

2021-2027年中国旅游演出 市场评估与未来前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国旅游演出市场评估与未来前景预测报告》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/202010/191392.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

2017年全国旅游演出实际票房收入为51.46亿元/+19.6%，旅游演出观众人数6,821万人次/+26.5%。2012年以来全国旅游演出票房情况2017年全国旅游演出细分类型的市场占比情况

中企顾问网发布的《2021-2027年中国旅游演出市场评估与未来前景预测报告》共十章。首先介绍了旅游演出相关概念及发展环境，接着分析了中国旅游演出规模及消费需求，然后对中国旅游演出市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国旅游演出面临的机遇及发展前景。您若想对中国旅游演出有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 2019年中国旅游业整体状况分析15

第一节 2019年世界旅游业现行指标分析15

一、世界旅游各国旅游情况15

二、各国/地区旅游经济统计16

第二节 2019年中国入境游数据统计分析18

一、中国入境旅游接待收汇情况18

二、入境旅游外汇收入21

三、入境旅游客源情况22

第三节 近几年中国旅游业统计监测24

一、中国全年旅游业各项统计情况24

二、中国星级饭店统计监测26

第二章 2019年中国旅游演出业运行环境分析33

第一节 2019年中国宏观经济环境分析33

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)33

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）36

三、全国居民收入情况（季度更新）40

四、恩格尔系数（年度更新）	43
五、工业发展形势（季度更新）	45
六、固定资产投资情况（季度更新）	53
七、财政收支状况（年度更新）	57
八、中国汇率调整（人民币升值）	59
九、存贷款基准利率调整情况	60
十、存款准备金率调整情况	61
十一、社会消费品零售总额	67
十二、对外贸易&进出口	69
十三、中国旅游业在国民经济中的地位分析	71
第二节2019年中国旅游行业政策环境分析	74
一、《国家旅游局行政许可实施暂行办法》	74
二、《旅游景区(点)道路交通指引标志设置规范》	85
三、《旅游规划通则》	105
四、近年中国主要旅游业支持政策	114
五、促进文化与旅游结合发展的指导意见	116
六、《国务院关于加快发展旅游业的意见》	119
七、《国家文化旅游重点项目名录-旅游演出类》入选项目	126
第三节2019年中国旅游行业社会环境分析	130
一、居民消费	130
二、消费观念	130
三、人们生活水平提高	133
第三章 2019年中国旅游演出市场运行状况透析	135
第一节 2019年中国旅游演出业运行综述	135
一、观众规模1352012年以来全国旅游演出观众人数情况	
二、出现上亿元大手笔投资	135
三、带动消费大于情况分析	136
第二节 2019年中国旅游演出业区域市场运行分析	137
一、对浙江省旅游演出业发展的思考	137
二、湖南旅游演出力求差异化发展	142
三、北京亟需大力发展旅游文化演出业	144

四、旅游演出促河南文化旅游转型升级151

五、成都旅游演出成新景点153

六、天津市“七大举措”打造天津旅游演出知名品牌153

第三节 2019年中国国内旅游演出的运营情况分析154

一、旅游演出的剧目投资：投资多元化、大投入154

二、旅游演出的剧目创作：旅游与文艺演出相结合155

三、旅游演出的运作机制：市场化、产业化运作155

第四章 2019年国内主要旅游演出模式研究——实景模式旅游演出157

第一节 实景模式旅游演出的基本情况分析157

一、全国实景类旅游演出分布特征分析157

二、实景类旅游演出发展趋势分析160

三、实景旅游演出人员特征分析161

第二节 实景模式旅游演出的主要特点分析164

一、项目投入大，回报周期较长164

二、具有著名的创作阵容164

三、剧目创新频繁，创作周期长168

四、项目后续开发及时169

五、有效的拉动当地旅游市场169

第三节 实景模式的主要运营方式170

一、项目的投资模式：政府引导、多元参与170

二、项目的运作模式：市场化运作，产业化经营170

三、项目的营销模式：立体化宣传，全方位营销171

第四节 实景模式的成功实践——《印象·刘三姐》171

一、基本情况171

二、剧目开发172

三、项目投资173

四、项目运营174

五、演出效果175

六、后续产品开发176

第五节 实景模式的成功实践——《禅宗少林·音乐大典》177

一、基本情况177

- 二、剧目创作/开发178
- 三、项目投资180
- 四、项目运营180
- 五、演出效果181
- 六、项目后续开发182

第五章 2019年中国主题公园模式的旅游演出研究184

第一节 主题公园模式旅游演出的基本情况184主题公园类旅游演出票房情况2017年主题公园类旅游演出票房分布

- 一、大型主题公园模式旅游演出区域集中度分析184
- 二、演出剧目投资规模分析190
- 三、剧目演出场所及场所容量分析191

第二节 主题公园模式旅游演出的主要特点191

- 一、演出功能：以强化休闲娱乐和渲染游乐氛围为主191
- 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192
- 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192
- 四、演出票价：以免费或低票价为主193
- 五、演出剧目：剧目更新较快193

第三节 主题公园模式旅游演出的运营方式193

- 一、投资模式：演出由旅游景区（主题公园）自主开发193
- 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194
- 三、宣传和营销：依托主题公园，同步营销，共享观众市场195
- 四、演出衍生品开发：多渠道开发195

第四节 主题公园模式的成功实践之一：深圳世界之窗196

- 一、基本情况196
- 二、剧目创作198
- 三、演出运营198
- 四、演出情况199

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》200

- 一、基本情况200
- 二、剧目创作与创新200
- 三、演出运营200

四、演出效果203

五、演出项目后续开发203

第六章 2019年中国旅游舞台表演模式的演出研究204

第一节 旅游舞台表演模式旅游演出的基本情况204

一、旅游舞台剧目演出区域集中度分析204

二、旅游舞台演出剧目集中度分析204

三、旅游舞台演出年均演出场次分析205

第二节 旅游舞台表演模式旅游演出的主要特点206

一、剧目投资：演出剧目投资在千万以上，项目回报周期短206

二、演出团队：以专业演出团体为主206

三、演出票价：演出票价平均票价在200元以上207

四、剧目演出：剧目演出时间持续时间较长207

第三节 旅游舞台表演模式及旅游演出的运营方式208

一、投资模式：专业演出单位参与合作投资208

二、演出运作：以驻场演出和巡演为主208

三、宣传营销：立足旅游，针对不同观众群体208

第四节 旅游舞台表演模式的成功实践之二：《功夫传奇》209

一、基本情况209

二、剧目投资210

三、演出运营210

四、演出效果212

第五节 旅游舞台表演模式的成功实践之四：《金沙》214

一、基本情况214

二、剧目创作与创新215

三、演出运营218

四、演出效果218

第七章 2019年中国其他模式旅游演出研究219

第一节 历史文化演出219

一、历史文化演出的基本情况219

二、历史文化演出的主要特点220

三、历史文化演出的运营方式223

第二节 茶艺表演223

一、茶艺表演的基本情况223

二、茶艺表演的主要特点223

三、茶艺表演的运营方式227

第三节 民俗风情演出230

一、民俗风情演出的基本情况230

二、民俗风情演出的主要特点231

三、民俗风情演出的运营方式233

第四节 动物表演等235

一、动物表演的基本情况235

二、动物表演的主要特点235

三、动物表演的运营方式237

第八章 国外旅游演出案例研究238

第一节 迪斯尼238

一、基本情况238

二、剧目创作/开发239

三、项目投资240

四、演出运营241

五、演出效果244

六、项目后续开发246

第二节 太阳马戏团246

一、基本情况246

二、剧目创作/开发247

三、项目投资248

四、运营模式249

第三节 纽约百老汇250

一、基本情况250

二、产业链分析251

三、演出情况252

四、演出效果254

五、运营模式255

第四节 伦敦西区258

一、基本情况258

二、发展历史259

三、运营情况261

四、演出效果262

第五节 法国红磨坊263

一、基本情况263

二、剧场介绍265

三、演出情况266

四、运营模式266

第九章 2021-2027年中国旅游演出业前景预测分析268

第一节 2021-2027年中国旅游行业发展走势预测分析268

一、中国旅游业将成战略性支柱产业268

二、中国旅游业将迎来重要转型期269

三、农村市场和带薪休假是潜力所在272

第二节 2021-2027年中国旅游营销发展趋势分析273

一、加快发展旅游网络营销273

二、加强绿色营销促进旅游业可持续发展274

三、深度挖掘旅游文化内涵，开展旅游品牌营销274

第三节 2021-2027年中国旅游演出业前景展望275

一、旅游演出业政策利好—旅游演出市场可适度引进外资275

二、旅游演出靠文化挖掘产业潜能277

三、2021-2027年旅游演出市场规模预测277

第十章 2021-2027年中国旅游演出业投资战略分析279 ()

第一节 中国旅游演出业投资特性分析279

第二节 2021-2027年中国旅游演出行业投资机会分析279

第三节 2021-2027年中国旅游演出行业投资风险预警280

一、宏观调控政策风险280

二、市场竞争风险280

三、市场运营机制风险281

第四节 投资观点282

图表目录：

图表 1 2016-2019年中国国内旅客人次

图表 2 2016-2019年中国城镇居民国内旅客人次

图表 3 2016-2019年中国农村居民国内旅客人次

图表 4 2016-2019年中国国内旅游收入

图表 5 2016-2019年中国城镇、农村居民旅游花费对比图

图表 6 2016-2019年外国人入境游客人数

图表 7 2019年入境旅游主要客源市场情况

图表 8 2019年全国星级饭店数量结构图

图表 9 2019年全国星级饭店营业收入结构图

图表 10 2019年全国星级饭店经营情况统计表（按星级分）

图表 11 2019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 2019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 2019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 2019年全国星级饭店经营情况平均指标比较（按星级分）

图表 15 2019年重点旅游城市同比增长前10名

图表 16 2019年重点旅游城市同比下降前10名

图表 17 2021-2027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/202010/191392.html>