

2022-2028年中国旅游演出 业市场深度评估与战略咨询报告

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

《2022-2028年中国旅游演出业市场深度评估与战略咨询报告》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/202207/306978.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

旅游演艺是什么？并非简单的文娱演出。基于调研，从产品角度，笔者认为应分为六部分：第一，地域性的文娱演出。第二，相匹配的多功能综合型娱乐剧场（剧院）。第三，以演出为核心产品之一的主题公园，为项目收益的保障点。第四，项目周边的旅游休闲综合配套区，这是产业链延伸部分。第五，围绕演艺项目构建历史文明的话语体系，则属于营销和推广部分。第六，产权质押和股权交易，此为最关键的融资和流转部分。比如，山水盛典文化产业有限公司的“大型山水实景演出”旅游演艺项目，包括《印象刘三姐》、《禅宗少林音乐大典》、《大宋东京梦华》、《天门狐仙》、《道解都江堰》、《鼎盛王朝康熙大典》、《锦宴》、《龙船调》、《嫦娥》等

中企顾问网发布的《2022-2028年中国旅游演出业市场深度评估与战略咨询报告》共十章。首先介绍了旅游演出业行业市场发展环境、旅游演出业整体运行态势等，接着分析了旅游演出业行业市场运行的现状，然后介绍了旅游演出业市场竞争格局。随后，报告对旅游演出业做了重点企业经营状况分析，最后分析了旅游演出业行业发展趋势与投资预测。您若想对旅游演出业产业有个系统的了解或者想投资旅游演出业行业，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：

第一章 2020年中国旅游业整体状况分析

第一节 2020年世界旅游业现行指标分析

一、世界旅游各国旅游情况

二、各国/地区旅游经济统计

第二节 2020年中国入境游数据统计分析

一、中国入境旅游接待收汇情况

二、入境旅游外汇收入

三、入境旅游客源情况

第三节 2016-2020年中国旅游业统计监测

一、中国全年旅游业各项统计情况

二、中国星级饭店统计监测

第二章 2020年中国旅游演出业运行环境分析

第一节 2020年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、财政收支状况（年度更新）
- 八、中国汇率调整（人民币升值）
- 九、存贷款基准利率调整情况
- 十、存款准备金率调整情况
- 十一、社会消费品零售总额
- 十二、对外贸易&进出口
- 十三、中国旅游业在国民经济中的地位分析

第二节 2020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》
- 四、近年中国主要旅游业支持政策
- 五、促进文化与旅游结合发展的指导意见
- 六、《国务院关于加强发展旅游业的意见》
- 七、《国家文化旅游重点项目名录-旅游演出类》入选项目

第三节 2020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

第三章 2020年中国旅游演出市场运行状况透析

第一节 2020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 2020年中国旅游演出业区域所属行业市场运行分析

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 2020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 2020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、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 2020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 2020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 2020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

- 一、基本情况
- 二、剧目创作/开发
- 三、项目投资

四、运营模式

第三节 纽约百老汇

一、基本情况

二、产业链分析

三、演出情况

四、演出效果

五、运营模式

第四节 伦敦西区

一、基本情况

二、发展历史

三、运营情况

四、演出效果

第五节 法国红磨坊

一、基本情况

二、剧场介绍

三、演出情况

四、运营模式

第九章 2022-2028年中国旅游演出业前景预测分析

第一节 2022-2028年中国旅游行业发展走势预测分析

一、中国旅游业将成战略性支柱产业

二、中国旅游业将迎来重要转型期

三、农村市场和带薪休假是潜力所在

第二节 2022-2028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 2022-2028年中国旅游演出业前景展望

一、旅游演出业政策利好—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

三、2022-2028年旅游演出市场规模预测

第十章 2022-2028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 2022-2028年中国旅游演出行业投资机会分析

第三节 2022-2028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

第四节 投资观点

部分图表目录；

图表 1 2016-2020年中国国内旅客人次

图表 2 2016-2020年中国城镇居民国内旅客人次

图表 3 2016-2020年中国农村居民国内旅客人次

图表 4 2016-2020年中国国内旅游收入

图表 5 2016-2020年中国城镇、农村居民旅游花费对比图

图表 6 2016-2020年外国人入境游客人数

图表 7 2020年入境旅游主要客源市场情况

图表 8 2020年全国星级饭店数量结构图

图表 9 2020年全国星级饭店营业收入结构图

图表 10 2020年全国星级饭店经营情况统计表（按星级分）

图表 11 2020年全国星级饭店经营情况平均指标统计表（按星级分）

图表 12 2020年重点旅游城市星级饭店平均房价前10名情况表（按星级分）

图表 13 2020年重点旅游城市星级饭店平均出租率前10名情况表（按星级分）

图表 14 2020年全国星级饭店经营情况平均指标比较（按星级分）

图表 15 2020年重点旅游城市同比增长前10名

图表 16 2020年重点旅游城市同比下降前10名

图表 17 2022-2028年旅游演出市场规模预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202207/306978.html>