

2021-2027年中国旅游演艺 产业发展现状与市场运营趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国旅游演艺产业发展现状与市场运营趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202109/237316.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

根据中国演出行业协会报告，演出行业分为音乐类、舞蹈类、戏剧类、曲艺杂技类、旅游演出和娱乐演出类，其中旅游演出票房收入占到国内演出总票房收入20%比重。2017年我国旅游演出票房收入为51.46亿元/+19.6%，观众人数6,821万人次/+26.5%，演出场次85,753场/+19%，演出剧目268台/+16%。国内旅游演艺渗透率极低，2017年整体渗透率仅1.4%，对标百老汇所在地纽约23%的渗透率，国内旅游演艺市场仍有巨大开发空间。旅游演艺票房占国内演出行业总票房20%比重

主题公园类演出效益最高。按演出场所不同，旅游演出市场可分为剧场演出、实景演出和主题公园演出：剧场演出起步最早、数量最多，如上海马戏城的《ERA—时空之旅》、杨丽萍公司的《云南映象》等；实景演出依托特定山水资源、感染力更强、有一定壁垒，如印象系列的《印象“丽江”》、陕西旅游集团的《长恨歌》、山水盛典的《天门狐仙“新刘海砍樵”》等；主题公园类演出是高附加值复合型旅游演艺产品，如宋城演艺的《宋城千古情》、华侨城的《金面王朝》等。2017年主题公园类旅游演出剧目数量共26台，仅占总台数的9.6%，而票房收入却占到旅游演出总票房的45.3%。主题公园类演出以19%场次贡献45%票房 中企顾问网发布的《2021-2027年中国旅游演艺产业发展现状与市场运营趋势报告》共十三章。首先介绍了中国旅游演艺行业市场发展环境、旅游演艺整体运行态势等，接着分析了中国旅游演艺行业市场运行的现状，然后介绍了旅游演艺市场竞争格局。随后，报告对旅游演艺做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国旅游演艺行业发展趋势与投资预测。您若想对旅游演艺产业有个系统的了解或者想投资中国旅游演艺行业，本报告是您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：

第一部分行业运行现状

第一章中国旅游演艺行业发展概述

第一节旅游演艺行业发展情况

第二节最近3-5年中国旅游演艺所属行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、当前行业发展所属周期阶段的判断
- 第三节关联产业发展分析

第二章中国旅游演艺所属行业的国际比较分析

- 第一节中国旅游演艺行业竞争力指标分析
- 第二节中国旅游演艺行业经济指标国际比较分析
- 第三节全球旅游演艺行业发展现状分析
 - 一、旅游演艺形式分析
 - 二、旅游演艺品牌的打造
 - 三、旅游演艺商品的品牌效应
 - 四、旅游演艺延生产业链分析

第三章2019年中国旅游演艺所属行业整体运行指标分析

- 第一节中国旅游演艺所属行业总体规模分析
 - 一、旅游演艺企业分析
 - 二、旅游演艺剧目排名分析
- 第二节中国旅游演艺行业产销分析
 - 一、行业情况总体分析
 - 二、行业销售收入总体分析旅游演艺市场票房收入（亿）及增速
- 第三节中国旅游演艺所属行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

第四章旅游演艺产业链的分析

- 第一节行业集中度

第二节主要环节的增值空间

第三节行业进入壁垒和驱动因素

第四节上下游行业影响及趋势分析

第二部分区域市场分析

第五章区域市场情况深度研究

第一节长三角区域市场情况分析

第二节珠三角区域市场情况分析

第三节西南区域市场情况分析

第四节旅游演艺行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第五节主要省市集中度及竞争力模式分析

第六章2021-2027年需求预测分析

第一节旅游演艺行业领域2021-2027年票房预测

第二节2021-2027年旅游演艺行业演出场次预测

第七章旅游演艺市场竞争格局分析

第一节行业竞争结构分析

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

第二节行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节行业国际竞争力比较

一、需求条件

二、支援与相关产业

三、企业战略、结构与竞争状态

四、政府的作用

第四节旅游演艺行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第五节旅游演艺行业竞争格局分析

一、2017年旅游演艺行业竞争分析

二、2017年国内外旅游演艺竞争分析

三、2017年中国旅游演艺市场竞争分析

四、2017年中国旅游演艺市场集中度分析

第三部分竞争格局分析

第八章主要企业的排名与产业结构分析

第一节行业企业排名分析

第二节产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第三节产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第四节产业结构发展预测

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策）

- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国旅游演艺行业参与国际竞争的战略市场定位

第九章前十大领先企业分析

第一节国旅联合股份有限公司

- 一、主营业务及经营状况
- 二、历年销售规模、利润指标
- 三、主要市场定位
- 四、主要优势与主要劣势
- 五、市场拓展战略与手段分析

第二节中国国际旅行社总社有限公司

- 一、主营业务及经营状况
- 二、历年销售规模、利润指标
- 三、主要市场定位
- 四、主要优势与主要劣势
- 五、市场拓展战略与手段分析

第三节中青旅控股股份有限公司

- 一、主营业务及经营状况
- 二、历年销售规模、利润指标
- 三、主要市场定位
- 四、主要优势与主要劣势
- 五、市场拓展战略与手段分析

第四节上海锦江国际旅游股份有限公司

- 一、主营业务及经营状况
- 二、历年销售规模、利润指标
- 三、主要市场定位
- 四、主要优势与主要劣势
- 五、市场拓展战略与手段分析

第五节三湘印象股份有限公司

- 一、主营业务及经营状况
- 二、历年销售规模、利润指标
- 三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第六节宋城演艺发展股份有限公司分析

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第七节深圳华侨城股份有限公司分析

第八节三湘印象股份有限公司分析

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第九节丽江玉龙旅游股份有限公司分析

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第十节黄山旅游发展股份有限公司分析

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第十章应用领域及行业供需分析

第一节需求分析

一、旅游演艺行业需求市场

二、旅游演艺行业客户结构

三、旅游演艺行业需求的地区差异

第二节供给分析

第三节供求平衡分析及未来发展趋势

一、旅游演艺行业的需求预测

二、旅游演艺行业的供应预测

三、供求平衡分析

四、供求平衡预测

第四节市场价格走势分析

第四部分发展前景展望

第十一章影响企业经营的关键趋势

第一节走向知识管理

第二节走向信息技术管理

第三节走向创新管理

第四节走向柔性管理

第五节走向全球化管理

第六节中国旅游演艺行业SWOT分析

第十二章2021-2027年旅游演艺行业投资价值评估分析

第一节产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节产业发展的空白点分析

第三节投资回报率比较高的投资方向

第四节新进入者应注意的障碍因素

第五节旅游演艺行业发展总结

一、政府扶持方式转变，多措并举，作用显现。

二、文艺创作繁荣创新

三、市场主体业务多元拓展，布局产业

四、与国际接轨进一步深入

五、线上线下双向融合

六、演出市场前景被资本看好

七、票务市场亟待规范

第十三章旅游演艺行业发展战略研究

第一节旅游演艺行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、区域战略规划

三、产业战略规划

四、营销品牌战略

五、竞争战略规划

第二节对我国旅游演艺品牌的战略思考

一、旅游品牌的重要性

二、旅游实施品牌战略的意义

三、旅游企业品牌的现状分析

四、我国旅游演艺企业的品牌战略

五、旅游品牌战略管理的策略

第三节旅游演艺经营策略分析

一、旅游演艺市场细分策略

二、旅游演艺市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

第四节旅游演艺行业投资战略研究

一、2021-2027年旅游演艺行业投资战略

二、2021-2027年旅行社投资战略

三、2021-2027年旅游景区投资战略

四、2021-2027年旅游演艺产业链投资战略

图表目录：

图表：2014-2019年旅游演艺演出场次情况

图表：2014-2019年旅游演艺票房收入情况

图表：2014-2019年中国旅游演艺行业销售利润率情况

图表：2014-2019年中国旅游演艺行业资产负债比率情况

图表：2014-2019年中国旅游演艺行业总资产周转率情况

图表：2014-2019年中国旅游演艺行业主营业务收入增长率情况

图表：2014-2019年华北大区旅游演艺票房收入情况

图表：2014-2019年华中大区旅游演艺票房收入情况

图表：2014-2019年华南大区旅游演艺票房收入情况

图表：2014-2019年华东大区旅游演艺票房收入情况

图表：2014-2019年东北大区旅游演艺票房收入情况

图表：2014-2019年西南大区旅游演艺票房收入情况

图表：2014-2019年西北大区旅游演艺票房收入情况

图表：2021-2027年中国旅游演艺票房收入预测

图表：2021-2027年中国旅游演艺演出场次预测

图表：2014-2019年重点企业总资产对比分析

图表：宋城演艺旗下平台主播人数

图表：2014-2019年重点企业年主营收入对比分析

图表：2014-2019年重点企业利润总额对比分析

图表：重点企业综合竞争力对比分析

图表：旅游演艺分类及特点

图表：2019年第一季度重点旅游上市企业利润表排名

图表：旅游演艺产业结构

图表：旅游演艺票房排名前20%的台数和票房

图表：各细分市场占总市场的结构比例分析

图表：中国国旅组织结构图

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202109/237316.html>