

# 2010-2015年中国旅游演出 市场发展趋势与投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2010-2015年中国旅游演出市场发展趋势与投资前景预测报告》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/201005/40139.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

### 第一章 2009-2010年中国旅游演出业运行环境分析

#### 第一节 2009-2010年中国旅游行业经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2010年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 2009-2010年中国旅游行业政策环境分析

- 一、《国家旅游局行政许可实施暂行办法》
- 二、《旅游景区(点)道路交通指引标志设置规范》
- 三、《旅游规划通则》

#### 第三节 2009-2010年中国旅游行业社会环境分析

- 一、居民消费
- 二、消费观念
- 三、人们生活水平提高

### 第二章 2009-2010年中国旅游业整体状况分析

#### 第一节 2009-2010年世界旅游业现行指标分析

- 一、世界旅游各国旅游情况
- 二、世界旅游业2006-2009年现行指标比较

#### 第二节 2008-2010年1季度中国入境游数据统计分析

- 一、2008-2010年1季度中国入境旅游接待收汇情况
- 二、2008-2010年1季度中国入境旅游主要客源市场情况
- 三、2008-2010年1季度中国入境游主要城市接待情况
- 四、2008-2010年1季度中国入境游地区接待情况
- 五、2008-2010年1季度来华旅游入境人数统计

#### 第三节 2001-2009年中国旅游业统计监测

- 一、2001-2004年中国旅游业统计监测
- 二、2001-2004年中国星级饭店统计监测
- 三、2005年中国全年旅游业各项统计情况
- 四、2006-2007年中国旅游业统计监测
- 五、2006-2007年中国星级饭店统计监测

## 六、2008-2009年中国旅游统计监测

### 第三章 2009-2010年中国旅游演出市场运行状况透析

#### 第一节 2009-2010年中国旅游演出业运行综述

##### 一、观众规模

##### 二、出现上亿元大手笔投资

##### 三、带动消费大于情况分析

#### 第二节 2009-2010年中国旅游演出业区域市场运行分析

##### 一、对浙江省旅游演出业发展的思考

##### 二、湖南旅游演出力求差异化发展

##### 三、北京亟需大力发展旅游文化演出业

##### 四、旅游演出促河南文化旅游转型升级

##### 五、成都旅游演出成新景点

##### 六、天津市“七大举措”打造天津旅游演出知名品牌

#### 第三节 2009-2010年中国国内旅游演出的运营情况分析

##### 一、旅游演出的剧目投资：投资多元化、大投入

##### 二、旅游演出的剧目创作：旅游与文艺演出相结合

##### 三、旅游演出的运作机制：市场化、产业化运作

### 第四章 2009-2010年国内主要旅游演出模式研究——实景模式旅游演出

#### 第一节 实景模式旅游演出的基本情况分析

##### 一、全国实景类旅游演出分布特征分析

##### 二、2009年实景类旅游演出发展趋势分析

##### 三、实景旅游演出人员特征分析

#### 第二节 实景模式旅游演出的主要特点分析

##### 一、项目投入大，回报周期较长

##### 二、具有著名的创作阵容

##### 三、剧目创新频繁，创作周期长

##### 四、项目后续开发及时

##### 五、有效的拉动当地旅游市场

#### 第三节 实景模式的主要运营方式

##### 一、项目的投资模式：政府引导、多元参与

二、项目的运作模式：市场化运作，产业化经营

三、项目的营销模式：立体化宣传，全方位营销

#### 第四节 实景模式的成功实践——《印象·刘三姐》

一、基本情况

二、剧目开发

三、项目投资

四、项目运营

五、演出效果

六、后续产品开发

#### 第五节 实景模式的成功实践——《禅宗少林·音乐大典》

一、基本情况

二、剧目创作/开发

三、项目投资

四、项目运营

五、演出效果

六、项目后续开发

### 第五章 2009-2010年中国主题公园模式的旅游演出研究

#### 第一节 主题公园模式旅游演出的基本情况

一、大型主题公园模式旅游演出区域集中度分析

二、演出剧目投资规模分析

三、剧目演出场所及场所容量分析

#### 第二节 主题公园模式旅游演出的主要特点

一、演出功能：以强化休闲娱乐和渲染游乐氛围为主

二、演出人员：自建表演团体或引进专业团体驻场演出相结合

三、演出形式：大型主题与小型常规表演、定点与巡游演出相结合

四、演出票价：以免费或低票价为主

五、演出剧目：剧目更新较快

#### 第三节 主题公园模式旅游演出的运营方式

一、投资模式：演出由旅游景区（主题公园）自主开发

二、创作机制：艺术与商业的有机结合，原创剧目与引进剧目结合

三、宣传和营销：依托主题公园，同步营销，共享观众市场

#### 四、演出衍生品开发：多渠道开发

#### 第四节 主题公园模式的成功实践之一：深圳世界之窗

##### 一、基本情况

##### 二、剧目创作

##### 三、演出运营

##### 四、演出情况

#### 第五节 主题公园模式的成功实践之四：杭州宋城——《宋城千古情》

##### 一、基本情况

##### 二、剧目创作与创新

##### 三、演出运营

##### 四、演出效果

##### 五、演出项目后续开发

### 第六章 2009-2010年中国旅游舞台表演模式的演出研究

#### 第一节 旅游舞台表演模式旅游演出的基本情况

##### 一、旅游舞台剧目演出区域集中度分析

##### 二、旅游舞台演出剧目集中度分析

##### 三、旅游舞台演出年均演出场次分析

#### 第二节 旅游舞台表演模式旅游演出的主要特点

##### 一、剧目投资：演出剧目投资在千万以上，项目回报周期短

##### 二、演出团队：以专业演出团体为主

##### 三、演出票价：演出票价平均票价在200元以上

##### 四、剧目演出：剧目演出时间持续时间较长

#### 第三节 旅游舞台表演模式及旅游演出的运营方式

##### 一、投资模式：专业演出单位参与合作投资

##### 二、演出运作：以驻场演出和巡演为主

##### 三、宣传营销：立足旅游，针对不同观众群体

#### 第四节 旅游舞台表演模式的成功实践之二：《功夫传奇》

##### 一、基本情况

##### 二、剧目投资

##### 三、演出运营

##### 四、演出效果

## 第五节 旅游舞台表演模式的成功实践之四：《金沙》

### 一、基本情况

### 二、剧目创作与创新

### 三、演出运营

### 四、演出效果

## 第七章 2009-2010年中国其他模式旅游演出研究

### 第一节 历史文化演出

#### 一、历史文化演出的基本情况

#### 二、历史文化演出的主要特点

#### 三、历史文化演出的运营方式

### 第二节 茶艺表演

#### 一、茶艺表演的基本情况

#### 二、茶艺表演的主要特点

#### 三、茶艺表演的运营方式

### 第三节 民俗风情演出

#### 一、民俗风情演出的基本情况

#### 二、民俗风情演出的主要特点

#### 三、民俗风情演出的运营方式

### 第四节 动物表演等

#### 一、动物表演的基本情况

#### 二、动物表演的主要特点

#### 三、动物表演的运营方式

## 第八章 国外旅游演出案例研究

### 第一节 迪斯尼

#### 一、基本情况

#### 二、剧目创作/开发

#### 三、项目投资

#### 四、演出运营

#### 五、演出效果

#### 六、项目后续开发

## 第二节 太阳马戏团&bull;拉斯维加斯&bull;澳门

## 第三节 纽约百老汇

## 第四节 伦敦西区

## 第五节 法国红磨坊

## 第九章 2010-2015年中国旅游演出业前景预测分析

### 第一节 2010-2015年中国旅游行业发展走势预测分析

- 一、旅游业仍有较大发展空间
- 二、短期下挫难抑持续增长
- 三、农村市场和带薪休假是潜力所在

### 第二节 2010-2015年中国旅游营销发展趋势分析

- 一、加快发展旅游网络营销
- 二、加强绿色营销促进旅游业可持续发展
- 三、深度挖掘旅游文化内涵，开展旅游品牌营销

### 第三节 2010-2015年中国旅游演出业前景展望

- 一、旅游演出业政策利好&mdash;旅游演出市场可适度引进外资
- 二、旅游演出靠文化挖掘产业潜能

## 第十章 2010-2015年中国旅游演出业投资战略分析

### 第一节 中国旅游演出业投资特性分析

### 第二节 2010-2015年中国旅游演出行业投资机会分析

### 第三节 2010-2015年中国旅游演出行业投资风险预警

- 一、宏观调控政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、市场运营机制风险

## 图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入



图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：中国汇率调整分析

图表：中国城镇居民家庭人均可支配收入分析

图表：2005年国内旅游基本情况

图表：2006年国内旅游基本情况

图表：2007年国内旅游基本情况

图表：2008年1-12月中国入境旅游接待收汇情况

图表：2009年1-3月中国入境旅游接待收汇情况

图表：2008年1-12月中国入境旅游主要客源市场情况

图表：2009年1-3月中国入境旅游主要客源市场情况

图表：2008年1-12月中国入境游主要城市接待情况

图表：2009年1-3月中国入境游主要城市接待情况

图表：2008年1-12月中国入境游地区接待情况

图表：2009年1-3月中国入境游地区接待情况

图表：2008年1-12月来华旅游入境人数统计

图表：2009年1-3月来华旅游入境人数统计

图表：2001年中国旅游业统计监测

图表：2002年中国旅游业统计监测

图表：2003年中国旅游业统计监测

图表：2004年中国旅游业统计监测

图表：2001年中国星级饭店统计监测

图表：2002年中国星级饭店统计监测

图表：2003年中国星级饭店统计监测

图表：2004年中国星级饭店统计监测

图表：2005年中国全年旅游业各项统计情况

图表：2006年中国旅游业统计监测

图表：2007年中国旅游业统计监测

图表：2006年中国星级饭店统计监测

图表：2007年中国星级饭店统计监测

图表：2008年8月份旅游统计监测

图表：2008年9月份旅游统计监测

图表：2008年10月份旅游统计监测

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201005/40139.html>