

# 2009-2012年文化产业竞争格局与投资战略研究咨询报告

## 报告大纲

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年文化产业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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：<https://baogao.chinabaogao.com/qitawenhua/6742167421.html>

报告价格：电子版：6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版：8000

订购电话：400-007-6266 010-86223221

电子邮箱：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

## 二、报告目录及图表目录

我国文化产业快速发展，占国内生产总值的比重逐年提高，电影产量已跻身世界前3位。我国服务业保持良好发展势头。旅游、文化、电信、健身等适应居民消费升级需要的服务业长足发展。2008年，国内旅游人数为17.1亿人次，比2005年增长41.5%。电话用户总数高居世界第一，截至2009年6月底互联网上网人数达到3.38亿人。工业设计、创意、软件、咨询、金融保险等知识密集型服务业无论在市场规模、产品种类还是在服务水平上都有了较大幅度跨越，2008年软件业收入比2005年增长93.9%。一批创意产业集聚区和有影响力的创意型企业加快成长。即使在全球金融危机背景下，动漫、影视、软件、网络与计算机服务等新兴文化产业在北京、上海、深圳等地出现井喷式发展。文化产业具有鲜明的逆周期性。美国电影正是在应对1929年经济危机中迅猛发展并成为世界电影第一大国；日本动漫业是经历了上世纪70年代的经济危机后迅速崛起；韩国的电影电视剧、网络游戏也是在1997年亚洲金融危机时迅速发展成为本国的支柱产业。但是，受体制等因素制约，我国文化产业的增长潜力还未释放。2008年以来，我国电影市场不仅没有受到国际金融危机的冲击，反而逆势而上。内地票房连续几年增长、电影院增加、分成增加等都是影视市场大牛的预告，现在中国正朝着这个方向走。动漫业在国家相关政策扶持下，出现井喷式增长。2009年第一季度统计显示，中国主营和兼营动漫业务的企业已超过1万家。财政部和国家税务总局8月1日发布的扶持动漫产业的税收政策将进一步推动国内动漫产业投资热潮。未来文化产业是投资人的蓝色海洋，前景十分广阔。今后风险投资的兴趣将可能转向文化创意产业，这个产业增值很快，成长性很强。

2009年，或将成为中国文化产业史上元年。在这一年，国务院正式通过了《文化产业振兴规划》，第一次从国家层面上对文化产业的发展制定了规划。同样在这一年，中宣部、文化部联合下发《关于深化国有文艺演出院团体制改革的若干意见》，决定全面深化文化体制改革，把事业性质的文化单位转制为企业，推入市场，实现真正的竞争局面。2009年年初预算安排中，中央财政以前所未有的力度加大了对文化产业的支持和投入，总计约10亿元。财政部还将在年内设立文化产业投资基金，预计基金总规模将为100亿元，作为文化产业发展的补充。详细解读这份“振兴规划”后不难发现，其中包含了很多个文化产业领域的“第一”—— k 艤 撑 蠕 淚 噴 k 蠕 豆 粿 皀 皀 蠕。产品的生产环节同样重要的地位，第一次将多媒体纳入文化产业的领域。文化部也从官方角度向公众详细解读了这份“振兴规划”，他们认为，从这份规划本身来看，是政府首次对非实体经济行业提出的振兴规划，可见文化产业本身对于经济的拉动作用。从文化产业自身条件来看，其作为资源消耗少、环境污染少、附加价值高、发展潜力大的“绿色产业”，相对于传统产业具有较强的拉动性和“溢出效应”，是当今世界公认的“朝阳产业”。每一次金融危机的爆发总会带动文化产业的巨大发展和繁荣。而眼下还没有结束的这场全球性的金融危机正值中国文化产业的萌发阶段，可以说为文化产业的大发展和大繁荣提供了天时、地利、人和的绝

佳时机。当前世界金融危机和经济衰退，对文化建设发展既是挑战，更是机遇。我国综合国力日益增强，为改革提供了坚实的物质基础；文化体制改革配套措施不断完善，为改革提供了有力的政策保障。文化部有关官员也表示，要充分利用文化发展反经济周期的特点，通过深化文化体制改革，推动文化事业文化产业逆势而上。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家文化部、国家商务部、国家广播电影电视总局、中国新闻出版总署、中国旅游局、中国广告业协会、中国期刊协会、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国文化产业的基本概况、发展环境、主要城市发展情况以及国家相关产业政策等进行了分析，并重点分析了文化产业发展趋势和竞争实力等。报告再次对中国的文化创意产业、影视业、音像业、出版业、旅游业、动漫业等细分行业进行了详细分析，最后剖析了中国国内文化产业的竞争格局和重点文化产业企业的运营状况，是文化类相关企业、投资机构、广告公司等准确了解目前中国文化产业发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的决策参考。

## 目录

### CONTENTS

#### 第一部分 行业发展现状

##### 第一章 文化产业概述

###### 第一节 文化概述

一、文化的定义

二、文化的分类

三、文化的起源

四、文化的研究

五、文化的特点

六、文化的构成及社会化

七、中国传统文化基本精神

###### 第二节 文化产业概述

一、文化产业的概念

二、文化产业的范围

三、文化产业的分类

###### 第三节 文化创意产业概述

一、文化创意产业的概念

二、文化创意产业的特征

三、创意产业形成的条件

###### 第四节 我国文化产业统计指标体系

一、我国文化产业的统计指标

二、文化产业统计范围的界定

### 三、文化产业指标体系的设置

## 第二章 国际文化产业发展分析

### 第一节 国际文化产业发展分析

一、发达国家文化产业发展经验

二、发展中国家的文化产业成长契机

三、未来全球文化产业发展面临着的机遇和挑战

### 第二节 全球各类文化产业发展分析

一、全球演艺业发展分析

二、全球娱乐业发展分析

三、全球音像业发展分析

四、全球传媒业发展分析

五、全球出版业发展分析

六、全球电影业发展分析

七、全球旅游业发展分析

八、全球网络服务业发展分析

九、全球电子娱乐游戏业发展分析

十、全球体育产业发展分析

十一、全球动漫产业发展分析

十二、全球文化培训业发展分析

十三、全球艺术品拍卖业发展分析

十四、全球城市会展业发展分析

### 第三节 世界部分国家文化产业发展分析

一、美国

二、法国

三、英国

四、德国

五、日本

六、韩国

## 第三章 中国文化产业分析

### 第一节 我国文化产业发展现状

一、我国文化产业发展概况

二、2008年中国文化产业网全球覆盖情况

三、发展文化金融业对我国发展文化产业的意义

四、全球金融危机背景下我国文化产业发展

五、2009年文化产业示范基地增加情况

六、2009年我国文化产业发展结构情况

七、国内文化产业发展的基本特征

八、近年来我国文化产业研究成果

九、我国发展文化产业的关键

第二节 我国文化产业发展的科学发展观研究

一、文化系统开展文化产业工作的主要成绩

二、文化系统促进文化产业发展的基本经验

三、今后一个时期文化产业工作的主要任务

第三节 影响我国文化产业发展因素分析

一、影响文化产业发展的要素分析

二、近年来推动中国文化产业快速发展因素分析

三、2008-2009年促进文化产业发展的平台

第四节 奥运会对中国文化产业发展的影响

一、奥运会给文化产业发展的机遇和挑战

二、奥运会对我国文化产业发展的持续影响

第五节 全球化对我国文化产业发展的影响及对策

一、我国文化产业发展的全球化背景

二、全球化背景下中国文化产业发展面临的机遇和挑战

三、我国在全球化背景下文化产业应采取的对策

第四章 文化创意产业发展分析

第一节 我国文化创意产业发展现状分析

一、我国文化创意产业发展状况

二、我国部分城市文化创意产业发展现状

三、我国发展红色文化创意产业情况

四、我国创意文化产业管理人才状况

第二节 2008年影响我国文化创意产业发展重大因素

一、金融危机

二、奥运会

第三节 金融危机背景下的文化（创意）产业园区建设与发展

一、金融危机背景下文化（创意）产业园区面临挑战

二、文化（创意）产业园区在金融危机中的机遇分析

三、文化（创意）产业园区如何应对经济危机

第五章 细分产业发展分析

第一节 影视业发展分析

一、我国影视业发展现状分析

- 二、香港影视业发展现状分析
- 三、影视业是文化产业的突破口
- 四、“十一五”影视业发展趋势分析
- 五、中国影视业发展存在的问题
- 六、近年来影视业和银行之间的信贷关系探讨
- 七、2009年我国影视业发展机遇分析
- 八、2009年金融危机对我国影视业影响

#### 第二节 动漫业发展分析

- 一、我国动漫产业发展现状
- 二、2008年我国动漫国际竞争分析
- 三、我国动漫业发展存在的问题
- 四、2009年我国动漫行业的人才供需分析
- 五、2008-2009年金融海啸给我国动漫业带来的机遇和挑战

#### 第三节 音像业发展分析

- 一、音像产业组织形式
- 二、音像产品种类与生产数量
- 三、2009年我国音像市场分析
- 四、2012年数字音乐市场预测
- 五、未来几年全球及美国市场传统音像制品消费预测
- 六、音像产业销售渠道与销售方式的变化趋势
- 七、2008-2010年中国无线音乐市场发展趋势
- 八、2009年传统唱片市场发展趋势

#### 第四节 出版业发展分析

- 一、金融危机对全球出版业影响分析
- 二、改革开放30年来新闻出版业发展分析
- 三、2008年我国出版业战略转型期发展分析
- 四、近年来我国出版业“转企改制”研究
- 五、中国出版业融入世界发展研究
- 六、我国电子出版业发展情况和问题
- 七、我国数字出版业版权保护问题分析

#### 第五节 旅游业发展分析

- 一、旅游业发展的阶段性与转型
- 二、亚洲区域旅游合作的基本模式
- 三、北美乡村旅游发展特点及对我国的启示
- 四、2008年我国旅游业总收入情况

五、旅游竞争态模型

六、我国大城市旅游圈划分的设想

七、2008-2009年金融危机对我国旅游业的影响及应对措施

第六节 网络游戏业发展分析

一、我国网络游戏业发展现状

二、金融危机对中国网络游戏业影响分析

三、中国网络游戏业竞争分析

四、未来10年网络游戏业发展趋势

第七节 文化遗产发展分析

一、文化遗产分类及价值判定

二、城市化进程中的文化遗产保护分析

三、2008-2009年文化遗产法制建设的情况分析

四、历史文化遗产保护与经济社会发展相结合探讨

五、贵州省文化遗产保护和可持续发展分析

第八节 广告业发展分析

一、2008-2009年我国广告业发展现状

二、金融危机状态下中国广告业的现状及发展走势

三、2009-2012年我国广告业发展机遇分析

四、未来五年中国广告业发展预测

第九节 印刷业发展分析

一、我国印刷业发展现状及形势

二、2008-2009年我国印刷品进出口分析

三、印刷业的绿色可持续性发展

四、互联网技术对印刷业的影响

五、2009年金融危机下全球印刷业发展趋势

六、印刷业应对金融危机策略

第十节 新媒体发展分析

一、2009年新媒体与数字传媒发展分析

二、2009年新媒体行业竞争分析

三、2008年新媒体奥运传播发展分析

四、新媒体发展对传播格局的影响

五、数字化时代的新媒体发展路径分析

六、2009年新媒体发展趋势

第六章 我国各地区文化产业发展分析

第一节 北京文化产业发展分析

- 一、北京文化创意产业集中度情况
- 二、北京文化创意产业的产业链分析
- 三、北京文化创意产业发展的有利因素
- 四、北京文化创意产业发展驱动力分析
- 五、北京体育文化创意产业发展机遇和态势
- 六、北京市文化创意产业未来发展分析

#### 第二节 山东文化产业发展分析

- 一、山东省文化产业发展的体制改革分析
- 二、山东省打造文化品牌分析
- 三、山东省文化产业集聚区发展投入和收入
- 四、山东农村文化产业调查及发展对策
- 五、山东部分市、县文化产业发展分析

#### 第三节 河南文化产业发展分析

- 一、河南省文化产业发展情况
- 二、河南加快文化产业发展新政策及其意义
- 三、河南省文化产业发展和文化体制改革
- 四、河南省漯河市文化产业发展分析

#### 第四节 湖南文化产业发展分析

- 一、湖南文化产业发展概况
- 二、湖南文化产业发展创新之路
- 三、湖南文化产业发展的新机遇

#### 第五节 广西文化产业发展分析

- 一、近年来广西文化产业发展情况
- 二、广西文化产业发展优势及发展策略
- 三、广西面向东盟国家的文化产业多途径发展分析

#### 第六节 陕西文化产业发展分析

- 一、近年来陕西文化产业发展情况
- 二、陕西文化产业发展的基本特征
- 三、促进陕西文化产业发展的策略
- 四、改革开放以来陕西省西安文化产业发展的现状与思考
- 五、2009年陕西文化产业发展新动态

#### 第七节 甘肃文化产业发展分析

- 一、甘肃省文化系统文化产业发展情况
- 二、甘肃陇南市文化产业发展优劣势及对策
- 三、甘肃省白银市文化事业和文化产业发展分析

## 第八节 深圳文化产业发展分析

- 一、2009年深圳文化产业发展现状
- 二、深圳文化产业发展专项资金启动情况
- 三、深圳市高端文化产业发展分析
- 四、深圳文化产业发展"十一五"规划情况

## 第九节 其他地区文化产业发展分析

- 一、重庆市
- 二、浙江省
- 三、上海市
- 四、天津市
- 五、辽宁省
- 六、江苏省
- 七、云南省
- 八、山西省
- 九、内蒙古
- 十、海南

## 第二部分 行业竞争格局

### 第七章 文化产业竞争分析

#### 第一节 文化产业竞争力分析

- 一、我国文化竞争力分析
- 二、2008年全球旅游业竞争力排名
- 三、2008年长三角创意产业竞争力分析

#### 第二节 2008-2009年中国文化产业竞争分析及预测

- 一、2008年文化市场竞争情况分析
- 二、2009年文化市场竞争形势分析
- 三、2008-2009年集中度分析及预测
- 四、2008-2009年SWOT分析及预测
- 五、2008-2009年进入退出状况分析及预测
- 六、2008-2009年生命周期分析及预测

### 第八章 文化企业竞争策略分析

- #### 第一节 提升文化产业竞争力的对策
- 一、优化文化产业的发展环境
  - 二、制定差异化的区域文化产业发展战略
  - 三、积极推动文化与现代高新科技融合
- #### 第二节 文化产业竞争策略分析

一、2009年文化市场增长潜力分析

二、2009年文化主要潜力项目分析

三、现有文化竞争策略分析

四、文化潜力项目竞争策略选择

五、典型企业项目竞争策略分析

**第三节 文化企业竞争策略分析**

一、金融危机对文化产业竞争格局的影响

二、金融危机后文化产业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国文化市场竞争趋势

四、2009-2012年文化产业竞争格局展望

五、2009-2012年文化产业竞争策略分析

六、2009-2012年文化企业竞争策略分析

**第九章 文化重点企业分析**

**第一节 中视传媒股份有限公司**

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

**第二节 湖南电广传媒股份有限公司**

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

**第三节 上海东方明珠(集团)股份有限公司**

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

**第四节 北京赛迪传媒投资股份有限公司**

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

**第五节 成都博瑞传播股份有限公司**

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 辽宁出版传媒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 远东实业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 北京首都旅游股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 中青旅控股股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十节 桂林旅游股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十一节 湖南华天大酒店股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十二节 丽江玉龙旅游股份有限公司

一、企业概况

## 二、竞争优势分析

### 三、2008-2009年经营状况

### 四、2009-2012年发展战略

## 第三部分 行业前景预测

### 第十章 文化产业发展趋势预测

#### 第一节 文化产业前景分析

##### 一、未来文化的发展趋势展望

##### 二、中国文化未来发展前景广阔

##### 三、2009年我国文化产业发展趋势

##### 四、2009年中国文化市场发展预测

##### 五、2009-2012年文化发展方向探讨

##### 六、2008-2011年文化市场规模预测

#### 第二节 2009-2012年文化市场趋势分析

##### 一、2008-2009年文化市场趋势总结

##### 二、2009-2012年文化发展趋势分析

##### 三、2009-2012年文化市场发展空间

##### 四、2009-2012年文化产业政策趋向

##### 五、2009-2012年文化价格走势分析

#### 第三节 2009-2012年文化市场预测

##### 一、2009-2012年文化市场结构预测

##### 二、2009-2012年文化市场需求前景

##### 三、2009-2012年文化市场价格预测

##### 四、2009-2012年文化产业集中度预测

## 第四部分 投资战略研究

### 第十一章 文化产业投资现状分析

#### 第一节 2008年文化产业投资情况分析

##### 一、2008年总体投资及结构

##### 二、2008年投资规模情况

##### 三、2008年投资增速情况

##### 四、2008年分行业投资分析

##### 五、2008年分地区投资分析

##### 六、2008年外商投资情况

#### 第二节 2009年上半年文化产业投资情况分析

##### 一、2009年上半年总体投资及结构

##### 二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

六、2009年上半年外商投资情况

第十二章 文化产业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年文化产业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第四节 文化产业振兴规划

一、文化产业振兴规划概述

二、文化产业振兴规划细则

三、文化产业振兴规划主要任务

四、文化产业振兴规划主要工程

五、文化产业振兴规划主要措施

六、文化产业振兴规划的意义与作用

七、文化产业振兴规划对行业的影响

第十三章 文化产业投资机会与风险

第一节 文化产业投资效益分析

一、2008-2009年文化产业投资状况分析

二、2009-2012年文化产业投资效益分析

三、2009-2012年文化产业投资趋势预测

四、2009-2012年文化产业的投资方向

五、2009-2012年文化产业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响文化产业发展的主要因素

一、2009-2012年影响文化产业运行的有利因素分析

- 二、2009-2012年影响文化产业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响文化产业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国文化产业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国文化产业发展面临的机遇分析

### 第三节 文化产业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年文化产业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年文化产业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年文化产业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年文化同业竞争风险及控制策略
- 五、2009-2012年文化产业其他风险及控制策略

## 第十四章 文化产业投资战略研究

### 第一节 文化产业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、业务组合战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

### 第二节 对文化品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、文化实施品牌战略的意义
- 三、文化企业品牌的现状分析
- 四、文化企业的品牌战略
- 五、文化品牌战略管理的策略

### 第三节 文化产业投资战略研究

- 一、2008年文化产业投资战略
- 二、2009年文化产业投资战略
- 三、2009-2012年文化产业投资战略
- 四、2009-2012年细分行业投资战略

## 图表目录

- 图表：文化的分类
- 图表：文化产业范围
- 图表：我国文化产业行业构成图
- 图表：我国新闻出版业结构
- 图表：我国文化艺术业结构

- 图表：我国广播、电视、电影和音像业结构
- 图表：我国文化产品印刷和记录媒介复制业结构
- 图表：我国文化用品制造业结构
- 图表：我国文化用品批发零售业结构
- 图表：我国文化信息传输服务业结构
- 图表：我国文化社会娱乐服务业结构
- 图表：文化产业分行业的核算指标
- 图表：文化产业单位（行业）统计分析指标
- 图表：文化产业单位的基础指标
- 图表：文化产业的相关辅助指标
- 图表：影响文化产业发展的要素
- 图表：中国在线影视行业市场规模及预期
- 图表：用户认为在线收看影视节目的优点
- 图表：动漫人才流动率分布图
- 图表：动漫行业薪酬区间分布
- 图表：2008-2012年动漫行业年均薪酬水平及涨幅预测
- 图表：中国音像业组织形式
- 图表：音像业四种市场和厂商的基本特征比较
- 图表：唱片行业的产业链
- 图表：音像产品主要形态和内容分类
- 图表：2012年全球数字音乐销售收入占音乐销售总收入比重
- 图表：2003-2008年全球IP-TV用户数增长图
- 图表：2003-2008年IPSTB的市场发展图
- 图表：2006-2011年全球及美国音像制品市场消费规模及增长率
- 图表：旅游业发展的阶段性及其转型
- 图表：区域旅游合作的基本模式
- 图表：加拿大乡村旅游者旅游动机
- 图表：北美乡村旅游者旅游动机
- 图表：北美乡村旅游的旅游项目
- 图表：2008年我国旅游收入图
- 图表：2008年我国网络旅游市场情况
- 图表：旅游依据竞争态对客源市场等级的划分方案
- 图表：神农架客源市场竞争态分析
- 图表：旅游客源竞争的理论对比
- 图表：神农架客源市场等级划分

图表：大城市旅游圈分级指标示意表

图表：我国大城市旅游圈

图表：2008至2020年北京市旅游业人力资源需求预测

图表：中国广告业演变的三个阶段的主要特征

图表：中国广告业结构关系

图表：中国广告业活动过程

图表：广告在品牌传播中对消费者的影响作用

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/qitawenhua/6742167421.html>