

# 2018-2023年中国旅游演艺产业市场现状规划调查 与投资商机分析预测报告

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年中国旅游演艺产业市场现状规划调查与投资商机分析预测报告》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/lvyou/309606309606.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

### 第一章我国中小城市旅游演艺产业总体概况

第一节中小城市旅游演艺产业的发展现状 根据《中华人民共和国城市规划法》：大城市是指市区和近郊非农业人口50万以上的城市；城区常住人口50万以上100万以下的城市为中等城市；市区近郊非农业人口不满20万的为小城市。这是国家有关文件中对中小城市的一个定义。

根据《2015—2016中国旅游演艺报告》调查结果可以看出：“2015年旅游演出实收票房35.7亿元，同比增长31.7%。2015年全国旅游演出新增18台，同时停演剧目达46台，全年在演剧目195台，与2014年的223台相比减少28台；全年旅游演出实际票房收入为35.7亿元，较2014年增长8.6亿元，同比增长达31.7%”。

图：旅游演艺票房收入情况

图：旅游演艺观众数量情况

旅游演艺在2014年的票房是27.1亿元，增长19.9%；观众人数同比增长28.8%，观看人次为3591万人次。其中，“宋城千古情系列”旅游演艺项目规模不断扩大，已经在九寨沟、丽江、三亚等地完美地实现了推广，并且占旅游演艺总票房的23%，同比增长2.4亿元，该项目在2014年的票房收入为6.1亿元，缩小了与印象系列的差距。同时，“印象系列”和“千古情系列”票房占到总票房的一半以上。

比较得知，2015年旅游演出观众在全国达到4713万人次，比前一年多一千多万人次，增长率达到31.2%。并且，全国旅游人数也是大幅增长，说明旅游越来越成为人们休闲活动方式的必要选择，与此同时旅游演艺逐渐向市场化和规范化发展。2015年，票房前40位的旅游演艺项目收入占总票房的百分之八十以上，而中小城市的旅游演艺项目占到前40名的一半，实景类和主题公园类旅游演艺项目的数目达到71台，占全国总体数目的36.5%，而票房却占到了全国的76.3%；而通常来说大城市的一些剧场类演剧目有124台，占总数的63.5%，但票房仅占总数的23.7%。其中票房排名在前的项目大多是中小城市的知名剧目，如“印象系列”——《印象刘三姐》等，“千古情系列”——《宋城千古情》、《丽江千古情》等，主要以实景、山水类演出居多，不同剧目类型之间的票房收入也相差很多。

图：旅游演出观众转化率

另外，还可以从一个叫“观众转化率”（观众转化率 = 全市旅游演出观众数 / 全市游客数）<sup>1</sup>（如图5所示）的概念中看出中小城市旅游演艺产业发展现状和与大城市的旅游演艺产业项目存在的一些差距。行业增长空间大的地方，是旅游演出观众转化率比较低的一些地方

，如上表所示，大部分中小城市的演出观众转化率相对较低。在中小城市中丽江的观众转化率较高，但是与特大城市像与旅游演出较成熟的上海相比还是存在着一些差距。同时还可以看出中小城市的旅游演艺产业拥有很强的扩展潜力，而要发展好一个旅游演艺产业项目首先要“接地气儿”，要具有亲和力，不能让观众感到有距离；其次演出内容要新颖别致；最后要注重演出项目的可持续发展性。

**第二节中小城市发展旅游演艺产业的优势** 与大型城市相比较，中小城市发展旅游演艺产业有着自身的独特之处。首先，中小城市开创旅游演艺产业有着优越的外部发展环境。最为明显的表现，就是中小城市在发展上会受到更多的国家政策扶持，例如前文提到中央出台的《国家新型城镇化规划》中指出要加快发展中小城市，提高城镇化的质量等。这样一些政策无疑都是为中小城市的发展营造优良的外部环境。

第二，丰富的旅游资源且有着明显的地区差异。我国地形起伏复杂，地貌多样，其中东部是低山丘陵地区，中部是山林高原，而西部主要是沙漠和高寒环境。同时由于我国地域差异明显有着完全不同的民俗风情，中小城市的特色十分鲜明，所以发展旅游演艺产业要张扬“个性”，这是中小城市的特性也是中小城市的“筹码”。我国的旅游资源也是种类丰富，有自然风光、历史文化、民俗风情等可开发的休闲娱乐资源，这就是中小城市旅游演艺产业发展的最大优势，有着许多旅游资源可以依托。

第三，现代人们消费观念的转变也推动了中小城市旅游演艺产业的壮大。在当今时代人们越来越追求自然风光和人文艺术，面对城市里的高楼林立和污浊空气，人们更渴望去一些偏远地区欣赏自然景色，感受和了解不同地域的民俗艺术。这样的一个消费观念在无形中促进了中小城市旅游演艺产业的发展，人们在这些城市不仅可以欣赏到自然风光还可以通过艺术演出来直接感受当地的风土人情，在游玩中提升艺术修养。

### 第三节影响中小城市旅游演艺产业发展的因素 一、自然环境因素

自然环境在中小城市发展旅游演艺产业过程中的作用是明显的，是中小城市发展旅游演艺产业的客观基础。一个地区中小城市的创建和发展是在地理环境的基础上，不同的环境会导致城市发展的程度不同。中小城市本身就拥有独特的魅力，在发展旅游演艺产业的过程中必须要把自己的唯一独特性渗入到产业过程中。这种唯一性就是不可粘贴性，这种不可粘贴性就是中小城市发展旅游演艺产业的核心要素。 自然环境这个条件包括该地区的地理位置和自然资源等方面，这些方面的不同必然会造就不同的城市风格、生产方式、经济特色和生活风俗，塑造出不同的地区文化。俗话说就是“靠山吃山，靠水吃水”，我国东、南部地区沿海岸线延长，所以人们以捕鱼为生；而华夏文明发源地是在大河沿岸的内陆地区自然是以农耕为生。这些都是文化资源的基础，同时也由于自然环境的差异给我们提供了丰富多样的旅游资源，并且旅游资源之间的差异性较大，这是发展旅游演艺产业的根基，根据不同的旅游资源发展风格各异的旅游演艺，这必然也是最大的特色。

我国自然环境复杂多样，地形更是高低起伏差异较大。这些自然风貌的不同也是文化资源的特色，我国有内蒙的广阔草原、有西北的大漠风情、西南的高山峡谷等等。这些都可以就地取材发展旅游演艺产业，用表演的方式展示该地区的风土人情和地域特色，使文化生动形象。

## 二、社会发展因素

自然环境是发展旅游演艺产业的基础，但是社会发展状况更是深刻地影响了该产业的发展，为该产业提供了必不可少的发展条件。中小城市的旅游演艺产业的发展离不开整个社会的环境，就目前来说现代生产技术的发展为旅游演艺产业提供了必要的技术和设备支持，比如舞台上的灯光设备和3D效果等等方面都是离不开现代科学技术的。另外，现代科技的进步，为产业的开创提供了资本和技术，这是产业前进的推动力。就旅游演艺产业来说，开发旅游资源需要资金，演艺表演从服装到音乐都是少不了资金的支持，这些都是需要雄厚的资金做根基的。

最后，当今社会使人们的生活生存形式转变巨大。最重要的是人的观念，它是一个产业可以发展并壮大的推动力。人们消费观念的变化，对文化类产业的认识逐渐加深，这势必也会影响到该类型产业的发展。在过去，我们仅仅强调了文化类产业的事业属性，而现在我们更加重视的是它的产业功能，人们通过消费可以享受到它的休闲娱乐功能。而旅游演艺产业不仅可以有产业功能，还可以有事业属性，这是转变思路和更新产业观念的结果。

## 三、历史文化因素

文化是旅游演艺产业的核心，一个地区不能只有自然资源，还需要与之相匹配的文化资源，只有这样旅游演艺产业才可以发展壮大。对于中小城市而言，高科技的发展和资金来源相对欠缺，但是旅游演艺产业主要是基于当地的旅游资源、民间艺术、风俗习惯等等具有十分鲜明的地方特色。<sup>22</sup>这些文化资源主要分为物质和非物质的文化资源S两种形式。这些都是我们的软实力，相对于物质文化资源来说，非物质文化遗产可以保存很久也会继续流传下去，在流传的过程中与现代元素相结合会焕发出新的光彩。从古至今，虽然历代王朝古占据了重要的历史文化资源，但是王朝之外的民间一样存在着珍贵的历史文化资源。中小城市的发展就是“民间”文化的延续。

## 四、人力资源因素

任何一个产业的兴起和发展都是离不开人的因素，完善有效的人力资源配置是十分必要的。尤其是对第三产业来说，拥有人才就代表该产业拥有了实力和发展的潜力。旅游演艺产业的发展需要人们的创造力，这是其发展的关键因素，而人们创造力的大小则决定了旅游演艺产业的质量和口碑。旅游演艺产业既需要一些科技手段进行舞台效果的制造，更是需要人们合力配合演出，整个舞台的效果主要看的是表演者的表演能力，该产业就是需要这样的表演人才。

另外，对于产业发展规模来说重要的是人力资源。一场舞台的演出除了演员之外其他的工作人员都是不可或缺的，像其他的一些灯光师、音效师、服装师等剧务人员。对于整个产业来说它衍生出来的产业链更是需要大量的人才和劳动力，这些对于中小城市而言是符合发展要求的，在发展经济的同时解决了中小城市滞留的劳动力问题，增加了就业率。

据联合国科教文组织《保护世界文化和自然遗产公约》中的定义可知：物质文化资源（即所说物质文化遗产）是历史发展过程中留下来的遗物，包括历史文物、历史建筑、人类文化遗址，是“有形的文化遗产”；非物质文化资源（即所说的非物质文化遗产）指的是各种以非物质形态存在的与群众生活密切相关、世代相承的传统文化表现形式。23

## 第二章我国中小城市旅游演艺产业发展的路径选择与对策

### 第一节海外中小城市旅游演艺产业发展对我国的启示 一、日本旅游业的发展

目前来说是比较成熟，并且十分注重景区的文化内容。早在1997年，日本政府就颁布了一项《文化艺术振兴基本法》，这项政策可以保障日本国民在自由创造艺术方面的权益。另一方面日本为了招揽国际游客发布了一些相关政策——“踏 幺 幌 鷲 计划（1996）”、“新欢迎方案21（2000）”等。在此影响下，日本国内已有七十年历史的“青年座剧团”，已经进入了一个制作人制作运营的时代。并且完全是在民间力量的主导下进行制作演出，对他们来说，舞台艺术仍然是重要的社会文化力量，为此专门成立了一个协会用以解决剧团发展过程中遇到的各类问题。同时日本青年座剧团还会定期对观众进行问卷调查，来了解观众需求变化。并且，在2014年，文化艺术振兴联盟（由各党派议员成立，旨在支持民间艺术团体的活动）制定了几个新的发展目标，其中就有涉及到著作权的问题，这也是全球化时代的难题之一。

日前，由于日本已经成功申办2020年奥运会与残奥会，所以该剧团也借此机会通过艺术活动向全世界各地的游客来展示日本文化，这已经是目前比较成功的旅游演艺产业的项目。在日本值得一提的还有浅草景区的发展，日本浅草景区的发展是以浅草寺为中心的，但是主要的项目是以娱乐性为主的浅草演艺大厅，这里每天都会有日本民族独具一格的“落语”（

传统意义上的说书)表演,还有杂技魔术等日本民间团队的表演。这个地方也是完全民间组织建立的,在日本江户年代末期,以当地江户三座为首的戏院纷纷搬迁到这里,慢慢地引来了一些饭馆和茶社,由此浅草地区越来越繁荣,来这里观看表演的游客越来越多,现在已经是人们去日本旅游的首选之地。

综上所述,日本在发展旅游演艺方面并没有太多的相关政策,只是在法律层面保障了国民的文化自主权,给公民创造一个较好的发展环境。以民间为主导,在执行操作、运营管理、发展宣传等方面都是民间自发组织完成,符合国家发展文化艺术的要求。另外,日本政府十分注重著作权的问题,各方面保护公民的合法权益。这是我们应该学习借鉴的。二、同样的情况还有英国,英国也是在1997年布莱尔政府改革之后,开始大力推行私有化政策。这也是鼓励民间发展的一项政策,其中涉及到旅游业方面的内容是,提高旅游业等相关休闲产业的生产力。另外还在2004年发起名为“发现”的商务旅游,引起了海外的广泛关注,吸引了大批海外的供应商。同时还举办了“享受英格兰”的项目,让人们尽可能的将旅游成为必要。数据显示,将近一百五十万的英国人选择在英格兰旅游。在2005年,活动变成了另一种新模式——生活方式。“通过全面的调查,英国人‘生活方式’活动的主要选择是:户外英格兰、水边英格兰、品味英格兰、城市文化和追求休闲”。政府推行的这些项目活动获得了极大的好评且效果很显著,为英格兰带来了将近两亿英镑的旅游收入。除了英国政府发起的旅游活动之外,还有位于英格兰中部的斯特拉特福小镇,这个小镇自身就有一套完整的旅游项目。它是因莎士比亚的居住地而闻名,所以小镇当地政务会就着手利用莎士比亚这个世界品牌,开发了一系列旅游项目——莎士比亚故居、莎士比亚花园和当地最有名的皇家莎士比亚剧团,除此之外还发展一些古建筑园艺和文化游览等旅游项目。当地的旅游演艺主要还是围绕莎士比亚的作品展开,皇家剧院每天演出莎士比亚生前的创作。据当地有关部门统计这个小镇每年可以吸引世界各地的游客数达到三百万。

可见英国方面,政府也是将产业发展的权利私有化,交给民间自行发展。还有推行的“享受英格兰”活动,我国各省市完全可以仿照推行“享受中国”、“享受山西省”这样的活动,为游客提供便利,可以详细了解到活动信息和当地文化,为游客提供更多的出行选择。再看斯特拉特福小镇,充分利用莎士比亚的品牌打造出了完整的旅游服务,从文物旅游到旅游演艺,从外界到内心,使当地的文化内涵深深的烙印在游客的心里。

三、有“东方夏威夷”之称的济州岛,它的规模只是我国三线城市大小,但是其旅游业以及旅游演艺产业的发展十分成功。从1998年开始,济州岛的开发是韩国政府一直重视的工作,陆续颁布了多项法律法规,在法律上确定了济州岛的特区地位,并且下放了大部分的行政权力。所以这就给济州岛政府提供了“大有作为”的条件。当地政府特别重视对环境的保护,在开发过程中将对环境的破坏程度降到最低,尽全力维护济州岛原始自然的状态和保护

当地传统文化。济州岛有三大旅游演艺项目——涂鸦秀、乱打秀和“海女”表演，前两者是剧场类演出，有固定的演出场所和演出时间；最后的“海女”演出是天然、实景演出。

涂鸦秀是韩国顶尖艺术表演，不只在济州岛，在首尔也有演出场次；它是一种非语言形式，将绘画的过程和喜剧还有舞蹈结合，是一种原创艺术。乱打秀也是韩国当地的原创艺术表演，演出的乐器是一些锅碗瓢盆、水桶、菜刀等，整场演出搞笑幽默。最后一项“海女”表演，是一些年纪较大的阿姨结伴下海捕捞，然后将自己捕捞的海鲜当场售给游客们，这是当地很重要的一个观光项目。当地政府为了保护海洋生物，要求“海女”们在休渔期才可以下海。

济州岛的旅游行业之所以成功，主要是因为当地政府对济州岛旅游的准确定位——保护传统文化，以自然风景为主，并及时根据市场变化调整发展策略，使济州岛的旅游行业在世界旅游市场中具有较强的适应性。

从以上成功经验中可以得出：第一，发展旅游演艺产业需要政府在引导的同时将重点放在鼓励民间自发方面。毕竟发展旅游演艺产业是需要当地人们的大力支持和热情发展的，这样的项目才会更加具有吸引力；第二，景区的文化内涵需要充分挖掘，从内容到形式都需要创新发展，原创才是发展的根本；第三，国家层面应该重视著作权的问题，这样可以给旅游演艺品牌提供一个安全发展的环境；第四，政府要同时兼顾经济和环境的协调，首要的是增强每个人的环保意识；第五，准备定位该城市的发展方向，充分发挥优势，注重旅游演艺产业与其它相关产业的协调发展。

## 第二节我国中小城市发展旅游演艺产业的对策建议 一、开发多样的产业发展模式

针对这些问题，就需要对当地的旅游文化资源和发展有一个科学的认识 and 正确的评估。这样是为了对旅游文化资源进行合理的分配与利用，做出好的产业规划，取得较好的经济效益和社会效益。同时还要注意创意新型产业项目，积极推进旅游业与文化的结合，大力开发旅游演艺产业。一个好的旅游演艺项目可以加强旅游业的综合质量和魅力，还会提高当地吸引力和竞争优势。所以，开发多样的产业模式既满足了市场的需求，也提高了整个产业的服务质量，还要注重创意新颖，注重当地的人文特色和地域文化。

### 二、地方政府需加强引导

国家旅游局、文化部等中央机关在2011年至2014年之间就文化与旅游的发展已经提出了相关意见，指出在旅游业现有的发展基础上开创新的产业，创造高水平、高层次的旅游演艺产业，将现有的文化演艺资源整合再创造。但是，相应的举措还并没有引起地方政府的重视和关注，就拿运城市政府来看，2016年年初开会首次谈及了发展文化旅游的实施意见和办法。可以看出地方的实施方案有一定时间差且相对落后，地方政府的实施方案对地方发展旅游演艺产业有直接且有力的影响。所以中小城市的政府部

门应该紧跟国家脚步，加强上级的组织领导力，将发展旅游演艺产业及时提上议程，这样当地就会有良好的发展环境。

首先，应该在制度上得到完善，除了中央颁布的发展政策，中小城市的政府更应该加强领导，制定一些发展的中长期规划，及时解决旅游演艺产业过程中遇到的困难和问题。其次，对重点旅游演艺项目设置专项资金，并加入贷款补贴的范畴。再次，鼓励、吸引境内外一些金融机构或是战略性投资集团提供信贷支持和资金资助。并且要求这些投资机构和企业事先做好成本估算和市场的调查，增强抗风险的能力。

三、重视旅游演艺产业的规划从运城市的现有旅游资源和旅游演艺产业发展状况可以看出，有着众多文化遗产（文物保护数量在全省排第一），旅游业却一直没有发展壮大，这与没有正确的规划方案有极大的关系。

政府的调控和科学的管理对一个产业的发展是十分重要的，需要坚持总体规划与重点突破的相结合，进行统筹规划，把旅游演艺产业作为发展的重点项目和重要内容，在市场潜力大、基础条件好的景区先行发展旅游演艺产业，以带动周边衍生产业和其他相关景区的发展，以率先实现创新产业的突破。

另外，值得注意的是，中小城市旅游演艺产业需要长期的、缓慢的发展和积淀，所以制定该产业的发展规划要遵循发展的一个内在运作规律，要充分考虑到产业投资、资源开发、配套设施和市场需求的各方优势和劣势，以便确定一个适当合理的发展方向。最后，更要注重旅游演艺产业与其他产业的相互配合。目前许多中小城市都将旅游业作为当地经济发展的引导产业，这就必须要注重产业之间的比重协调，根据发展需要来制定相应的发展规划，但是针对每一个产业发展都必须全力以赴，认真对待，做到各个产业之间的融合发展，相互联系，才可以发展壮大，同时成为该城市发展的坚实基础。

四、推动城市旅游产业的品牌发展 文化是品牌的内涵，而品牌是文化的载体。况且，品牌战略现如今已经成为全社会关注的焦点，生活中也处处受到品牌的影响，所以现代市场经济是靠品牌争天下。运城市的关公品牌也就在山西省小有名气，但是全国的名气并不是很大，没有产生品牌效应，就没有相应的经济效应，最终就是“门可罗雀”的结果。同样“遭遇”的还有普救寺的莺莺塔、鹳雀楼等景点。

针对这类型的问题，首先需要定位城市文化方向，把品牌打响。一些高品质的旅游演艺项目会让游客在旅程结束后仍然会对该演出留有深刻印象，这样才可以打响旅游品牌战，用品牌吸引游客。而且品牌就是质量保证，也是一种工具，这种品牌工具可以强化旅游演艺产业的独特性，给旅游景区带来强有力的市场优势。树立品牌可以扩大影响力、增加效益、

吸引资本，是发展旅游演艺产业的有效对策。

五、优化、健全投资体系 资金问题是各类产业发展的第一条件，旅游演艺产业也不例外，而如何吸引资本和灵活运用资本，是产业长期发展的关键。

重要的是拓宽项目的投资来源方式，一种多渠道的资本运转体系，有多种好处，一是可以打破原有的资本运转模式，形成多元化的资金操作机制；二是可以达到扩大中小城市旅游演艺市场规模的目的，提供一些新的服务，让游客的满意值有所上升。三、支持一些有影响的表演艺术家个体参与经营、支持当地旅游演艺产业的发展；四、政府除了资金拨款外，应该主动积极的设立一些演艺文化馆和民间剧团等等；政府还要鼓励支持一些企业资本，通过并购、控股、参股等方式进入该市场，这样会使旅游演艺产业有一个健康完善的资金运转体系。五、可以鼓励一些土地、建筑等资本介入，这样可以与其他资源形成多样的资金链。这样可以形成以政府的专项扶持资金为导向，以社会民间资本为核心，以股票融资和海外投资为延伸的资本运作机制，实现产业化、市场化发展。

## 六、大力培养和引进相关产业人才

人才是旅游演艺产业前进的动力，首先要形成人才集聚的效应，一、发掘一些民间传统表演艺术的继承人，带领其继续将民间传统发扬光大；二、相关部门应该定期开展一些有关的知识讲座，培养一些经营和管理型人才，着重吸收各种高层次人才，尤其是在编剧、演员、管理经营方面；还要引进高级规划人才，对中小城市的旅游演艺产业的创新进行指导；三、提高文化参与者的薪资水平，保证相关人员的生活品质。运城市旅游局就应该定期在当地大学的旅游管理系开展相关内容的讲座，给当地大学生做好思想基础；另外给旅游专业学生开 卩 辘 匠 撰 蒋 预 畋 蒙 禕 翻 鹈 麋 验。

配合上述的措施的有效实施，采用一些比较柔性的方式吸引人才，建立良好的产业发展体系，有效地管理人才，做到要薪资留人、事业留人，最后再以感情胜出，用得好，最后才能留得住，以和谐团队精神来凝聚人才。

## 七、注重可持续发展开发

新的旅游演艺产业形态要重视当地民俗文化与商业性的相互协调。一方面开发商与投资商以本地利益出发；另一方面，旅游演艺产业重现了当地文化，而且文化与它的主体人是密不可分的。“当地人对旅游演艺项目的认同感，以及旅游演艺事件与文化主体的关系是衡量旅游演艺活动生命力的重要因素”。所以，开创旅游文化产品需要敬重当地传统民俗，并

且需要给予当地民众一定的参与权。在产品开发的过程中，文化的“真实”与否，开发程度的大小和利用的充分是否都是重视和关注的重点。整个产业的发展核心是文化，它对树立整个产业的品牌和维持产业的可持续运行起着至关重要的作用。另一方面，在考虑旅游演艺产业与商业化结合的过程中一定要注意适度。文化可以与商业结合发展，但是绝不能过度，过度商业化只能增加短期的经济的效益，“热度”过后只剩萧条。过度商业化会使文化丢失本真，使观众的感官疲劳，感受不到文化深层的含义和魅力，这就违背了旅游演艺产业等文化类产业发展的初衷。

观研天下发布的《2018-2023年中国旅游演艺产业市场现状规划调查与投资商机分析预测报告》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 旅游演艺相关概述

#### 1.1 文化旅游相关内容

##### 1.1.1 文化旅游内涵

##### 1.1.2 文化旅游类型

##### 1.1.3 文化旅游核心价值

#### 1.2 旅游与演艺的融合

##### 1.2.1 旅游产业介绍

##### 1.2.2 演艺产业介绍

##### 1.2.3 行业融合的必要性

#### 1.3 旅游演艺简述

##### 1.3.1 旅游演艺定义

##### 1.3.2 旅游演艺特点

##### 1.3.3 旅游演艺分类

### 第二章 2016-2017年中国文化旅游业发展状况剖析

## 2.1 2016-2017年中国文化旅游业发展现状

### 2.1.1 市场逐渐成型

### 2.1.2 产业融合发展

### 2.1.3 行业并购重组

### 2.1.4 行业投资动态

### 2.1.5 重点文化旅游项目

## 2.2 2016-2017年中国文化旅游创意园区发展现状

### 2.2.1 园区发展概述

### 2.2.2 园区逐渐兴起

### 2.2.3 园区开发模式

### 2.2.4 园区建设动态

### 2.2.5 园区投资前景

## 2.3 中国文化旅游业营销运作形式

### 2.3.1 行业营销的运作基础

### 2.3.2 文化包装与产品设计

### 2.3.3 文化传播与广告促销

### 2.3.4 文化体验与旅游品牌

## 2.4 中国文化旅游业发展存在的主要问题

### 2.4.1 行业面临的开发难题

### 2.4.2 行业运营存在的挑战

### 2.4.3 产品开发面临的文化矛盾

### 2.4.4 传统文化景区发展的尴尬局面

## 2.5 中国文化旅游业发展对策分析

### 2.5.1 充分挖掘旅游文化内涵

### 2.5.2 文化旅游产业开发策略

### 2.5.3 文化旅游产业融合投资前景

### 2.5.4 文化旅游产业集团发展路径

## 第三章 2016-2017年中国旅游演艺行业发展环境分析

### 3.1 政策环境

#### 3.1.1 旅游业相关政策支持

#### 3.1.2 旅游业国家标准颁布

#### 3.1.3 重视旅游业产业地位

#### 3.1.4 促进文化与旅游结合发展

### 3.2 经济环境

### 3.2.1 国际经济发展形势

### 3.2.2 中国经济运行现状

### 3.2.3 经济发展趋势分析

## 3.3 社会环境

### 3.3.1 人口数量规模

### 3.3.2 民众休闲需求

### 3.3.3 旅游消费提高

### 3.3.4 人均出游率上升

## 第四章 2016-2017年旅游演艺行业发展全方位剖析

### 4.1 国际旅游演艺行业发展经验借鉴分析

#### 4.1.1 行业发展历程

#### 4.1.2 行业转型发展

#### 4.1.3 主要演艺形式

#### 4.1.4 典型案例借鉴

### 4.2 中国旅游演艺行业发展状况

#### 4.2.1 行业发展历程

#### 4.2.2 行业发展现状

#### 4.2.3 行业发展格局

#### 4.2.4 行业发展动态

#### 4.2.5 产品特征分析

#### 4.2.6 项目打造流程

### 4.3 中国旅游演艺市场的SWOT分析

#### 4.3.1 优势分析 (Strengths)

#### 4.3.2 劣势分析 (Weaknesses)

#### 4.3.3 机会分析 (Opportunities)

#### 4.3.4 威胁分析 (Threats)

### 4.4 中国旅游演艺行业空间分布

#### 4.4.1 省际间分布情况

#### 4.4.2 沿海与内陆差异

#### 4.4.3 空间布局差异原因解析

### 4.5 中国旅游演艺市场营销分析

#### 4.5.1 市场定位

#### 4.5.2 营销的平台选择

#### 4.5.3 营销模式分析

#### 4.5.4 营销特色分析

### 4.6 中国旅游演艺行业创新驱动机制分析

#### 4.6.1 创新驱动机制

#### 4.6.2 创新驱动机制运作

#### 4.6.3 创新驱动机制存在的问题

### 4.7 中国旅游演艺行业发展存在的主要问题

#### 4.7.1 项目同质化泛滥

#### 4.7.2 面临成本控制问题

#### 4.7.3 行业面临的运营问题

### 4.8 中国旅游演艺行业发展对策

#### 4.8.1 打造具备内涵作品

#### 4.8.2 寻找创新营销方式

#### 4.8.3 注重资源整合发展

#### 4.8.4 重视构建行业标准

#### 4.8.5 行业健康投资策略

## 第五章 中国旅游演艺产品的开发探究

### 5.1 中国旅游演艺产品的开发原则

#### 5.1.1 市场需求的原则

#### 5.1.2 打造精品的原则

#### 5.1.3 强强联合的原则

#### 5.1.4 不断创新的原则

### 5.2 中国旅游演艺产品开发思路

#### 5.2.1 准确的市场定位

#### 5.2.2 大众化的创编理念

#### 5.2.3 突出地域文化特色

#### 5.2.4 有效的政府引导

#### 5.2.5 市场化的运作模式

### 5.3 中国旅游演艺市场开发主体

#### 5.3.1 专业演出团体

#### 5.3.2 政府主导下企业

### 5.4 中国旅游演艺产品的开发模式

#### 5.4.1 主题公园演艺产品的开发模式

#### 5.4.2 实景类演艺产品的开发模式

#### 5.4.3 原生态演艺产品的开发模式

## 5.5 中国旅游演艺产品开发具体途径

### 5.5.1 提供鲜明的主题

### 5.5.2 提供幻化的时空

### 5.5.3 提供游客参与的平台

### 5.5.4 提供丰富的衍生产品

## 5.6 中国旅游演艺产品开发对策

### 5.6.1 彰显地域特色

### 5.6.2 塑造文化品牌

### 5.6.3 融入体验活动

### 5.6.4 有效营销策略

## 第六章 中国旅游演艺产品发展分析

### 6.1 中国大型旅游演艺产品类型

#### 6.1.1 大型山水实景表演

#### 6.1.2 综合性歌舞表演

#### 6.1.3 原生态民俗风情表演

### 6.2 中国旅游演艺产品的存在价值分析

#### 6.2.1 增加当地居民收入

#### 6.2.2 提升旅游地知名度

#### 6.2.3 延长游客停留时间

#### 6.2.4 延伸景区生命周期

#### 6.2.5 提高旅游地经济效益

### 6.3 中国大型旅游演艺产品特征

#### 6.3.1 地域风情与文化内涵相结合

#### 6.3.2 主题性和综合性相结合

#### 6.3.3 精品化与规模化相结合

### 6.4 中国大型主题旅游演艺产品开发及运营

#### 6.4.1 产品的类型及特点

#### 6.4.2 产品开发思路

#### 6.4.3 产品创设路径

#### 6.4.4 产品运行模式

## 第七章 2016-2017年重点区域旅游演艺行业运行状况

### 7.1 浙江省

#### 7.1.1 政策环境

### 7.1.2 市场定位

### 7.1.3 项目运营模式

### 7.1.4 主要地区发展

## 7.2 江西省

### 7.2.1 发展意义

### 7.2.2 发展现状

### 7.2.3 政策支持

### 7.2.4 发展建议

## 7.3 四川省

### 7.3.1 成都发展状况

### 7.3.2 九寨沟发展状况

### 7.3.3 峨眉山打造演艺中心

## 7.4 海南省

### 7.4.1 政策支持

### 7.4.2 发展状况

### 7.4.3 发展建议

## 7.5 广西省

### 7.5.1 资源条件

### 7.5.2 运营机制

### 7.5.3 主要地区

### 7.5.4 发展建议

## 7.6 河南省

### 7.6.1 发展状况

### 7.6.2 存在的问题

### 7.6.3 发展建议

## 7.7 黑龙江省

### 7.7.1 发展阶段

### 7.7.2 发展意义

### 7.7.3 发展建议

## 7.8 新疆自治区

### 7.8.1 资源优势

### 7.8.2 发展状况

### 7.8.3 发展特点

### 7.8.4 发展对策

## 7.9 上海市

- 7.9.1 发展概况
- 7.9.2 发展优劣势
- 7.9.3 面临的挑战
- 7.9.4 存在机遇

## 第八章 中国旅游演艺企业运作模式剖析

- 8.1 中国旅游演艺企业发展的驱动因素
  - 8.1.1 地域文化的资源驱动
  - 8.1.2 旅游产业的转型升级
  - 8.1.3 地方政府的强有力支持
  - 8.1.4 民营资本的全面介入
- 8.2 中国旅游演艺企业价值链系统结构
  - 8.2.1 基本环节
  - 8.2.2 辅助环节
  - 8.2.3 价值链系统
  - 8.2.4 价值实现过程
  - 8.2.5 价值链特点
- 8.3 中国旅游演艺企业发展中存在的问题
  - 8.3.1 缺乏准确的市场地位
  - 8.3.2 存在产品的制作风险
  - 8.3.3 缺乏复合型人才
  - 8.3.4 缺乏衍生产品的开发
  - 8.3.5 缺乏有效的营销模式
- 8.4 中国旅游演艺企业提升核心竞争力方案
  - 8.4.1 总体思路和原则
  - 8.4.2 核心竞争力提升途径
  - 8.4.3 核心竞争力提升的政策建议

## 第九章 2016-2017年中国重点旅游演艺企业发展现状

- 9.1 宋城演艺发展股份有限公司
  - 9.1.1 企业发展概况
  - 9.1.2 企业运营模式
  - 9.1.3 经营效益分析
  - 9.1.4 业务经营分析
  - 9.1.5 财务状况分析

#### 9.1.6 未来前景展望

### 9.2 国旅联合股份有限公司

#### 9.2.1 企业发展概况

#### 9.2.2 企业战略动态

#### 9.2.3 经营效益分析

#### 9.2.4 业务经营分析

#### 9.2.5 财务状况分析

#### 9.2.6 未来前景展望

### 9.3 观印象艺术发展有限公司

#### 9.3.1 企业发展概况

#### 9.3.2 企业项目状况

#### 9.3.3 企业核心竞争力

#### 9.3.4 企业经营状况

### 9.4 海南印象文化旅游发展有限公司

#### 9.4.1 企业发展概况

#### 9.4.2 项目发展现状

#### 9.4.3 企业发展方向

### 9.5 深圳华侨城国际传媒演艺有限公司

#### 9.5.1 企业发展概况

#### 9.5.2 企业战略发展

#### 9.5.3 企业项目动态

### 9.6 陕西旅游集团公司

#### 9.6.1 企业发展概况

#### 9.6.2 企业投资前景

#### 9.6.3 进军旅游演艺市场

## 第十章 中国旅游演艺行业投资分析及前景趋势

### 10.1 中国旅游演艺行业投资状况分析

#### 10.1.1 行业投资潜力

#### 10.1.2 行业投资思路

#### 10.1.3 行业投资现状

#### 10.1.4 项目投资前景研究

### 10.2 中国旅游演艺行业趋势预测及趋势

#### 10.2.1 行业趋势预测

#### 10.2.2 经济效益展望

### 10.2.3 行业发展趋势

## 10.3 对2018-2023年旅游演艺行业发展预测分析

### 10.3.1 对中国旅游演艺行业发展因素分析

### 10.3.2 对2018-2023年旅游演艺行业规模预测

图表目录：

图表 万达文化旅游项目情况

图表 华侨城集团文化旅游项目情况

图表 宋城股份文化旅游项目情况

图表 新华联文化旅游项目情况

图表 中坤集团文化旅游项目情况

图表 文化旅游创意产业园区开发的主流模式介绍

图表 2009-2017年旅游业相关政策概要

图表 2016-2017年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表 2016-2017年全国粮食产量

图表 2016-2017年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表 2016-2017年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）

图表 2016-2017年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表 2016-2017年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表 2016-2017年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表 2016-2017年国内生产总值及其增长速度

图表 2016-2017年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2017年人口数及其构成

图表 2016-2017年城镇新增就业人数

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/lvyou/309606309606.html>