

# 中国文化产业市场规模现状及未来五年盈利空间 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《中国文化产业市场规模现状及未来五年盈利空间预测报告》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/wentibangong/217802217802.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

文化产业，这一术语产生于二十世纪初。最初出现在霍克海默和阿多诺合著的《启蒙辩证法》一书之中。它的英语名称为CultureIndustry，可以译为文化工业，也可以译为文化产业。文化产业作为一种特殊的文化形态和特殊的经济形态，影响了人民对文化产业的本质把握，不同国家从不同角度看文化产业有不同的理解。联合国教科文组织关于文化产业的定义如下：文化产业就是按照工业标准，生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。从文化产品的工业化生产、流通、分配、消费的角度进行界定。

### 一、全球文化产业的发展特点

全球文化产业发展呈现出以下特点：一是文化产业具有反经济周期的特性，经济繁荣带动了文化消费和产业结构升级，经济危机也蕴含着文化产业的重大机遇。二是科技是文化产业发展的催化剂，“文化+科技”拓展了文化产业的发展空间。三是品牌和集群化是核心竞争力，以品牌为核心的产业价值链构建，是文化产业规模化和快速发展的规律。四是文化贸易和保护成为国家新的战略资源和竞争力，国际化的生产方式加剧了对文化资源配置的争夺。

### 二、2014年全球文化产业市场结构

知识信息领域因互联网的不断普及占据了最大的市场份额28.2%，其次分别是广告22.4%、广播电视18.5%、出版14.1%。

### 三、2014年全球文化产业发展分析

Kocca统计数据显示：2014年全球文化产业市场规模达到24600亿美元，市场规模较上年同期增长5.26%。

### 四、2014年全球文化产业竞争格局

2014年全球文化产业市场规模达到24600亿美元，当中知识信息产业规模达到6940亿美元，占比为28.2%；广告产业规模为5010亿美元，占比为22.4%。

报告大纲：

#### 第一章 文化产业发展综述

##### 第一节 文化产业定义及分类

###### 一、行业定义

###### 二、行业分类及范围

###### 三、行业特性及在国民经济中的地位

##### 第二节 文化产业发展的经济学分析

###### 一、文化产业的自然垄断属性分析

###### 二、文化产业的市场势力分析

###### 三、文化产业的调价模型分析

###### 1、让利一定最小增销量模型

###### 2、增销量一定最大降价额模型

四、文化产业正在成为我国支柱产业

五、文化产业对我国经济发展作用分析

六、文化产业与经济关系的投入产出分析

### 第三节 文化产品特性

一、经典外部性理论与公共物品理论回顾

1、外部性理论的简单回顾

2、经典的公共物品理论回顾

二、文化产品的外部性特征

1、文化产品外部性特征的相关研究

2、文化产品外部性内涵的界定

3、文化产品外部性特征的表现形式

4、文化产品及其意识形态属性

三、文化产品的公共物品属性

1、文化产品公共物品属性的相关研究

2、文化产品的公共物品属性剖析

3、优效性文化产品

### 第四节 最近3-5年中国文化产业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、文化产业与知识产权关系

五、周期性分析

六、竞争激烈程度指标

### 第五节 文化消费概论

一、文化消费的定义

二、文化消费的特征

1、文化消费具有多样性

2、文化消费具有层次性

3、文化消费存在有限性和无限性

4、文化消费存在个性化和社会化

5、文化消费具有时间的延伸性

6、文化消费存在无偿性和有偿性

三、提高文化消费水平的途径

1、增加文化消费品（服务）的供给

2、提高消费者的收入和教育水平

3、增加消费者的闲暇时间

4、大力发展文化产业

5、改善文化消费环境

## 第二章 文化产业市场环境及影响分析（PEST）

### 第一节 文化产业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

1、文化产业政策与法规概述

2、广播电视管理政策法规

3、电影产业管理政策法规

4、出版物管理政策法规

5、网络产业管理政策法规

6、演出娱乐市场管理政策法规

7、艺术品市场管理政策法规

8、会展业管理政策法规

9、广告业管理政策法规

10、旅游业管理政策法规

三、《文化及相关产业分类（2012）》

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

### 第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

1、国际宏观经济形势分析

2、国内宏观经济形势分析

3、产业宏观经济环境分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

1、经济复苏对行业的影响

2、货币政策对行业的影响

3、区域规划对行业的影响

### 第三节 行业社会环境分析（S）

一、文化产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、文化产业发展对社会发展的影响

### 第四节 行业技术环境分析（T）

一、文化产业技术分析

## 二、文化产业技术发展分析

### 三、行业主要技术发展趋势

### 四、技术环境对行业的影响

## 第三章 国际文化产业发展分析及经验借鉴

### 第一节 全球文化产业市场总体情况分析

#### 一、全球文化产业发展特点

#### 二、2014年全球文化产业市场结构

#### 三、2014年全球文化产业发展分析

#### 四、2014年全球文化产业竞争格局

#### 五、2014年全球文化产业市场区域分布

### 第二节 国际文化产业发展概况及经验借鉴

#### 一、国际文化产业发展概况

#### 二、国际文化产业发展模式

##### 1、美国 的市场驱动型

##### 2、英法的资源驱动型

##### 3、日韩的政策驱动型

#### 三、国际文化创意产业发展情况

##### 1、国际文化创意产业政策

##### 2、国际文化创意产业经验

#### 四、国际文化产业发展趋势

### 第三节 美国 文化产业发展经验借鉴

#### 一、美国 文化产业管理体制

#### 二、美国 文化产业细分市场发展状况

#### 三、美国 文化产业发展的成功经验借鉴

### 第四节 英国 文化产业发展经验借鉴

#### 一、英国 文化产业管理体制

#### 二、英国 文化产业细分市场发展状况

#### 三、英国 文化产业发展的成功经验借鉴

### 第五节 日本文化产业发展经验借鉴

#### 一、日本文化产业管理体制

#### 二、日本文化产业细分市场发展状况

#### 三、日本文化产业发展的成功经验借鉴

### 第六节 韩国文化产业发展经验借鉴

#### 一、韩国文化产业管理体制

#### 二、韩国文化产业细分市场发展状况

### 三、韩国文化产业发展的成功经验借鉴

## 第四章 中国文化产业的国际比较分析

### 第一节 中国文化产业的国际比较分析

- 一、中国文化产业竞争力指标分析
- 二、中国文化产业经济指标国际比较分析
- 三、文化产业国际竞争力比较

- 1、市场要素
- 2、需求条件
- 3、支援与相关产业
- 4、战略
- 5、政府的作用

### 四、经济全球化对文化产业的冲击

- 1、文化产品的冲击
- 2、文化资本的冲击
- 3、文化价值观的冲击

### 第二节 全球文化产业市场需求分析

- 一、市场规模现状
- 二、需求结构分析
- 三、重点需求客户
- 四、市场前景展望

### 第三节 全球创意产业市场供给分析

- 一、产品及服务规模现状
- 二、产业增长规模分布
- 三、重点城市发展途径及现状

## 第五章 我国文化产业运行现状分析

### 第一节 我国文化产业发展状况分析

- 一、我国文化产业发展阶段
- 二、我国文化产业发展总体概况
- 三、我国文化产业发展特点分析
- 四、我国文化产业十五种商业模式分析
- 五、我国文化产业商业模式评价

### 第二节 2014年文化产业发展现状

- 一、2014年我国文化产业市场规模
- 二、2014年我国文化产业发展分析
- 1、我国文化产业的现状

2、我国文化产业面临的形势

3、中国文化产业发展的原因

4、建议

三、2014年中国文化企业发展分析

四、我国文化企业发展方向及策略研究探讨

第三节 2014年创意产业市场情况分析

一、2014年文化创意产业发展现状与对策调研分析

二、2014年中国创意产品市场发展分析

三、2014年中国创意产业服务市场发展分析

第六章 我国文化产业整体运行指标分析

第一节 2014年中国文化产业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2014年中国文化消费水平指标

一、我国人均文化消费水平

二、我国文化消费人数

三、我国文化消费总额

第三节 我国重点城市文化产业增加值分析

一、北京

二、上海

三、深圳

四、成都

五、长沙

第四节 中国文化产业财务指标总体分析

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

第五节 我国文化产业分类指标

一、文化艺术行业发展指标分析

二、新闻出版发行行业发展指标分析

三、旅游休闲娱乐行业发展指标分析

四、城市规划、

五、工艺美术品

六、广告会展行业发展情况分析

七、软件

八、广播

九、文化产品

第七章 我国文化产业市场需求形势分析

第一节 我国文化产业市场需求分析

一、中国文化产业呈现出蓬勃发展态势

二、文化产业满足人民多样化精神文化需求

三、我国文化产业需求情况

四、我国文化产业供需平衡分析

第二节 文化产品市场应用及需求预测

一、文化产品应用市场总体需求分析

二、2015-2020年文化产业领域需求量预测

三、重点行业文化产品需求分析预测

四、我国文化产品走出去战略研究

第八章 文化产品进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 文化产品进出口市场分析

一、文化产品进出口综述

二、文化产品出口市场分析

三、文化产品进口市场分析

第二节 中国文化产品出口面临的挑战及对策

一、中国文化产品出口面临的挑战

二、中国文化产品未来出口展望

三、中国文化产品出口对策

第九章 我国文化产业结构分析

第一节 文化产业市场结构

一、市场结构类型分析

二、市场集中度的衡量及形成分析

三、市场的进入与退出

四、结构特点及性质

1、产品差异化

2、错位竞争与纵向

3、横向一体化

第二节 产业价值链的结构分析及整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

三、优化市场结构可以调节

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国文化产业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第十章 中国文化产业主要细分市场评估及预测

第一节 中国图书出版业发展分析

一、图书出版行业发展概况

二、图书出版行业发展规模

1、出版社数量

2、行业销售收入

三、图书出版行业经营效益

四、图书出版行业区域特征

五、图书出版行业竞争格局

六、图书出版行业发展趋势

第二节 中国电视产业发展分析

一、电视产业发展规模分析

1、电视产业基础

2、电视节

3、电视产业规模

二、电视市场收视特征分析

1、收视量的变化趋势

2、收视量的观众特征

3、收视量的频道分布

4、收视量的时段分布

5、收视量的周天特征

三、电视市场竞争趋势分析

1、整体竞争格局

2、时段收视表现

3、频道竞争力差异

4、受众市场竞争表现

四、电视节

### 第三节 中国电影产业发展分析

#### 一、电影产业发展规模分析

- 1、电影院线规模
- 2、电影产量规模
- 3、电影观众规模
- 4、电影票房收入
- 5、电影海外销售

#### 二、电影产业竞争格局分析

- 1、区域竞争格局
- 2、影片竞争格局
- 3、国产与进口电影竞争格局

#### 三、3D电影发展分析

- 1、3D电影发展规模
- 2、3D电影盈利能力
- 3、3D电影发展契机
- 4、3D电影趋势预测

#### 四、电影产业发展趋势分析

### 第四节 移动媒体产业发展分析

#### 一、移动媒体基础资源发展情况

- 1、用户规模
- 2、移动终端
- 3、移动网络建设

#### 二、移动媒体市场规模情况

#### 三、移动媒体市场结构分析

#### 四、移动媒体产品与服务发展情况

- 1、移动通信的发展
- 2、移动搜索的发展
- 3、移动微博的发展
- 4、移动视频的发展
- 5、移动游戏的发展
- 6、移动购物的发展

#### 五、移动媒体发展趋势分析

### 第五节 中国广告业发展分析

#### 一、广告行业市场状况概述

- 1、综合情况

## 2、各媒体广告市场状况

## 3、消费者媒体接触行为

### 二、广告行业市场规模分析

### 三、广告行业市场竞争分析

#### 1、专业广告公司与媒体企业间的竞争

#### 2、本土广告公司与跨国广告公司竞争

#### 3、广告客户代理与媒介代理公司竞争

#### 4、广告公司区域市场之间的竞争分析

### 四、广告业细分市场发展分析

#### 1、报纸广告发展分析

#### 2、期刊广告发展分析

#### 3、电视广告发展分析

#### 4、广播广告发展分析

#### 5、网络广告发展分析

#### 6、户外广告发展分析

### 五、广告行业发展趋势分析

#### 1、广告与营销一体化

#### 2、集团化与专业化发展

#### 3、媒体投放效果可测性要求提高

## 第六节 中国动漫产业发展分析

### 一、动漫产业市场规模分析

### 二、动漫产业供需分析

### 三、动漫产业市场竞争分析

### 四、动漫产业发展趋势分析

## 第七节 中国文物艺术品市场发展分析

### 一、文物艺术市场发展现状分析

### 二、文物艺术品细分市场发展分析

### 三、文物艺术品市场发展趋势

## 第十一章 中国文化产业基地建设及运营分析

### 第一节 文化产业基地概述

#### 一、文化产业基地的概念和类型

##### 1、文化产业基地概念

##### 2、文化产业基地类型

##### 3、文化产业园区

#### 二、文化产业基地的功能

1、文化产业基地的经济功能

2、文化产业基地的社会文化功能

第二节 中国重点文化产业示范基地（园区）发展分析

一、国家文化产业示范基地发展概况

二、国家级文化产业示范园区发展分析

1、国家级文化产业示范园区发展规模

2、华侨城集团公司发展分析

3、西安曲江新区发展分析

4、沈阳棋盘山开发区发展分析

5、曲阜新区文化产业园发展分析

6、开封宋都古城文化产业园发展分析

7、张江文化产业园发展分析

8、长沙天心文化产业园发展分析

9、成都青羊绿舟文化产业园发展分析

10、国家级文化产业示范园区数量控制

三、国家级文化产业试验园区发展分析

1、广州北岸文化码头发展分析

2、黑龙江（大庆）文化创意产业园发展分析

3、中国曲阳雕塑文化产业园发展分析

4、福建省闽台文化产业园发展分析

5、山东省台儿庄古城文化产业园发展分析

6、吉林省东北亚文化创意科技园发展分析

7、石嘴山市星海湖文化产业园发展分析

四、国家级动漫基地发展分析

第三节 文化产业基地（园区）发展分析

一、文化产业基地发展现状分析

1、文化产业基地类型

2、文化产业基地形成方式

3、文化产业基地发展规模

4、文化产业基地发展中存在的问题

二、文化产业基地产业链构建

1、“钻石模型”与文化产业基地的要素

2、文化产业基地产业链打造

三、促进文化产业基地发展的建议

第十二章 “十二五”时期文化产业倍增计划

## 第一节 背景介绍

### 第二节 指导思想

#### 一、指导思想

#### 二、发展思路

#### 三、主要目标

### 第三节 主要任务

#### 一、培育壮大市场主体

#### 二、转变文化产业发展方式

#### 三、优化文化产业布局

#### 四、加强文化产品创作生产的引导

#### 五、扩大文化消费

#### 六、推进文化科技创新

#### 七、实施重大项目带动战略

#### 八、健全投融资体系

### 第四节 保障措施

#### 一、加大政府投入力度

#### 二、完善政策法规体系

#### 三、深化文化体制改革

#### 四、规范文化市场秩序

#### 五、加强产业公共服务

#### 六、加强组织实施

### 第五节 重点行业

#### 一、演艺业

#### 二、娱乐业

#### 三、动漫业

#### 四、游戏业

#### 五、文化旅游业

#### 六、艺术品业

#### 七、工艺美术业

## 第十三章 2015-2020年文化产业投资分析

### 第一节 文化产业投资特性分析

#### 一、文化产业进入壁垒分析

#### 二、文化产业盈利因素分析

#### 三、文化产业盈利模式分析

### 第二节 2015-2020年文化产业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 2015-2020年文化产业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第四节 2015-2020年文化产业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、文化产业投资机遇

第五节 2015-2020年文化产业投资前景及防范

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/217802217802.html>