

2021-2026年中国演艺行业投资分析及发展战略研究咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国演艺行业投资分析及发展战略研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/media/662506.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

演艺产业是以演艺产品的创作、生产、表演、销售、消费及经纪代理、艺术表演场所等配套服务机构共同构成的产业体系。演艺产品具体形态包括音乐、歌舞、戏剧、戏曲、芭蕾、曲艺、杂技等各类型演出。国内的演艺行业按受众来分，大致可分为旅游演艺和城市演艺。其中旅游演艺可分为实景旅游演艺、主题公园旅游演艺和剧场旅游演艺三大类。国内的城市演艺以专业演出和驻场演出为主，可以细分为喜剧类、音乐类、舞蹈类和曲艺杂技。两者的核心区别在于，旅游演艺依靠旅游目的地客源导流，而城市演艺凭借其优质的演出内容吸引客流。

从2018年到2019年我国演出购票用户画像看，我国用户年龄结构中25-29岁年龄段的人最多，并且40岁及以上的用户2018年和2019年的占比分别只为11%和10%，可以看出我国市场消费结构趋向年轻化。

2018-2019年演出购票用户画像

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：

第一部分 行业发展现状调研

第一章 演艺相关概述

第一节 演艺的概念与内容分类

一、演艺的内涵

二、演艺内容分类

第二节 演艺的特征及经济学特性

一、演艺的传播特征及要求

二、演艺的优势与特点

三、演艺的经济学特性

第三节 演艺产业链构成及特征

一、我国目前演艺产业链分布

二、演艺产业链特征分析

三、演艺产业链研究价值

第四节 中国演出市场要素

一、剧团

二、观众

三、舞台

第二章 我国演艺市场发展综合分析

第一节 我国演出市场现状分析

一、演出市场形式变化

二、国内外市场交流

三、中国演出市场状态分析

从城市演艺来看，音乐会和儿童剧的演出场次相对居高。各类演出中，戏剧和儿童剧的场次增长速度最快，相比2017年，分别上涨了14.95%和14.13%。音乐会演唱会的票房收入最高，但票房收入增速最快的演出类型为曲艺杂技，相比2017年上涨了13.34%，音乐类和戏剧类演出是我国城市演艺演出场次和票房收入的主体。

2017-2018年中国各类演出场次

2017-2018年中国各类演出票房

四、我国演出市场发展特点解析

第二节 中国演出市场发展特征分析

一、演出市场规模

二、集聚区+院线模式

三、业态融合现状调研

四、国际化趋势现状调研

五、政策环境现状调研

第三节 演艺市场改革

一、院团改革纵深推进

二、戏剧院团改制的前景预测

三、院团改制现状调研

第四节 我国演出市场存在的主要问题

一、市场管理体制问题

二、市场运作能力缺乏

三、艺术创作不适应市场

四、消费需求不平衡

五、其他微观问题

六、演出市场的其他问题

第五节 我国演出行业发展对策解析

一、转变市场观念

二、管理体制、机制建设

三、重视产业运作

四、加强演出市场要素建设

第三章 2016-2020年演艺行业发展分析

第一节 国内演出团体和场馆规模

- 一、国内演出团体和场馆个数统计
- 二、国内艺术表演团体基本情况统计
- 三、国内艺术表演场馆基本情况统计
- 四、国内艺术表演团体和场馆演出情况统计

第二节 2016-2020年产业规模分析

- 一、2020年市场规模及发展
- 二、2020年演艺市场热点解析
- 三、2020年演出市场规模分析
- 四、2020年演出市场观众结构分析

第四章 重点地区演艺产业经验借鉴

第一节 美国演艺产业经验借鉴

- 一、美国演艺产业发展概况
- 二、美国演艺产业运作特色
- 三、中美演艺产业比较分析
- 四、美国演艺产业经验借鉴

第二节 英国演艺产业经验借鉴

- 一、英国演艺产业发展概况
- 二、英国演艺产业运作特色
- 三、中英演艺产业比较分析
- 四、英国演艺产业经验借鉴

第三节 韩国演艺产业经验借鉴

- 一、韩国演艺市场发展概况
- 二、韩国演艺产业运作特色
- 三、中韩演艺相关市场对比
- 四、韩国演艺产业经验借鉴

第四节 日本演艺产业经验借鉴

- 一、日本演艺产业发展概况
- 二、日本演艺产业运作特色
- 三、日本演艺产业经验借鉴

第五节 中国香港演艺产业经验借鉴

- 一、中国香港演艺产业发展概况

二、中国香港演艺产业经营状况分析

三、中国香港演艺产业经验借鉴

第五章 重点演艺运营机构经验借鉴

第一节 国际领先演艺中心经验借鉴

一、林肯表演艺术中心

二、肯尼迪表演艺术中心

三、日本艺术文化振兴会

四、中国香港艺术中心

五、上海大剧院艺术中心

第二节 国际领先大型剧院经验借鉴

一、英国皇家国家剧院

二、悉尼歌剧院

三、纽约大都会歌剧院

第三节 国际著名表演团体经验借鉴

一、波士顿交响乐团

二、费城管弦乐团

三、纽约城市芭蕾舞团

四、中国香港芭蕾舞团

五、新加坡华乐团

六、中国香港中乐团

七、俄罗斯莫斯科大马戏团

八、加拿大太阳马戏团

第六章 演艺行业区域市场发展分析

第一节 我国区域市演艺产业发展现状分析

一、演艺业成为区域文化产业发展重点

二、区域政府对演艺业的扶持

三、区域国有演艺机构发展现状调研

第二节 我国主要演艺聚集区梯队分析

一、第一梯队

二、第二梯队

三、第三梯队

第三节 区域市场集中度及增速分析

一、区域市场集中度分析

二、区域市场增速分析

第四节 上海

- 一、2016-2020年市场规模分析
- 二、2020年上海市演出市场发展
- 三、上海餐饮娱乐场所演出市场现状及特点
- 四、上海话剧市场发展分析
- 五、京沪演出市场对比

第五节 成都

- 一、成都演艺市场特点分析
- 二、2020年成都暑期档演出市场分析
- 三、未来成都演艺业发展规划

第六节 山东

- 一、山东演艺业发展概况
- 二、山东演艺产业发展规划
- 三、济南演艺市场发展分析

第七节 其他区域

- 一、杭州市
- 二、辽宁省
- 三、贵州省
- 四、云南丽江

第七章 北京片区演艺市场发展分析

第一节 北京演艺消费市场需求及产业链发展结构分析

- 一、北京演出市场发展概况
- 二、演出团体规模及发展
- 三、演出场所分布及发展
- 四、演出经纪机构规模及发展
- 五、演出票务公司现状及发展

第三节 2016-2020年北京演艺市场发展现状分析

- 一、2020年演出市场统计与分析
- 二、2020年北京市演出市场统计与分析
- 三、2020年北京建设演艺集聚区
- 四、2020年北京演出市场
- 五、2020年北京小话剧发展

第四节 北京旅游演艺发展研究

- 一、北京旅游市场分析
- 二、北京旅游演艺现状分析
- 三、北京市演艺旅游产业的swot分析

四、北京市演艺旅游产业的未来发展战略

五、北京旅游演艺发展的前景预测

第八章 演艺市场价格及效益分析

第一节 演出市场经济性概述

第二节 演艺产业的经济效益管理分析

一、我国演艺产业盈利现状调研

二、演艺产业经济效益管理的核心

三、演艺产业的经济管理主要措施

第三节 票价问题及策略分析

一、演出市场高票价原因剖析

二、中国演出市场价格链弊病分析

三、演出市场门票定价策略

第九章 演艺市场营销模式及策略解析

第一节 演出市场营销概述

一、演出营销的作用

二、文化演出市场营销的特征

三、文化演出市场营销的特点

四、演出市场的整合营销传播

第二节 演艺市场营销的要素分析

一、产品

二、价格

三、渠道

四、促销

第三节 营销案例解析

一、刘老根大舞台

二、《云南映象》

三、印象系列价格营销

第四节 演艺市场营销战略解析

一、演艺市场营销理念与模式

二、建立与企业互利协同发展的营销体系

第五节 演出市场院线制渠道解析

一、演出市场院线制趋势预测

二、院线制将成为中国演出市场营销新方向

三、院线制剧院经营方式的转变

第十章 演艺产业市场价值链分析

第一节 演艺产业价值链介绍

- 一、产业前端市场分析
- 二、演艺产业价值链介绍

第二节 演艺产业链构成主体

- 一、核心环节：演出团体
- 二、市场催化剂：演出经纪机构
- 三、规模化关键环节：演出场所
- 四、营收重要环节：票务公司
- 五、效果决定环节：演出消费者

第三节 演艺产业链价值流动

第四节 产业演进路径与趋势预测分析

第十一章 演艺行业上游产业发展分析

第一节 话剧

- 一、我国话剧市场发展概况
- 二、我国小剧场发展迅猛
- 三、小剧场话剧应理性发展
- 四、中国话剧市场的企业竞争格局

第二节 音乐剧

- 一、百老汇音乐剧市场经营经验分析
- 二、音乐剧起源及发展
- 三、中国音乐剧的现状分析
- 四、国内音乐剧市场项目运作
- 五、音乐剧消费者市场分析

第三节 舞蹈演出

- 一、中国舞蹈演出市场的现状调研
- 二、舞蹈演出市场产业链构建
- 三、舞蹈院团改革发展分析
- 四、中国舞蹈艺术产业化分析

第四节 演唱会市场发展分析

第五节 2016-2020年中国杂技艺术振兴规划

第十二章 演艺行业产业链下游发展分析

第一节 艺术表演团体

- 一、全国文艺表演团体规模
- 二、表演团体的改革与发展
- 三、演艺团体盈利分析

第二节 国内剧院经营管理模式探索

- 一、国外的剧院管理模式
- 二、国内剧院管理模式及变化
- 三、中国剧院管理模式未来发展分析

第三节 演艺设备

- 一、中国舞台设备市场现状调研
- 二、我国应从演艺设备大国向强国转变
- 三、演艺设备企业发展面临新机遇
- 四、2020年演艺设备行业发展预测分析

第四节 其他相关产业

- 一、演艺经纪产业发展分析
- 二、演艺保险发展前景预测

第十三章 国有艺术剧院团改革分析

第一节 院团改革背景介绍

第二节 院团改革发展现状调研

- 一、院团改革发展历程
- 二、院团改革进展解析
- 三、院团改革效益剖析

第三节 院团改革路径与模式

- 一、院团改革路径
- 二、院团改革模式

第四节 院团改革目标规划

第十四章 演艺产业进出口情况分析

第一节 演艺产业贸易发展背景

- 一、对外文化贸易处于弱势地位
- 二、中国文化年推动演艺贸易发展
- 三、央地合作展开海外“阵地战”
- 四、民营企业国际开拓步伐加快

第二节 中国文化产业进出口分析

- 一、中国文化产业进口现状调研
- 二、中国文化产业进出口模式
- 三、中国文化产业出口规模
- 四、中国文化进口机遇与挑战

第三节 中国涉外演出市场分析

- 一、中国涉外演出发展背景

二、中国涉外演出模式分析

三、中国涉外演出市场规模

四、中国涉外演出机遇与挑战

第四节 主要地区演出交流状况分析

一、中俄演出交流情况分析

二、中欧演出交流情况分析

三、中美演出交流情况分析

第五节 演艺产业出口提升策略

一、演艺出口的必要性

二、天创国际模式借鉴

三、产业出口提升策略

第十五章 音乐演出市场分析

第一节 音乐演出市场发展综述

一、音乐演出市场发展历程

二、音乐演出市场发展特点

第二节 音乐演出市场经营状况分析

一、音乐演出市场规模

二、音乐演出市场格局

第三节 音乐演出细分市场分析

一、音乐厅、剧院演出市场

二、演唱会演出市场

三、酒吧、演艺机构演出市场

四、音乐节演出市场

第四节 音乐演出市场趋势及前景

一、音乐演出市场提升策略

二、音乐演出市场趋势及前景

第十六章 话剧演出市场分析

第一节 话剧演出市场发展综述

一、话剧定义及分类

二、话剧产生及发展

三、话剧市场发展概况

第二节 中国话剧市场发展特点

一、具有历史特点的民族文化

二、演出团体品牌优势明显

三、影视明星加盟话剧演出

第三节 话剧演出市场经营分析

一、话剧演出市场规模

二、话剧演出市场格局

三、话剧演出市场效益

第四节 话剧演出市场模式创新

一、话剧演出盈利模式

二、模式创新：院线模式

第五节 话剧演出市场趋势及前景

一、话剧演出市场提升策略

二、话剧演出市场趋势及前景

第十七章 曲艺演出市场分析

第一节 曲艺演出市场发展概述

一、中国曲艺资源概述

二、曲艺资源分类介绍

三、曲艺演出市场概况

第二节 曲艺演出市场发展特点

第三节 曲艺演出市场经营分析

一、曲艺演出市场规模

二、曲艺演出市场格局

三、曲艺演出市场效益

第四节 曲艺演出市场趋势及前景

一、曲艺演出市场提升策略

二、曲艺演出市场趋势及前景

第十八章 儿童剧演出市场分析

第一节 儿童剧演出市场发展概述

一、中国儿童剧资源概述

二、中国儿童剧分类介绍

三、儿童剧演出市场概况

第二节 儿童剧演出市场发展特点

第三节 儿童剧演出市场经营分析

一、儿童剧演出市场规模

二、儿童剧演出市场格局

三、儿童剧演出市场效益

第四节 儿童剧演出市场趋势及前景

一、儿童剧演出市场提升策略

二、儿童剧演出市场趋势及前景

第十九章 旅游演艺市场发展

第一节 旅游演艺概念及发展历程

一、旅游演艺概念及特征

二、旅游演艺的发展历程

第二节 旅游演艺的特点与旅游业的关系解析

一、我国演艺旅游产品的特点

二、旅游演艺市场对旅游业发展的影响

第三节 中国旅游演艺发展现状及动因解析

一、中国旅游演艺发展现状调研

二、我国旅游演艺发展的驱动因素解析

第四节 旅游景区演艺行业发展分析

一、成功的旅游演艺项目：区域文化风情的“画龙点睛”

二、旅游演艺项目类型分析

三、机遇与挑战

第五节 旅游演艺产品核心竞争力分析

一、竞争优势

二、品牌优势

三、溢出效应

四、生命周期延展

第六节 景区演艺活动品牌化探讨

一、品牌化的必要性分析

二、品牌化的可行性分析

三、品牌化实施策略

第二十章 与其他产业融合新市场分析

第一节 动漫演艺市场分析

一、动漫演艺市场发展背景

二、动漫演艺市场经营特点

三、动漫演艺市场经营分析

四、动漫演艺市场前景预测分析

第二节 网络演艺市场分析

一、网络演艺市场发展背景

二、网络演艺市场经营特点

三、网络演艺市场经营状况分析

四、网络演艺市场前景预测分析

第三节 模特演艺市场分析

- 一、模特演艺市场发展背景
- 二、模特演艺市场经营特点
- 三、模特演艺市场经营状况分析
- 四、模特演艺市场前景预测分析

第二十一章 国外领先演艺精品剧目运营分析

第一节 《悲惨世界》

- 一、剧目故事背景概述
- 二、剧目运营成果总结
- 三、剧目在华运营分析
- 四、剧目运营经验借鉴

第二节 《猫》

- 一、剧目故事背景概述
- 二、剧目运营成果总结
- 三、剧目在华运营分析
- 四、剧目运营经验借鉴

第三节 《非洲脚印》

- 一、剧目故事背景概述
- 二、剧目运营成果总结
- 三、剧目在华运营分析
- 四、剧目运营经验借鉴

第四节 《歌剧魅影》

- 一、剧目故事背景概述
- 二、剧目运营成果总结
- 三、剧目对华影响分析
- 四、剧目运营经验借鉴

第五节 《图兰朵》

- 一、剧目故事背景概述
- 二、剧目运营成果总结
- 三、剧目对华影响分析
- 四、剧目运营经验借鉴

第二十二章 中国领先演艺精品项目运营分析

第一节 《茶馆》

- 一、剧目故事背景概述
- 二、剧目创作阵容介绍

三、剧目运营成果总结

四、剧目全球影响分析

五、剧目成功经验借鉴

第二节 《四世同堂》

一、剧目故事背景概述

二、剧目创作阵容介绍

三、剧目运营成果总结

四、剧目全球影响分析

五、剧目成功经验借鉴

第三节 《雷雨》

一、剧目故事背景概述

二、剧目创作阵容介绍

三、剧目运营成果总结

四、剧目全球影响分析

五、剧目成功经验借鉴

第四节 《西游记》

一、剧目故事背景概述

二、剧目创作阵容介绍

三、剧目运营成果总结

四、剧目成功经验借鉴

第五节 《女子十二乐坊》

一、项目发展背景概述

二、项目创作阵容介绍

三、项目运营成果总结

四、项目全球影响分析

五、项目成功经验借鉴

第六节 《同一首歌》

一、项目发展背景概述

二、项目创作阵容介绍

三、项目运营成果总结

四、项目全球影响分析

五、项目成功经验借鉴

第二十三章 国外优秀剧目在华改篇运营分析

第一节 《妈妈咪呀！》

一、剧目全球背景介绍

二、剧目在华运营状况分析

三、剧目运营规模分析

四、剧目运营经验借鉴

第二节 《胡桃夹子？海上梦》

一、剧目全球背景介绍

二、剧目在华运营状况分析

三、剧目运营规模分析

四、剧目运营经验借鉴

第三节 《天鹅湖》

一、剧目全球背景介绍

二、剧目在华运营状况分析

三、剧目运营规模分析

四、剧目运营经验借鉴

五、剧目最新运营动向

第二十四章 国内剧目在国外成功运营经验借鉴

第一节 《风中少林》

一、剧目简介及特色

二、剧目在华运营状况分析

三、剧目海外演出状况分析

四、剧目海外运营借鉴

第二节 《丝路花雨》

一、剧目简介及特色

二、剧目在华运营状况分析

三、剧目海外演出状况分析

四、剧目海外运营借鉴

第三节 《功夫传奇》

一、剧目简介及特色

二、剧目在华运营状况分析

三、剧目海外演出状况分析

四、剧目海外运营借鉴

第四节 《牡丹亭》

一、剧目简介及特色

二、剧目在华运营状况分析

三、剧目海外演出状况分析

四、剧目海外运营借鉴

第二部分 行业竞争格局

第二十五章 演艺行业竞争分析

第一节 2020年中国演艺企业的竞争现状调研

一、演艺竞争现状分析

二、演艺行业的综合实力竞争分析

第二节 中国演艺产业结构性分析

一、中国演艺产业细分市场分析

二、中国演艺产业链分析

第三节 2016-2020年中国演艺行业竞争分析

一、细分市场的品牌化企业

二、产业链中的龙头企业

三、正在崛起的改制企业

四、国际市场的开拓企业

第二十六章 演艺企业竞争策略分析

第一节 演艺市场竞争策略分析

一、2020年演艺市场增长潜力分析

二、2020年演艺主要潜力项目分析

三、现有演艺竞争策略分析

四、演艺潜力项目竞争策略选择

五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 演艺企业竞争策略分析

一、中国演艺产业整体收益模式

二、产业链各环节收益模式

三、2021-2026年我国演艺市场竞争趋势预测分析

四、2021-2026年演艺行业竞争格局展望

五、2021-2026年演艺行业竞争策略分析

六、2021-2026年演艺企业竞争策略分析

第二十七章 演艺重点企业分析

第一节 杭州宋城旅游发展股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

第二节 中国东方演艺集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

第三节 北京演艺集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

第四节 上海文广演艺（集团）公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

第五节 本山传媒集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

第六节 重庆演艺集团有限责任公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

第七节 江苏省演艺集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

第八节 北京德云社文化传播有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

第九节 天创国际演艺制作交流有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

第十节 山西演艺集团演出有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

第三部分 行业前景预测分析

第二十八章 演艺行业发展趋势预测分析

第一节 演艺行业前景预测

- 一、未来演艺的发展趋势展望
- 二、中国演艺未来发展前景广阔
- 三、2020年我国演艺产业发展趋势预测分析
- 四、2020年中国演艺市场竞争结构
- 五、2021-2026年演艺发展方向探讨
- 六、2021-2026年演艺市场发展驱动力

第二节 2021-2026年演艺市场趋势预测

- 一、2016-2020年演艺市场趋势总结
- 二、2021-2026年演艺发展趋势预测
- 三、2021-2026年演艺市场发展空间
- 四、2021-2026年演艺产业政策趋向
- 五、2021-2026年演艺价格走势分析

第三节 2021-2026年演艺市场预测分析

- 一、2021-2026年演艺市场结构预测分析
- 二、2021-2026年演艺市场需求前景
- 三、2021-2026年演艺市场价格预测分析
- 四、2021-2026年演艺行业发展方向

第四部分 投资战略研究

第二十九章 演艺行业投资现状分析

第一节 中国演艺产业投资特点分析

- 一、演艺产业投资还处于初步发展期
- 二、演艺产业投资经营差异化较大
- 三、演艺产业投资回收期较长

第二节 中国演艺产业资本动向分析

- 一、金融资本大事件
- 二、演出场所投资事件
- 三、旅游演出投资事件
- 四、创新性投资事件

第三节 中国演艺产业投融资模式分析

- 一、银行贷款模式
- 二、VC/PE投资模式
- 三、并购投资模式
- 四、上市融资模式

第四节 中国演艺产业投融资典型案例分析

- 一、IPO企业：杭州宋城旅游发展股份有限公司
- 二、并购企业：丽江旅游收购丽江玉龙雪山印象公司
- 三、多方投资项目：张艺谋的《图兰朵》项目
- 四、国际投资项目：《功夫传奇》伦敦巡演项目

第三十章 演艺行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2016-2020年我国宏观经济运行状况分析
- 二、2021-2026年我国宏观经济形势分析
- 三、2021-2026年投资趋势及其影响预测分析

第二节 政策法规环境分析

- 一、演艺行业政策环境
- 二、2020年国内宏观政策对其影响
- 三、2020年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状调研
- 二、2020年社会环境发展分析
- 三、2021-2026年社会环境对行业的影响分析

第三十一章 演艺行业投资机会与风险

第一节 演艺行业投资效益分析

- 一、2016-2020年演艺行业投资状况分析
- 二、2016-2020年演艺行业投资效益分析
- 三、2021-2026年演艺行业投资趋势预测分析
- 四、2021-2026年演艺行业的投资方向
- 五、投资建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响演艺行业发展的主要因素

- 一、2021-2026年影响演艺行业运行的有利因素分析
- 二、2021-2026年影响演艺行业运行的稳定因素分析
- 三、2021-2026年影响演艺行业运行的不利因素分析
- 四、2021-2026年我国演艺行业发展面临的挑战分析
- 五、2021-2026年我国演艺行业发展面临的机遇分析

第三节 演艺行业投资风险及应对措施

- 一、2021-2026年演艺行业市场风险及应对措施
- 二、2021-2026年演艺行业政策风险及应对措施
- 三、2021-2026年演艺行业经营风险及应对措施

四、2021-2026年演艺同业竞争风险及应对措施

五、2021-2026年演艺行业其他风险及应对措施

第三十二章 演艺行业投资战略研究

第一节 演艺行业发展战略研究

一、战略综合规划（AK LCJ）

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 对演艺品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、演艺实施品牌战略的意义

三、演艺企业品牌的现状分析

四、我国演艺企业的品牌战略

五、演艺品牌战略管理的策略

第三节 演艺行业投资战略研究

一、2020年新媒体行业投资战略

二、2020年演艺行业投资战略

三、2021-2026年演艺行业投资战略

四、2021-2026年细分行业投资战略

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/662506.html>