

2014-2018年中国旅游演出 行业竞争与发展趋势报告

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

《2014-2018年中国旅游演出行业竞争与发展趋势报告》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/201402/101930.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。

报告目录

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

图表目录

图表：2011-2013年2013年上半年全球国际旅游人数 4

图表：2013年2013年上半年旅游目的地的海外游客增长率 5

图表：2013年2013年上半年国际旅游客源地比重 5

图表：2013年6月入境旅游接待收汇情况 6

图表：2013年6月主要客源市场情况 7

图表：2012年1-12月主要城市接待情况(一) 8

图表：2012年1-12月主要城市接待情况(二) 9

图表：2012年1-12月地方接待情况(一) 10

图表：2012年1-12月地方接待情况(二) 11

图表：2013年1 - 6月来华旅游入境人数（按入境方式分） 12

图表：2013年1 - 6月入境外国游客人数（按年龄、性别分） 14

图表：2013年1-6月入境外国游客人数（按目的分） 15

图表：2012年主要客源国入境旅游情况 22

图表：各省市国际旅游收入排列 23

图表：2012年中国公民首站前往主要目的地国家(地区)情况 24

图表：2012年全国星级饭店经营情况 25

图表：2013年第二季度重点旅游城市星级饭店平均房价前10名情况表 29

图表：2013年第二季度重点旅游城市星级饭店平均出租率前10名情况表 30

图表：2013年第二季度全国星级饭店经营情况平均指标比较 30

图表：2013年第二季度重点旅游城市环比增长前10名 31

图表：2013年第二季度重点旅游城市环比下降前10名 31

图表：2013年第二季度重点旅游城市同比增长前10名 32

图表：2013年第二季度重点旅游城市同比下降前10名 32

图表：2008-2012国内生产总值及其增长速度 34

图表：2011-2012年全国产业增长值及变化 34

图表：2011-2012国内生产总值同比增长速度 35

图表：2013年2013年上半年国内生产总值 35

图表：2011-2013年GDP环比增长速度 36

图表：2012年中国CPI同比增幅 37

图表：2013年1-8月中国CPI同比增幅 37

图表：2012年中国PPI同比增幅 38

图表：2013年1-8月中国PPI同比增幅 38

图表：2011-2012年中国农村人均收入变化 40

图表：2011-2012年中国城镇人均收入变化 40

图表：2011-2012年中国恩格尔系数变化情况 41

图表：2001-2011年规模以上工业企业主要效益 42

图表：2001-2011年工业增加值 42

图表：2011-2012年固定资产投资（不含农户）同比增速 43

图表：2011-2012年分地区投资相邻两月累计同比增速 44

图表：2012年1-12月份固定资产投资（不含农户）主要数据 46

图表：2011-2012年固定资产到位资金同比增速 47

图表：2011-2012社会消费品零售总额比较 49

图表：2012年消费零售总额城乡比较 50

图表：2011-2012年社会消费零售总额名义增速 50

图表：2012-2013年2013年上半年社会消费零售总额变化 51

图表：2011-2012年全国对外贸易总额及变化 52

图表：2011-2012年全国出口额及变化 52

图表：2011-2012年全国进口额及变化 53

图表：2013年第一季度主要经济体GDP增速 62

图表：2013年4月份二十国集团CPI变化情况 63

图表：2013年4月份中美日欧制造业PMI 63

图表：2013年5月份中美日欧零售变化情况 64

图表：2013年5月份美日欧等发达经济体失业率 64

图表：2013年5月世界主要股指月度环比涨跌幅 65

图表：2013年5月主要商品期货价格月度环比涨跌幅 66

图表：旅游景区（点）分类表 88

图表：旅游景区（点）方向距离标志 90

图表：旅游景区（点）方向标志 90

图表：旅游景区（点）指引标志和停车场指示标志设置示例 91

图表：2011-2012年全国人口变化 133

图表：2011-2012年中国人口性别变化 133

图表：2011-2012年中国人口各年龄段变化 134

图表：2011-2012年中国人口城乡结构变化 134

图表：2011-2012年全国人户分离人口变化 135

图表：2011-2012年全国流动人口变化 135

图表：人口及其自然增长率变化情况 136

图表：2011-2012年全国参加城镇职工基本养老保险情况 137

图表：2011-2012年全国参加城镇基本医疗保险情况 137

图表：2011-2012年中国参加失业保险情况 138

图表：2011-2012年中国参加工伤保险情况 138

图表：2011-2012年中国参加生育保险情况 139

图表：2011-2012年中国农村扶贫对象人数情况 139

图表：2008-2012年普通高等教育、中等职业教育及普通高中生招生人数 140

图表：2011-2012年全国各类型教育招生情况 141

图表：2011-2012年全国各类型教育在校生情况 141

图表：2011-2012年全国各类型教育毕业生情况 142

图表：2008-2012年研究与试验发展（R&D）经费支出 143

图表：2011-2012年全国工程研究实验室建设情况 143

图表：2011-2012年全国专利申请情况 144

图表：2011-2012年全国授予专利发明情况 144

图表：2011-2012年全国有效专利发明情况 145

图表：2011-2012年中国技术合同签订情况 145

图表：2011-2012年全国产品检测室情况 146

图表：2011-2012年全国产品认证情况 147

图表：2011-2012年全国计量情况 147

图表：2011-2012年全国制定国家标准情况 148

图表：2011-2012年全国艺术系统情况 149

图表：2011-2012年全国影视制作情况 149

图表：2011-2012年全国出版物情况 150

图表：2002-2012年全国城镇人口比重 151

图表：2000-2012年我国城镇化水平变化情况 151

图表：2011-2013年国内观看旅游演出的观众数量 152

图表：2011-2013年国内旅游演出市场规模 153

图表：杭州宋城旅游发展股份有限公司资料 179

图表：2013年上半年杭州宋城旅游发展股份有限公司收入产品构成 179

图表：2013年上半年杭州宋城旅游发展股份有限公司收入地域构成 179

图表：2013年上半年杭州宋城旅游发展股份有限公司员工构成 180

图表：2012-2013年杭州宋城旅游发展股份有限公司主要财务指标分析 180

图表：2012-2013年杭州宋城旅游发展股份有限公司营业利润率分析 181

图表：2012-2013年杭州宋城旅游发展股份有限公司净资产收益率分析 181

图表：2012-2013年杭州宋城旅游发展股份有限公司盈利能力分析 182

图表：2012-2013年杭州宋城旅游发展股份有限公司流动比率分析 182

图表：2012-2013年杭州宋城旅游发展股份有限公司资产负债率分析 183

图表：2012-2013年杭州宋城旅游发展股份有限公司偿债能力分析 183

图表：2012-2013年杭州宋城旅游发展股份有限公司净利润增长率分析 184

图表：2012-2013年杭州宋城旅游发展股份有限公司净资产增长率分析 184

图表：2012-2013年杭州宋城旅游发展股份有限公司成长能力分析 184

图表：2012-2013年杭州宋城旅游发展股份有限公司存货周转率(次)分析 185

图表：2012-2013年杭州宋城旅游发展股份有限公司总资产周转率(次)分析 185

图表：2012-2013年杭州宋城旅游发展股份有限公司营运能力分析 186

图表：2012-2013年杭州宋城旅游发展股份有限公司利润表分析 186

图表：2012-2013年杭州宋城旅游发展股份有限公司资产负债分析 187

图表：2012-2013年杭州宋城旅游发展股份有限公司现金流量分析 187

图表：深圳华侨城股份有限公司资料 189

图表：2013年上半年深圳华侨城股份有限公司收入产品构成 189

图表：2013年上半年深圳华侨城股份有限公司收入地域构成 190

图表：2013年上半年深圳华侨城股份有限公司员工构成 190

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司主要财务指标分析 191

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司营业利润率分析 191

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司净资产收益率分析 192

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司盈利能力分析 192

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司流动比率分析 193

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司资产负债率分析 193

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司偿债能力分析 194

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司净利润增长率分析 194

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司净资产增长率分析 195

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司成长能力分析 195

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司存货周转率(次)分析 195

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司总资产周转率(次)分析 196

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司营运能力分析 196

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司利润表分析 197

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司资产负债分析 197

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司现金流量分析 197

图表：2014-2018年国内旅游演出市场规模预测 297

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201402/101930.html>