

2021-2026年中国旅游演出市场供需现状及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国旅游演出市场供需现状及投资战略研究报告》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/tours/742924.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

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。

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 旅游演出行业环境分析

第一章 中国旅游业整体状况分析

第一节 世界旅游业现行指标分析

一、世界旅游各国旅游情况

二、世界旅游业现行指标比较

第二节 近三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、中国入境旅游主要客源市场情况

三、中国入境游主要城市接待情况

四、中国入境游地区接待情况

五、来华旅游入境人数统计

第三节 近几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 中国旅游演出业运行环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

八、社会消费品零售总额

九、进出口贸易

十、中国旅游业在国民经济中的地位分析

十一、全球经济总体运行概况

第二节 中国旅游行业政策环境分析

第三节 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

第四节 社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、中国城镇化率

第二部分 旅游演出行业现状分析

第三章 中国旅游演出市场运行状况透析

第一节 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、带动消费分析

第二节 中国旅游演出业区域市场运行分析

第三节 中国国内旅游演出的运营情况分析

第四节 国内旅游演出相关企业经营分析

一、杭州宋城旅游发展股份有限公司

二、深圳华侨城股份有限公司

第四章 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

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

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 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

第三节 主题公园模式旅游演出的运营方式

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 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

第二节 旅游舞台表演模式旅游演出的主要特点

第三节 旅游舞台表演模式及旅游演出的运营方式

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 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

第二节 太阳马戏团

第三节 纽约百老汇

第四节 伦敦西区

第五节 法国红磨坊

第三部分 旅游演出行业前景分析

第九章 2021-2026年中国旅游演出业前景预测分析

第一节 2021-2026年中国旅游行业发展走势预测分

一、旅游业仍有较大发展空间

二、短期下挫难抑持续增长

三、农村市场和带薪休假是潜力所在

第二节 2021-2026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 2021-2026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

第十章 2021-2026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 (AK HT)

第二节 2021-2026年中国旅游演出行业投资机会分析

第三节 中国旅游演艺市场的SWOT分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、威胁分析

第四节 中国旅游演艺市场的发展策略

图表目录：

图表：上半年全球国际旅游人数

图表：上半年旅游目的地的海外游客增长率

图表：上半年国际旅游客源地比重

图表：入境旅游接待收汇情况

图表：主要客源市场情况

图表：主要城市接待情况(一)

图表：主要城市接待情况(二)

图表：地方接待情况(一)

图表：地方接待情况(二)

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/tours/742924.html>