

# 2015-2022年中国演出场所 市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

## 报告报价

《2015-2022年中国演出场所市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitaxiuxian1509/6138274N5A.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-09-24

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国演出场所市场分析与投资前景研究报告》共十二章。报告介绍了演出场所行业相关概述、中国演出场所产业运行环境、分析了中国演出场所行业的现状、中国演出场所行业竞争格局、对中国演出场所行业做了重点企业经营状况分析及中国演出场所产业发展前景与投资预测。您若想对演出场所产业有个系统的了解或者想投资演出场所行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

## 报告目录：

### 第一章 中国演出产业发展概况 23

#### 第一节 演出市场相关概述 23

##### 一、演出基本定义 23

##### 二、演出经营主体 23

###### （一）文艺表演团体 23

###### （二）演出经纪机构 23

###### （三）演出场所 23

###### （四）舞美工程企业 24

##### 三、演出主要门类划分 24

###### （一）音乐类演出 24

###### （二）舞蹈类演出 24

###### （三）戏剧类演出 24

###### （四）曲艺杂技类演出 25

#### 第二节 演出产业状态概述 25

##### 一、主体状态：多元化 25

##### 二、产业状态：集团化 25

##### 三、消费状态：大众化 25

##### 四、定位状态：高雅化 26

#### 第三节 演出产业发展必要性 26

##### 一、群众文化消费需求 26

##### 二、城市营销宣传需要 26

##### 三、企事业单位及非政府组织的宣传 26

#### 四、国家文化的国内外消费 26

### 第二章 中国演出产业发展环境分析 28

#### 第一节 演出产业政策环境分析 28

##### 一、演出产业监管体制分析 28

##### 二、演出产业相关政策法规 29

###### (一) 主要产业支持政策 29

###### (二) 金融与税收支持政策 32

###### (三) 演出产业其他政策 34

##### 三、演出行业税收政策 36

###### (一) 营业税 36

###### (二) 营业税改增值税 36

###### (三) 剧场自用房产土地税、房产税 38

###### (四) 税改建议 38

#### 四、政策环境影响分析 39

#### 第二节 演出产业社会环境分析 41

##### 一、居民收入稳步提升 41

##### 二、居民娱乐消费支出 42

##### 三、文化产业发展环境 42

###### (一) 文化产业环境分析 42

###### (二) 文化产业投资情况 43

#### 第三节 演出产业技术环境分析 43

##### 一、新媒体技术推动产业发展 43

##### 二、互联网发展状况 44

###### (一) 网民规模 44

###### (二) 手机网民规模 44

###### (三) 接入方式 45

###### (四) 网民属性 47

##### 三、互联网基础资源 50

##### 四、互联网应用状况 51

##### 五、手机网络应用状况 52

##### 六、中国IPTV产业快速发展 53

七、媒体播出平台渠道多样化 54

第四节 演出产业营销环境分析 55

一、演出产业主要营销平台 55

(一) 中国艺术节 55

(二) 中国文化年活动 56

(三) 中国国际演出交易会 57

二、演艺产业营销渠道分析 58

三、演艺产业营销手段介绍 58

(一) 成立演出联盟 58

(二) 打包批售 59

(三) 与相关产业融合 59

第三章 中国演出市场发展状况分析 61

第一节 演出市场经济规模分析 61

一、演出市场总规模 61

二、演出票房收入 61

三、农村演出收入 61

四、演出周边产品及赞助收入 62

五、演出经营主体配套设施及其他服务收入 62

六、政府补贴收入 63

七、中国演出市场规模预测 63

第二节 演出经营主体经营状况 64

一、文艺表演团体 64

(一) 国有文艺表演团体 64

(二) 民营文艺表演团体 65

二、演出经纪机构 66

(一) 演出项目经纪机构 66

(二) 演员经纪机构 66

(三) 演出票务经纪机构 67

(四) 演出经纪人员 70

三、舞美工程企业 71

(一) 舞美工程企业发展情况 71

- (二) 安全保障体系亟待建立 72
- (三) 关于加强演出工程安全管理的建议 73

### 第三节 文化演出票务市场研究 75

- 一、演出票务市场特点分析 75
- 二、票务营销推广渠道研究 76
  - (一) 营销推广渠道的类型 76
  - (二) 推广渠道运作的方式 76
  - (三) 演艺票务在线预订市场 77
- 三、演出票务市场发展趋势 78

### 第四节 文化演出设备市场分析 78

- 一、文化演出设备市场概况 78
- 二、文化演出设备市场规模 80
- 三、演艺设备企业竞争格局 80
  - (一) 演艺设备二十强企业 80
  - (二) 演艺设备企业竞争力 81
- 四、文化演艺设备投资前景 82

## 第四章 中国演出产业成功案例借鉴 84

### 第一节 国外文艺演出成功案例剖析 84

- 一、《猫》 84
  - (一) 故事背景情况概述 84
  - (二) 剧目运营成果总结 85
  - (三) 在华运营情况分析 86
  - (四) 剧目运营经验借鉴 86
- 二、《大河之舞》 87
  - (一) 故事背景情况概述 87
  - (二) 剧目运营成果总结 87
  - (三) 在华运营情况分析 87
  - (四) 剧目运营经验借鉴 88

### 第二节 国外引进演出成功案例剖析 91

- 一、《妈妈咪呀》 91
  - (一) 全球运作背景介绍 91

(二) 在华运营情况分析	92
(三) 剧目运营经验借鉴	92
二、《图兰朵》	94
(一) 全球运作背景介绍	94
(二) 在华运营情况分析	94
(三) 运营规模情况分析	95
(四) “资本化”运作分析	95
三、《胡桃夹子?海上梦》	96
(一) 全球运作背景介绍	96
(二) 在华运营情况分析	96
(三) 运营规模情况分析	97
(四) 剧目运营经验借鉴	97
第三节 推向国际市场成功案例剖析	98
一、《风中少林》	98
(一) 演出基本情况概述	98
(二) 剧目运营团队分析	98
(三) 海外演出情况分析	99
(四) 剧目成功经验借鉴	99
二、《功夫传奇》	102
(一) 演出基本情况概述	102
(二) 剧目运营团队分析	103
(三) 海外演出情况分析	103
(四) 剧目成功经验借鉴	104
第四节 国内经典文艺演出案例剖析	107
一、《印象?刘三姐》	107
(一) 演出基本情况概述	107
(二) 项目运营主体团队	108
(三) 项目投资收益分析	108
(四) 市场影响效果分析	109
(五) 剧目成功经验借鉴	111
二、《中华泰山?封禅大典》	113
(一) 演出基本情况概述	113

(二) 项目运营主体团队	114
(三) 项目投资收益分析	114
(四) 市场影响效果分析	115
(五) 剧目成功经验借鉴	116
三、《宋城千古情》	118
(一) 演出基本情况概述	118
(二) 项目运营主体团队	118
(三) 项目投资收益分析	119
(四) 市场影响效果分析	119
(五) 剧目成功经验借鉴	120
四、《茶馆》	121
(一) 演出基本情况概述	121
(二) 剧目运营主体团队	122
(三) 剧目投资收益分析	122
(四) 市场影响效果分析	123
(五) 剧目成功经验借鉴	123
五、《雷雨》	124
(一) 演出基本情况概述	124
(二) 剧目运营主体团队	124
(三) 剧目投资收益分析	126
(四) 市场影响效果分析	126
(五) 剧目成功经验借鉴	126
六、《女子十二乐坊》	127
(一) 演出基本情况概述	127
(二) 剧目运营主体团队	127
(三) 剧目投资收益分析	128
(四) 市场影响效果分析	130
(五) 剧目成功经验借鉴	130
七、《西游记》	131
(一) 演出基本情况概述	131
(二) 项目制作投入情况	131
(三) 市场影响效果分析	132

#### (四) 剧目成功经验借鉴 132

### 第五章 中国演出场所经营情况及建设策略 134

#### 第一节 演出场所经营状况及前景分析 134

一、机构数 134

二、从业人员 134

三、座席数 135

四、演(映)出场次 135

五、观众人次 135

六、收入合计 136

七、支出合计 136

八、演出场所发展前景 137

#### 第二节 各类演出场馆经营分析 137

一、剧场 137

二、影剧院 138

三、曲艺场 138

四、杂技场 138

五、音乐厅 139

六、综合性场馆 139

七、其他表演场馆 140

#### 第三节 演出场所建设存在问题及对策 140

一、演出场所建设存在问题 140

(一) 区域发展不平衡 140

(二) 演出场所本土运营问题 140

(三) 演出场所经营困难 141

二、演出场所建设对策分析 142

(一) 产业格局变革策略 142

(二) 文化演出交流策略 142

(三) 演出企业发展战略 143

### 第六章 中国演出场所剧场运营模式及创新 144

#### 第一节 剧场发展运作模式与策略构建 144

- 一、剧场的主要运营管理模式 144
  - (一) 自主经营模式 144
  - (二) 委托经营模式 144
  - (三) 合股经营模式 144
  - (四) 委托培训模式 145
  - (五) 院线联盟模式 145
- 二、剧场发展经营面临的问题 145
  - (一) 商业化与公益性的冲突 145
  - (二) 平民化与高票价的博弈 146
- 三、剧场发展经营策略分析 146
  - (一) 品牌策略 146
  - (二) 精品策略 146
  - (三) 原创策略 147
- 第二节 剧场运行情况分析 147
  - 一、场馆的数量统计 147
  - 二、场馆坐席数统计 147
  - 三、演映的场次统计 148
  - 四、观众的人数统计 148
- 第三节 剧场运营成本及策略分析 148
  - 一、剧场运营资金来源分析 148
    - (一) 政府补贴 148
    - (二) 演出票房 149
    - (三) 剧院自身服务经营 149
    - (四) 社会资助 149
  - 二、剧场经营运作战略方向 149
    - (一) 从剧目运营, 转向品牌运营 149
    - (二) 从硬件优势转向资源整合 150
    - (三) 从以剧目为中心, 转向以客户服务为中心 150
- 第四节 剧场经营现状及创新方向 150
  - 一、剧场经营现状分析 150
    - (一) 剧场经营总收入分析 150
    - (二) 剧场定位缺陷在转型期凸显 151

(三) 剧场空巢现象值得关注 151

二、剧场经营创新方向 152

(一) 院线管理模式创新 152

(二) 剧场自营演出趋势 153

(三) 院团合作模式创新 153

(四) 剧场群发展模式创新 153

第七章 中国演出场所院线管理模式分析 155

第一节 演出院线发展概况 155

一、文艺演出主体分析 155

二、独立经营弊端分析 156

三、演出院线内涵分析 157

四、演出院线作用分析 158

五、演出院线实现手段 158

第二节 演出院线经营模式分析 158

一、演出院线产业链现状 158

二、演出院线经营模式分析 159

(一) 直营模式 159

(二) 加盟模式 160

(三) 服务模式 161

三、院线经营模式发展趋势 161

四、院线经营模式创新分析 162

(一) 院线经营模式创新必要性 162

(二) 聚焦拓展模式创新分析 162

第三节 国内主要演出连锁院线 164

一、保利院线 164

(一) 院线基本情况介绍 164

(二) 院线发展优势分析 165

(三) 院线上演剧目分析 166

(四) 院线未来发展方向 166

二、中演院线 167

(一) 院线基本情况介绍 167

- (二) 院线发展优势分析 167
- (三) 院线上演剧目分析 169
- (四) 院线未来发展方向 170
- 三、国话院线 170
  - (一) 院线基本情况介绍 170
  - (二) 院线发展优势分析 170
  - (三) 院线上演剧目分析 171
  - (四) 院线未来发展方向 172
- 四、苏演院线 173
  - (一) 院线基本情况介绍 173
  - (二) 院线发展优势分析 173
  - (三) 院线上演剧目分析 174
  - (四) 院线未来发展方向 175
- 五、大隐院线 175
  - (一) 院线基本情况介绍 175
  - (二) 院线发展优势分析 175
  - (三) 院线上演剧目分析 176
  - (四) 院线未来发展方向 177
- 六、万达演出院线 177
  - (一) 院线基本情况介绍 177
  - (二) 院线发展优势分析 178
  - (三) 院线上演剧目分析 178
  - (四) 院线未来发展方向 179
- 七、北京儿艺院线 179
  - (一) 院线基本情况介绍 179
  - (二) 院线发展优势分析 180
  - (三) 院线上演剧目分析 180
  - (四) 院线未来发展方向 180
- 八、戏逍堂小剧场院线 181
  - (一) 院线基本情况介绍 181
  - (二) 院线发展优势分析 181
  - (三) 院线上演剧目分析 182

#### (四) 院线未来发展方向 182

### 第八章 中国演出场所转型旅游娱乐演出场所 183

#### 第一节 旅游演出市场状况分析 183

##### 一、旅游演出主要作用分析 183

##### 二、旅游演出市场规模分析 185

##### 三、旅游演出细分市场分析 185

###### (一) 实景演出 185

###### (二) 主题公园演出 186

###### (三) 旅游舞台演出 188

##### 四、旅游演出带动消费情况 189

##### 五、旅游演出未来发展展望 189

#### 第二节 剧场转型旅游演出场所 190

##### 一、旅游演出主要场所 190

##### 二、旅游演出场所经营现状 190

##### 三、旅游演出场所运营分析 190

###### (一) 投资模式分析 190

###### (二) 演出运作分析 191

###### (三) 宣传营销分析 191

#### 第三节 剧场转型娱乐演出场所 192

##### 一、娱乐演出主要场所 192

##### 二、娱乐演出场所经营现状 192

##### 三、娱乐演出场所演员分析 192

### 第九章 中国演出场所其他经营模式创新分析 193

#### 第一节 剧场自营演出发展方向分析 193

##### 一、专业剧场出租收入下降 193

##### 二、专业剧场自营演出趋势 193

##### 三、剧场自营演出案例分析 194

###### (一) 辽宁大剧院与辽宁芭蕾舞团 194

###### (二) 福建大剧院与福建省歌舞团 194

###### (三) 上海天蟾京剧中心逸夫舞台与多家戏曲演出团体合作 194

(四) 杭州剧院依托剧院联盟体系开展自编剧目 194

## 第二节 剧场群发展模式分析 195

一、剧场群的概念 195

二、西方剧场群概况 195

(一) 纽约百老汇 195

(二) 伦敦西区 196

三、国内剧场群发展模式 196

(一) 对现有剧场的改建和加建 196

(二) 主题乐园模式 197

(三) 复合功能体模式 197

四、国内剧场群发展现状 198

(一) 对西方的大量模仿 198

(二) 对本土文化的回归 198

(三) 东西方的有机结合 199

## 第三节 院团合作模式创新 199

一、剧院联盟经营模式概况 199

二、剧院联盟经营模式现状 199

(一) 剧院联盟公司化经营 199

(二) 降成本扩大营收 200

(三) 平台获认可尚需时日 200

三、主要剧院联盟发展分析 201

(一) 中国国际演出剧院联盟 201

(二) 北方剧院联盟 201

(三) 西部演出联盟 202

(四) 东部剧院联盟 202

(五) 中三角联盟 203

(六) 长三角联盟 203

(七) 安徽演出联盟 204

(八) 浙江省剧院联盟 204

## 第十章 中国剧院经营创新分析 205

### 第一节 戏剧演出市场分析 205

## 一、话剧演出市场分析 205

(一) 话剧演出规模分析 205

(二) 话剧演出市场特点 205

(三) 话剧演出存在问题 207

## 二、戏曲演出市场分析 208

(一) 戏曲演出规模分析 208

(二) 戏曲演出市场特点 208

(三) 戏曲演出存在问题 209

## 第二节 剧院运行情况分析 209

### 一、场馆的数量统计 209

### 二、场馆坐席数统计 210

### 三、演映的场次统计 210

### 四、观众的人数统计 210

### 五、场馆总收入统计 211

## 第三节 国外剧院经营模式创新 211

### 一、国外剧院的类型 211

(一) 场团一体型 211

(二) 剧院独立型 212

(三) 场团签约型 212

### 二、国外剧院的投资形式 212

### 三、国外剧院的管理模式 213

(一) 政府管理制 213

(二) 财团管理制 214

(三) 股份制 215

### 四、国外剧院经营创新案例 215

(一) 巴黎歌剧院 215

(二) 悉尼歌剧院 216

(三) 伦敦皇家歌剧院 216

(四) 米兰斯卡拉歌剧院 217

(五) 维也纳国家歌剧院 217

(六) 纽约大都会歌剧院 218

## 第四节 国内剧院管理创新路径分析 218

- 一、从剧目运营转向品牌运营 218
- 二、推出院团合作新模式 219
- 三、将盈利投入艺术再生产 219
- 四、以客户服务为中心战略 219
- 五、国际化发展战略 220
- 第五节 国内剧院经营创新案例分析 220
  - 一、上海大剧院 220
    - (一) 节目定位 220
    - (二) 品牌建设 220
    - (三) 原创剧目 221
    - (四) 形式创新 221
    - (五) 降低票价 222
  - 二、国家大剧院 222
    - (一) 演出经营情况 222
    - (二) 经营定位分析 223
    - (三) 运作模式创新 223
  - 三、广州大剧院 225
    - (一) 零编制，零补贴 225
    - (二) 专业化运作 225
    - (三) 市场化管理 225

## 第十一章 中国音乐厅经营创新分析 227

### 第一节 音乐演出市场分析 227

- 一、音乐类演出市场概况 227
- 二、演唱会演出市场分析 227
  - (一) 市场分众化发展趋势明显 227
  - (二) “粉丝”经济势头强劲 227
  - (三) 小场馆演出风险低，成市场新亮点 228
  - (四) 摇滚异军突起，市场趋于多元化 228
- 三、音乐会演出市场分析 229
  - (一) 音乐会演出主要特点 229
  - (二) 音乐会演出突出问题 229

(三) 交响乐市场发展的建议	229
四、音乐节演出市场分析	229
第二节 音乐厅运行情况分析	230
一、场馆的数量统计	230
二、场馆坐席数统计	230
三、演映的场次统计	231
四、观众的人数统计	231
五、场馆总收入统计	232
第三节 音乐厅经营与创新分析	232
一、“团厅合一”经营模式创新	232
(一) 星海音乐厅	232
(二) 北京音乐厅	233
(三) 上海交响乐团音乐厅	233
二、音乐厅经营创新案例分析	234
(一) 北航音乐厅	234
(二) 深圳音乐厅	235
(三) 天津音乐厅	236
第十二章 中国其他演出场所经营创新分析	238
第一节 演出场所发展文化背景	238
一、曲艺演出市场分析	238
(一) 曲艺演出市场整体萧条	238
(二) 相声演出稳中有升	238
二、杂技演出市场分析	239
(一) 杂技市场认识度不高	239
(二) 大型杂技商演难	239
(三) 杂技是旅游驻场演出主角	239
第二节 其他演出场所经营分析	239
一、曲艺场经营情况分析	239
(一) 场馆的数量统计	239
(二) 场馆坐席数统计	240
(三) 演映的场次统计	240

- (四) 观众的人数统计 241
- (五) 场馆总收入统计 241
- 二、杂技场经营情况分析 241
  - (一) 场馆的数量统计 241
  - (二) 场馆坐席数统计 242
  - (三) 演映的场次统计...

图表略&hellip;..

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitaxiuxian1509/6138274N5A.html>