

# 2021年中国户外音乐节市场分析报告- 市场运营现状与发展趋势研究

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《2021年中国户外音乐节市场分析报告-市场运营现状与发展趋势研究》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/wentiule/537580537580.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

户外音乐节即以民族音乐、现代音乐、电子音乐等一种或多种音乐形式表现的，每年固定时间点在城市公园、景区等户外空旷场地举办的音乐集会。我国户外音乐节主要分为音乐嘉年华、电子音乐节、摇滚音乐节、爵士音乐节、说唱音乐节。音乐嘉年华即综合性音乐节，音乐风格形式多样，包括摇滚、民谣、电音、说唱等音乐元素，是目前举办场数最多，受众最广的户外音乐节，主要代表有"草莓音乐节"和"麦田音乐节"。相比音乐嘉年华，其他音乐节具有音乐风格较为统一的特征，现阶段，我国电子音乐节数量多于摇滚音乐节多于爵士音乐节和Hip-Hop音乐节。

### 主要户外音乐节分类及简介

#### 分类

#### 代表音乐节

#### 简介

#### 音乐嘉年华

#### 草莓音乐节

草莓音乐节为摩登天空于2009年创办的音乐节品牌,以“青春”、“多元”为主题,由春天、浪漫等元素组成,音乐风格包括摇滚、民谣、电音等多样形式。

#### 麦田音乐节

第一届麦田音乐节于2018年举办,音乐类型融入了民谣电子、说唱、爵士等多元化的音乐元素。

#### 张北草原音乐节

张北草原音乐节创办于2009年，自2013年起，由阳光媒体集团正式接棒张北草原音乐节的全面运营管理。2017年张北草原音乐节以3天30万人次的实际到达人数打破了亚洲记录，是国内规模最大的户外音乐节。

#### 星潮音乐节

星巢音乐节创办自2017年

#### 电子音乐节

#### 百威风暴电音节

2013年STORM与百威联合创办的大型户外电子音乐节,旨在传播电子音乐文化,以孕育出中国电子音乐粉丝团体。

#### Intro电音节

从INTRO 2009电子音乐节在首都北京初次亮相，到INTRO 2016电子音乐节首次登陆上海，8年时间，INTRO音乐节已经成为国内历史最长、最具影响力的电音盛事

#### 丛林电音节

从林音乐节为华南地区最具规模的电子音乐户外狂欢活动,通过打造丰富灵活、互动性高的舞台,提高参与者的体验感。

摇滚音乐节

迷笛音乐节

迷笛音乐节始于2000年,最初几年场地设立于北京校园内,入场免费,参演乐队无经济报酬。之后迷笛音乐节由北京拓展至其他城市,被称为中国的“伍德斯托克”。

摩登天空音乐节

摩登天空音乐节是大型露天摇滚现场音乐节,第一届于2007年在北京海淀公园上演,邀请到了超过120组摇滚乐队艺人参演。2014年音乐节成功在纽约中央公园举办,成为中国摇滚乐最具影响力的事件之一。

爵士音乐节

北山国际爵士音乐节

属于北山音乐节,于2010年建立,一个扎根于珠海的音乐品牌,是华美天培教育集团旗下的一个文化创意产业品牌。也是珠海市政府大力支持的文化产业项目

说唱音乐节

YOLO

集合了街舞、滑板、接头篮球等不同的街头文化形式。

AYO

中国首个嘻哈音乐节 数据来源:公开资料整理

2007年至2014年,得益于迷笛音乐节和摩登天空音乐节的出现,我国户外音乐节处于井喷式发展阶段,音乐节数量持续增多。由于户外大型活动踩踏事件频发,2015年音乐节数量骤减,行业步入规范化管理阶段。自2006年起,高昂的音乐节运营成本、同质化的内容和激烈的竞争使得音乐节存活率较低,头部效应日益明显。

2007-2019年我国户外音乐节举办次数 数据来源:公开资料整理

根据数据显示,2017年、2018年、2019年我国音乐节第二年存活率分别为39.3%、48.7%、41.2%,三年均存活率仅为15%。

2017-2019年我国音乐节第二年存活率 数据来源:公开资料整理

我国户外音乐节参与者主要包括音乐公司(音乐厂牌)、商业公司(如饮料品牌)、政府、文化机构、媒体和其他机构(如NGO公司),其中57%的音乐节由非音乐类公司承办,并以独家主办为主。

2019年我国音乐节主办方类型占比情况 数据来源:公开资料整理(zlj)

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国户外音乐节市场分析报告-市场运营现状与发展趋势研究》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。

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。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。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。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国户外音乐节行业发展概述

#### 第一节 户外音乐节行业发展情况概述

##### 一、户外音乐节行业相关定义

##### 二、户外音乐节行业基本情况介绍

##### 三、户外音乐节行业发展特点分析

##### 四、户外音乐节行业经营模式

##### 1、生产模式

##### 2、采购模式

##### 3、销售模式

##### 五、户外音乐节行业需求主体分析

## 第二节 中国户外音乐节行业上下游产业链分析

### 一、产业链模型原理介绍

### 二、户外音乐节行业产业链条分析

### 三、产业链运行机制

#### 1、沟通协调机制

#### 2、风险分配机制

#### 3、竞争协调机制

### 四、中国户外音乐节行业产业链环节分析

#### 1、上游产业

#### 2、下游产业

## 第三节 中国户外音乐节行业生命周期分析

### 一、户外音乐节行业生命周期理论概述

### 二、户外音乐节行业所属的生命周期分析

## 第四节 户外音乐节行业经济指标分析

### 一、户外音乐节行业的赢利性分析

### 二、户外音乐节行业的经济周期分析

### 三、户外音乐节行业附加值的提升空间分析

## 第五节 中国户外音乐节行业进入壁垒分析

### 一、户外音乐节行业资金壁垒分析

### 二、户外音乐节行业技术壁垒分析

### 三、户外音乐节行业人才壁垒分析

### 四、户外音乐节行业品牌壁垒分析

### 五、户外音乐节行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球户外音乐节行业市场发展现状分析

### 第一节 全球户外音乐节行业发展历程回顾

### 第二节 全球户外音乐节行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲户外音乐节行业地区市场分析

#### 一、亚洲户外音乐节行业市场现状分析

#### 二、亚洲户外音乐节行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲户外音乐节行业市场前景分析

### 第四节 北美户外音乐节行业地区市场分析

#### 一、北美户外音乐节行业市场现状分析

#### 二、北美户外音乐节行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美户外音乐节行业市场前景分析

## 第五节 欧洲户外音乐节行业地区市场分析

- 一、欧洲户外音乐节行业市场现状分析
- 二、欧洲户外音乐节行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲户外音乐节行业市场前景分析

## 第六节 2021-2026年世界户外音乐节行业分布走势预测

## 第七节 2021-2026年全球户外音乐节行业市场规模预测

## 第三章 中国户外音乐节产业发展环境分析

### 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、全社会消费品户外音乐节总额
- 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 中国户外音乐节行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国户外音乐节产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

## 第四章 中国户外音乐节行业运行情况

### 第一节 中国户外音乐节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 中国户外音乐节行业市场规模分析

### 第三节 中国户外音乐节行业供应情况分析

### 第四节 中国户外音乐节行业需求情况分析

### 第五节 我国户外音乐节行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国户外音乐节行业供需平衡分析

第七节 中国户外音乐节行业发展趋势分析

第五章 中国户外音乐节所属行业运行数据监测

第一节 中国户外音乐节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 中国户外音乐节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 中国户外音乐节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

第六章 2017-2020年中国户外音乐节市场格局分析

第一节 中国户外音乐节行业竞争现状分析

一、中国户外音乐节行业竞争情况分析

二、中国户外音乐节行业主要品牌分析

第二节 中国户外音乐节行业集中度分析

一、中国户外音乐节行业市场集中度影响因素分析

二、中国户外音乐节行业市场集中度分析

第三节 中国户外音乐节行业存在的问题

第四节 中国户外音乐节行业解决问题的策略分析

第五节 中国户外音乐节行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

### 第七章 2017-2020年中国户外音乐节行业需求特点与动态分析

#### 第一节 中国户外音乐节行业消费市场动态情况

#### 第二节 中国户外音乐节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 户外音乐节行业成本结构分析

#### 第四节 户外音乐节行业价格影响因素分析

##### 一、供需因素

##### 二、成本因素

##### 三、渠道因素

##### 四、其他因素

#### 第五节 中国户外音乐节行业价格现状分析

#### 第六节 中国户外音乐节行业平均价格走势预测

##### 一、中国户外音乐节行业价格影响因素

##### 二、中国户外音乐节行业平均价格走势预测

##### 三、中国户外音乐节行业平均价格增速预测

### 第八章 2017-2020年中国户外音乐节行业区域市场现状分析

#### 第一节 中国户外音乐节行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区户外音乐节市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区户外音乐节市场规模分析

##### 四、华东地区户外音乐节市场规模预测

#### 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、华中地区户外音乐节市场规模分析

##### 四、华中地区户外音乐节市场规模预测

#### 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、华南地区户外音乐节市场规模分析
- 四、华南地区户外音乐节市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国户外音乐节行业竞争情况

### 第一节 中国户外音乐节行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

### 第二节 中国户外音乐节行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

### 第三节 中国户外音乐节行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 户外音乐节行业企业分析（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、公司优劣势分析

### 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、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国户外音乐节行业发展前景分析与预测

第一节 中国户外音乐节行业未来发展前景分析

一、户外音乐节行业国内投资环境分析

二、中国户外音乐节行业市场机会分析

三、中国户外音乐节行业投资增速预测

第二节 中国户外音乐节行业未来发展趋势预测

第三节 中国户外音乐节行业市场发展预测

一、中国户外音乐节行业市场规模预测

二、中国户外音乐节行业市场规模增速预测

三、中国户外音乐节行业产值规模预测

四、中国户外音乐节行业产值增速预测

五、中国户外音乐节行业供需情况预测

第四节 中国户外音乐节行业盈利走势预测

一、中国户外音乐节行业毛利润同比增速预测

二、中国户外音乐节行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国户外音乐节行业投资风险与营销分析

### 第一节 户外音乐节行业投资风险分析

- 一、户外音乐节行业政策风险分析
- 二、户外音乐节行业技术风险分析
- 三、户外音乐节行业竞争风险分析
- 四、户外音乐节行业其他风险分析

### 第二节 户外音乐节行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2021-2026年中国户外音乐节行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国户外音乐节行业品牌战略分析

- 一、户外音乐节企业品牌的重要性
- 二、户外音乐节企业实施品牌战略的意义
- 三、户外音乐节企业品牌的现状分析
- 四、户外音乐节企业的品牌战略
- 五、户外音乐节品牌战略管理的策略

### 第二节 中国户外音乐节行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国户外音乐节行业战略综合规划分析

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

### 第四节 户外音乐节行业竞争力提升策略

- 一、户外音乐节行业产品差异性策略
- 二、户外音乐节行业个性化服务策略

- 三、户外音乐节行业的促销宣传策略
- 四、户外音乐节行业信息智能化策略
- 五、户外音乐节行业品牌化建设策略
- 六、户外音乐节行业专业化治理策略

#### 第十四章 2021-2026年中国户外音乐节行业发展策略及投资建议

##### 第一节 中国户外音乐节行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

##### 第二节 中国户外音乐节行业营销渠道策略

- 一、户外音乐节行业渠道选择策略
- 二、户外音乐节行业营销策略

##### 第三节 中国户外音乐节行业价格策略

##### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国户外音乐节行业重点投资区域分析
- 二、中国户外音乐节行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/537580537580.html>