

2014-2018年中国旅游演出 市场调查与投资决策报告

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

《2014-2018年中国旅游演出市场调查与投资决策报告》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/201402/101916.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

近年来，中国旅游演艺需求日益旺盛，旅游演艺市场不断发展，市场规模稳步扩大。旅游演艺的“兴”在一定程度上满足了旅游者了解旅游地文化的需求，解决了旅游产业‘白天看景，晚上睡觉’的半日产出瓶颈，对当地经济社会的发展起到很大作用。作为东方文化大国的中国，其旅游演艺市场的旅游消费带动力发展前景非常广阔，当前中国旅游演艺已经进入了大发展、大提速的辉煌时代。

由于对旅游业发展前景看好，各类投资主体特别是民营资本、社会资本和国际资本纷纷加大在旅游领域的投资，2013年全国旅游投资继续呈快速增长态势，各地旅游投资热情高涨，不少省市推出数以千亿元计的旅游投资计划。随着中国旅游演艺产业的高速发展，旅游演艺行业已成为投资者纷纷追捧的“大餐”，同时，旅游演艺品牌营销的重要性日益凸显。开发旅游演艺产品、塑造、宣传和培育旅游演艺品牌、已经成为业界日益关注的问题。中国旅游演艺投资策略与品牌营销之道，将是中国旅游演艺产业的大繁荣大发展探索方向。

伴随国内旅游业的扩大发展和持续升温，对旅游演艺产品的市场需求增长迅速，由此激发了旅游业与演艺业良性互动、有机结合的产业发展动力。旅游业与演艺业互联共需、互利共赢。旅游业发展能够为演艺业发展创造条件和环境，借助旅游休闲这个平台获取更高的社会效益、经济效益，促进演艺市场的繁荣；演艺业发展是旅游业发展的助推器，可以为旅游者提供休闲娱乐机会，吸引游客、留住游客，形成旅游的品牌，不断推动旅游业的发展。

整份研究报告向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位，是目前国内覆盖面最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的行业研究报告系列。依据权威数据和科学的分析体系，在研究领域上突出全方位特色，着重从行业发展的方向、格局和政策环境，帮助客户评估行业投资价值，准确把握行业发展趋势，寻找最佳营销机会与商机，具有相当的预见性和权威性，是企业领导人制定发展战略、风险评估和投资决策的重要参考。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。我们对旅游演出行业进行了长期追踪，结合我们对旅游演出相关企业的调查研究，对我国旅游演出行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利

水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了旅游演出行业的前景与风险。报告揭示了旅游演出市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

第一部分 旅游演出行业环境分析

第一章 2013年中国旅游业整体状况分析 1

第一节 2013年世界旅游业现行指标分析 1

一、世界旅游各国旅游情况 1

二、世界旅游业2011-2013年现行指标比较 4

第二节 近三年中国入境游数据统计分析 6

一、中国入境旅游接待收汇情况 6

二、中国入境旅游主要客源市场情况 7

三、中国入境游主要城市接待情况 8

四、中国入境游地区接待情况 10

五、来华旅游入境人数统计 12

第三节 近几年中国旅游业统计监测 16

一、中国全年旅游业各项统计情况 16

二、中国星级饭店统计监测 25

第二章 2013年中国旅游演出业运行环境分析 33

第一节 2013年中国宏观经济环境分析 33

一、国民经济运行情况GDP 33

二、消费价格指数CPI、PPI 36

三、全国居民收入情况 39

四、恩格尔系数 41

五、工业发展形势 41

六、固定资产投资情况 43

八、社会消费品零售总额 48

九、进出口贸易 51

十、中国旅游业在国民经济中的地位分析 57

十一、全球经济总体运行概况 61

第二节 2013年中国旅游行业政策环境分析 71

- 一、《国家旅游局行政许可实施暂行办法》 71
- 二、《旅游景区(点)道路交通指引标志设置规范》 86
- 三、《旅游规划通则》 93
- 四、《中华人民共和国旅游法》 106
- 五、《国民旅游休闲纲要》 127
- 第三节 2013年中国旅游行业社会环境分析 129
 - 一、居民消费 129
 - 二、消费观念 130
 - 三、人们生活水平提高 131
- 第四节 社会环境分析 132
 - 一、人口环境分析 132
 - 二、教育环境分析 140
 - 三、文化环境分析 148
 - 四、中国城镇化率 150

- 第二部分 旅游演出行业现状分析
- 第三章 2013年中国旅游演出市场运行状况透析 152
 - 第一节 2013年中国旅游演出业运行综述 152
 - 一、观众规模 152
 - 二、出现上亿元大手笔投资 153
 - 三、带动消费分析 154
 - 第二节 2013年中国旅游演出业区域市场运行分析 155
 - 一、对浙江省旅游演出业发展的思考 155
 - 二、湖南旅游演出力求差异化发展 159
 - 三、北京亟需大力发展旅游文化演出业 161
 - 四、旅游演出促河南文化旅游转型升级 169
 - 五、成都旅游演出成新景点 171
 - 六、天津市“七大举措”打造天津旅游演出知名品牌 172
 - 第三节 2013年中国国内旅游演出的运营情况分析 173
 - 一、旅游演出的剧目投资：投资多元化、大投入 173
 - 二、旅游演出的剧目创作：旅游与文艺演出相结合 177
 - 三、旅游演出的运作机制：市场化、产业化运作 177

第四节国内旅游演出相关企业经营分析 178

一、杭州宋城旅游发展股份有限公司 178

二、深圳华侨城股份有限公司 187

第四章 2013年国内主要旅游演出模式研究-实景模式旅游演出 198

第一节实景模式旅游演出的基本情况分析 198

一、全国实景类旅游演出分布特征分析 198

二、实景类旅游演出发展趋势分析 203

三、实景旅游演出人员特征分析 204

第二节实景模式旅游演出的主要特点分析 204

一、项目投入大，回报周期较长 204

二、具有著名的创作阵容 205

三、剧目创新频繁，创作周期长 205

四、项目后续开发及时 206

五、有效的拉动当地旅游市场 207

第三节实景模式的主要运营方式 207

一、项目的投资模式：政府引导、多元参与 207

二、项目的运作模式：市场化运作，产业化经营 207

三、项目的营销模式：立体化宣传，全方位营销 208

第四节实景模式的成功实践-《印象刘三姐》 208

一、基本情况 208

二、剧目开发 209

三、项目投资 209

四、项目运营 210

五、演出效果 210

六、后续产品开发 212

第五节实景模式的成功实践-《禅宗少林音乐大典》 212

一、基本情况 212

二、剧目创作 214

三、项目投资 214

四、项目运营 214

五、演出效果 215

六、项目后续开发 216

第五章 2013年中国主题公园模式的旅游演出研究 217

第一节主题公园模式旅游演出的基本情况 217

一、大型主题公园模式旅游演出区域集中度分析 217

二、演出剧目投资规模分析 218

三、剧目演出场所及场所容量分析 219

第二节主题公园模式旅游演出的主要特点 219

一、演出功能：以强化休闲娱乐和渲染游乐氛围为主 219

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 219

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 220

四、演出票价：以高票价为主 220

五、演出剧目：剧目更新较快 221

第三节主题公园模式旅游演出的运营方式 222

一、投资模式：演出由旅游景区（主题公园）自主开发 222

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 222

三、宣传和营销：依托主题公园，同步营销，共享观众市场 223

四、演出衍生品开发：多渠道开发 223

第四节主题公园模式的成功实践之一：深圳世界之窗 224

一、基本情况 224

二、剧目创作 225

三、演出运营 225

四、演出情况 226

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》 227

一、基本情况 227

二、剧目创作与创新 227

三、演出运营 228

四、演出效果 229

五、演出项目后续开发 230

第六章 2013年中国旅游舞台表演模式的演出研究 231

第一节旅游舞台表演模式旅游演出的基本情况 231

- 一、旅游舞台剧目演出区域集中度分析 231
- 二、旅游舞台演出剧目集中度分析 231
- 第二节旅游舞台表演模式旅游演出的主要特点 232
 - 一、剧目投资：演出剧目投资在千万以上，项目回报周期短 232
 - 二、演出团队：以专业演出团体为主 232
 - 三、演出票价：演出票价平均票价在200元以上 232
 - 四、剧目演出：剧目演出时间持续时间较长 232
- 第三节旅游舞台表演模式及旅游演出的运营方式 233
 - 一、投资模式：专业演出单位参与合作投资 233
 - 二、演出运作：以驻场演出和巡演为主 233
 - 三、宣传营销：立足旅游，针对不同观众群体 234
- 第四节旅游舞台表演模式的成功实践之二：《功夫传奇》 235
 - 一、基本情况 235
 - 二、剧目投资 236
 - 三、演出运营 236
 - 四、演出效果 237
- 第五节旅游舞台表演模式的成功实践之四：《金沙》 238
 - 一、基本情况 238
 - 二、剧目创作与创新 239
 - 三、演出运营 240
 - 四、演出效果 240

- 第七章 2013年中国其他模式旅游演出研究 242
 - 第一节历史文化演出 242
 - 一、历史文化演出的基本情况 242
 - 二、历史文化演出的主要特点 242
 - 三、历史文化演出的运营方式 243
 - 第二节茶艺表演 244
 - 一、茶艺表演的基本情况 244
 - 二、茶艺表演的主要特点 245
 - 三、茶艺表演的运营方式 245
 - 第三节民俗风情演出 246

- 一、民俗风情演出的基本情况 246
- 二、民俗风情演出的主要特点 246
- 三、民俗风情演出的运营方式 247

第四节动物表演等 247

- 一、动物表演的基本情况 247
- 二、动物表演的主要特点 248
- 三、动物表演的运营方式 248

第八章国外旅游演出案例研究 254

第一节迪斯尼 254

第二节太阳马戏团 258

第三节纽约百老汇 273

第四节伦敦西区 277

第五节法国红磨坊 281

第三部分旅游演出行业前景分析

第九章 2014-2018年中国旅游演出业前景预测分析 285

第一节 2014-2018年中国旅游行业发展走势预测分 285

- 一、旅游业仍有较大发展空间 285
- 二、短期下挫难抑持续增长 286
- 三、农村市场和带薪休假是潜力所在 286

第二节 2014-2018年中国旅游营销发展趋势分析 288

- 一、加快发展旅游网络营销 288
- 二、加强绿色营销促进旅游业可持续发展 292
- 三、深度挖掘旅游文化内涵，开展旅游品牌营销 292

第三节 2014-2018年中国旅游演出业前景展望 293

- 一、旅游演出业政策利好-旅游演出市场可适度引进外资 293
- 二、旅游演出靠文化挖掘产业潜能 294

第十章 2014-2018年中国旅游演出业投资战略分析 296

第一节中国旅游演出业投资特性分析 296

第二节 2014-2018年中国旅游演出行业投资机会分析 296

第三节中国旅游演艺市场的SWOT分析 297

一、优势分析 297

二、劣势分析 298

三、机会分析 299

四、威胁分析 299

第四节中国旅游演艺市场的发展策略 300

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201402/101916.html>