪行业竞争五力分析

#### 10.2.1 演艺经纪行业上游议价能力

#### 10.2.2 演艺经纪行业下游议价能力

#### 10.2.3 演艺经纪行业新进入者威胁

#### 10.2.4 演艺经纪行业替代产品威胁

#### 10.2.5 演艺经纪行业现有企业竞争

### 10.3 中国演艺经纪行业竞争SWOT分析

#### 10.3.1 演艺经纪行业优势分析（S）

#### 10.3.2 演艺经纪行业劣势分析（W）

#### 10.3.3 演艺经纪行业机会分析（O）

#### 10.3.4 演艺经纪行业威胁分析（T）

### 10.4 中国演艺经纪行业投资兼并重组整合分析

#### 10.4.1 投资兼并重组现状

#### 10.4.2 投资兼并重组案例

### 10.5 中国演艺经纪行业重点企业竞争策略分析

## 第十一章 中国演艺经纪行业领先企业竞争力分析

### 11.1 \*\*\*公司竞争力分析

#### 11.1.1 企业发展基本情况

#### 11.1.2 企业业务发展情况

#### 11.1.3 企业竞争优势分析

#### 11.1.4 企业经营状况分析

#### 11.1.5 企业最新发展动态

#### 11.1.6 企业发展战略分析

### 11.2 \*\*\*公司竞争力分析

#### 11.2.1 企业发展基本情况

#### 11.2.2 企业业务发展情况

- 11.2.3 企业竞争优势分析
- 11.2.4 企业经营状况分析
- 11.2.5 企业最新发展动态
- 11.2.6 企业发展战略分析
- 11.3 \*\*\*公司竞争力分析
  - 11.3.1 企业发展基本情况
  - 11.3.2 企业业务发展情况
  - 11.3.3 企业竞争优势分析
  - 11.3.4 企业经营状况分析
  - 11.3.5 企业最新发展动态
  - 11.3.6 企业发展战略分析
- 11.4 \*\*\*公司竞争力分析
  - 11.4.1 企业发展基本情况
  - 11.4.2 企业业务发展情况
  - 11.4.3 企业竞争优势分析
  - 11.4.4 企业经营状况分析
  - 11.4.5 企业最新发展动态
  - 11.4.6 企业发展战略分析
- 11.5 \*\*\*公司竞争力分析
  - 11.5.1 企业发展基本情况
  - 11.5.2 企业业务发展情况
  - 11.5.3 企业竞争优势分析
  - 11.5.4 企业经营状况分析
  - 11.5.5 企业最新发展动态
  - 11.5.6 企业发展战略分析
- 11.6 \*\*\*公司竞争力分析
  - 11.6.1 企业发展基本情况
  - 11.6.2 企业业务发展情况
  - 11.6.3 企业竞争优势分析
  - 11.6.4 企业经营状况分析
  - 11.6.5 企业最新发展动态
  - 11.6.6 企业发展战略分析
- 11.7 \*\*\*公司竞争力分析
  - 11.7.1 企业发展基本情况
  - 11.7.2 企业业务发展情况

11.7.3 企业竞争优势分析

11.7.4 企业经营状况分析

11.7.5 企业最新发展动态

11.7.6 企业发展战略分析

11.8 \*\*\*公司竞争力分析

11.8.1 企业发展基本情况

11.8.2 企业业务发展情况

11.8.3 企业竞争优势分析

11.8.4 企业经营状况分析

11.8.5 企业最新发展动态

11.8.6 企业发展战略分析

11.9 \*\*\*公司竞争力分析

11.9.1 企业发展基本情况

11.9.2 企业业务发展情况

11.9.3 企业竞争优势分析

11.9.4 企业经营状况分析

11.9.5 企业最新发展动态

11.9.6 企业发展战略分析

11.10 \*\*\*公司竞争力分析

11.10.1 企业发展基本情况

11.10.2 企业业务发展情况

11.10.3 企业竞争优势分析

11.10.4 企业经营状况分析

11.10.5 企业最新发展动态

11.10.6 企业发展战略分析

## 第十二章 2017-2022年中国演艺经纪行业发展趋势与前景分析

12.1 2017-2022年中国演艺经纪市场发展前景

12.1.1 2017-2022年演艺经纪市场发展潜力

12.1.2 2017-2022年演艺经纪市场发展前景展望

12.1.3 2017-2022年演艺经纪细分行业发展前景分析

12.2 2017-2022年中国演艺经纪市场发展趋势预测

12.2.1 2017-2022年演艺经纪行业发展趋势

12.2.2 2017-2022年演艺经纪市场规模预测

12.2.3 2017-2022年细分市场发展趋势预测

### 12.3 2017-2022年中国演艺经纪行业供需预测

#### 12.3.1 2017-2022年中国演艺经纪行业供给预测

#### 12.3.2 2017-2022年中国演艺经纪行业需求预测

#### 12.3.3 2017-2022年中国演艺经纪供需平衡预测

### 12.4 影响企业经营的关键趋势

#### 12.4.1 行业发展有利因素与不利因素

#### 12.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

#### 12.4.3 服务业开放对演艺经纪行业的影响

#### 12.4.4 互联网+背景下演艺经纪行业的发展趋势

## 第十三章 2017-2022年中国演艺经纪行业投资前景

### 13.1 演艺经纪行业投资现状分析

### 13.2 演艺经纪行业投资特性分析

#### 13.2.1 演艺经纪行业进入壁垒分析

#### 13.2.2 演艺经纪行业盈利模式分析

#### 13.2.3 演艺经纪行业盈利因素分析

### 13.3 演艺经纪行业投资机会分析

#### 13.3.1 产业链投资机会

#### 13.3.2 细分市场投资机会

#### 13.3.3 重点区域投资机会

#### 13.3.4 产业发展的空白点分析

### 13.4 演艺经纪行业投资风险分析

#### 13.4.1 演艺经纪行业政策风险

#### 13.4.2 宏观经济风险

#### 13.4.3 市场竞争风险

#### 13.4.4 关联产业风险

#### 13.4.5 技术研发风险

#### 13.4.6 其他投资风险

### 13.5 “互联网+”与“双创”战略下企业的投资机遇

#### 13.5.1 “互联网+”与“双创”的概述

#### 13.5.2 企业投资挑战和机遇

#### 13.5.3 企业投资问题和投资策略

#### 1、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资问题分析

#### 2、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资策略探究

### 13.6 演艺经纪行业投资潜力与建议

- 13.6.1 演艺经纪行业投资潜力分析
- 13.6.2 演艺经纪行业最新投资动态
- 13.6.3 演艺经纪行业投资机会与建议

## 第十四章 2017-2022年中国演艺经纪企业投资战略分析

- 14.1 企业投资战略制定基本思路
  - 14.1.1 企业投资战略的特点
  - 14.1.2 企业投资战略类型选择
  - 14.1.3 企业投资战略制定程序
- 14.2 现代企业投资战略的制定
  - 14.2.1 企业投资战略与总体战略的关系
  - 14.2.2 产品不同生命周期阶段对制定企业投资战略的要求
  - 14.2.3 企业投资战略的选择
- 14.3 演艺经纪企业战略规划策略分析
  - 14.3.1 战略综合规划
  - 14.3.2 技术开发战略
  - 14.3.3 区域战略规划
  - 14.3.4 产业战略规划
  - 14.3.5 营销品牌战略
  - 14.3.6 竞争战略规划

## 第十五章 研究结论及建议

- 15.1 研究结论
- 15.2 建议
  - 15.2.1 行业发展策略建议
  - 15.2.2 行业投资方向建议
  - 15.2.3 行业投资方式建议

图表详见正文（FSWJP）

特别说明：观研网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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jingji/305016305016.html>