

中国旅游演艺行业现状深度研究与未来投资预测报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国旅游演艺行业现状深度研究与未来投资预测报告（2024-2031年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202407/715493.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

一、旅游演艺行业快速发展，成为演出市场重要组成部分

与传统演出相比，旅游演艺有其独特的特点：游客是其主要依赖观众来源，进行长期的驻场演出，演出地点大多在室外或旅游地的剧院中，演出时间基本都是在晚间游客休闲时段，演出内容为旅游城市或景区的特色文化等。

旅游演出特点 特点 简介 旅游演艺主题明确，突出地方文化特色 独具特色的演艺主题和风格是旅游演出有效进行市场竞争的有力武器。无论是实景旅游演出、主题公园旅游演出，还是较普遍存在的剧场表演旅游演出，其旅游演艺产品都非常重视对本土文化资源和内涵的开发，力图将文化资源与演艺科技手段相融合，打造具有地方特色的文化演艺大餐。比如，《印象·刘三姐》在创作初期广泛要求宗教、社会、演艺等多学科专家对当地的民族文化、旅游资源、旅游市场情况、文化与演艺结合可行性进行研究论证，最后把桂林的山水文化，侗、壮、苗族等少数民族文化融入到演出中，突出了桂林的地方文化特色。

注重娱乐性，强调旅游者欣赏性与参与性的结合 旅游演出是为旅游者提供休闲娱乐的精神文化产品，所以在保证演艺产品艺术性的前提下，更要注重其易懂性和娱乐性。旅游演艺产品首先综合运用多种艺术表现手法，如舞蹈、歌曲、杂技、武术等，使演出氛围欢快热闹、喜闻乐见，比如桂林的《梦幻漓江》中展示了漓江山水文化；其次充分利用声、光、电等高科技手段强化视听效果，激起观众兴趣，使其获得更多愉悦的体验；最后通过台上与台下的互动，增强观众的参与性。商业特性明显，能产生巨大溢出效益 旅游演出的开展能吸引旅游者，延长其在旅游地或景区的逗留时间，从而产生住宿、餐饮、交通等多方面的溢出效益，带来高额商业利益。

资料来源：观研天下整理

中国的旅游演艺形式最早在20世纪80年代出现，主要代表是陕西省歌舞剧院古典艺术剧团于1982年9月在西安推出的《仿唐乐舞》，它的出现让到西安参观秦兵马俑的国内外游客不再“白天看庙，晚上睡觉”。随着华侨城旗下的中国民俗文化村于1995年7月推出的《中国百艺晚会》、世界之窗于1995年12月推出的《欧洲之夜》以及宋城景区于1997年3月推出的《宋城千古情》等旅游文化演艺节目陆续开始公演，我国旅游文化演艺行业逐渐步入了繁荣发展的时期。近年来，旅游实景演出和主题公园特色演出真正掀起旅游演艺的热潮。2004年由著名导演梅帅元总策划制作的大型山水实景演出《印象·刘三姐》在桂林阳朔推出的，仅在2009年就演出了497场，观众达130万人，演出收入逾2.6亿元，成为国内文化产业成功运作的典范，也由此引发了国内大型实景演出以及旅游演艺产业发展的热潮。近年来，旅游演艺已深度融入城市规划和旅游发展，演艺形式更加多元，场景更加丰富，形成了百花齐放的格局，日益受到人们欢迎和市场青睐。

资料来源：观研天下整理

2023年全国旅游演艺场次为15.07万场，与2019年相比增长72.61%；占全部演出场次的34%，构成全国演出市场的中坚力量。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

2023年全国旅游演艺票房收入为166.36亿元，与2019年相比增长125.45%；旅游演艺观演人数为8055.13万人次，与2019年相比增长54.14%，占总观演人次的47.1%。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

二、旅游演艺行业将进入智慧升级阶段，实现演艺内容多元化变现

我国旅游演艺行业将进入智慧升级阶段。在5G、大数据、VR/AR、云计算等技术飞速发展的背景下，旅游演艺行业呈现“演艺+科技”融合趋势。“虚拟现实+演艺”项目逐步常态化，拓展了舞台的艺术形式和观看渠道，给观众带来更加沉浸式、多元化的体验。歌舞、话剧、戏曲、喜剧、影视片段、相声、杂技、魔术、动漫、非遗技艺等表现形式，也推动旅游演艺向新发展。此外，通过IP实现品牌营销、周边衍生、影视转化、综艺输出、商综合作、虚拟偶像开发等更多赛道探索，也在逐步拓宽受众，实现演艺内容多元化变现。

旅游演艺内容多元化	内容	简介	山水实景演艺
依托景区山水资源+光影+演员+互动沉浸式、行浸式、车船观演、车船演出	大型音乐会、演唱会（体育场广场）	大型音乐会、演唱会（体育场广场）	无人光影演艺
光影秀、投影秀、水秀、无人机、焰火从景区到城市广场等公共空间	大型主题巡演（主题公园+街区+城市）	童话快闪舞蹈、动漫嘉年华、人偶巡游、狂欢游、彩车游、汽模游、化妆游、面具游	
大中型剧场本地特色演艺	从一二三线城市蔓延到四五线城市和景区	舞台创新、互动创新、数字多媒体创新本土化题材、本土化演艺特色、创新手法与包装	
演艺主题景区（旅游景区的重要方向）	演艺主题公园+演艺夜游景区+演艺室内景区+演艺聚集区	微型互动演艺空间+创意演艺新空间	
	从景区、文化场馆，到商业街区和商业综合体等消费空间	以二消方式、集合方式、轻餐饮方式、公共文化结合方式呈现	

资料来源：观研天下整理

三、旅游演艺行业呈现梯队化竞争格局，宋城演艺等企业处于市场领先地位

我国旅游演艺行业呈现梯队化竞争格局：第一梯队具备强大的品牌影响力，而处于领先地位，代表包括宋城演艺、山水盛典和三湘印象等；第二梯队具有丰富的文化资源，代表包括华夏文旅集团、华侨城集团、长隆集团和迪士尼等；第三梯队企业规模相对较小，代表包括国旅联合、曲江文旅、丽江玉龙旅游股份、尚峰传媒等。

资料来源：观研天下整理

四、旅游演艺项目呈现高投资、大场面、大制作特点，运营方占据举足轻重地位

旅游演艺项目由于面向C端收费，知名度、号召力、品牌效应是企业核心竞争要素，近年来旅游演艺项目呈现高投资、大场面、大制作的特点，投资额普遍超过1000万元，超过亿元的占比60%以上，资金优势成为重要考量因素。此外，大型旅游演艺项目相对而言能获得各地政府资源支持，较为雄厚的资金实力也降低了市场引流推广的难度，叠加优质IP内容支持，有助于顺利度过早期高昂的成本开支阶段，相比中小文旅演艺项目，能更快打开市场。随行业竞争加剧，具备资金、品牌优势的公司更可能脱颖而出。

国内著名旅游演艺项目情况一览 类别 《又见五台山》 《印象·刘三姐》 《重庆·1949》

《无界长安》 演出地点 山西忻州 广西阳朔 重庆市沙坪坝区 陕西西安 导演 王潮歌 张艺谋、王潮歌、梅帅元 闫兵 张艺谋、沙晓岚 建筑面积 0.98万平方米 100多亩 2.5万平方米 歌剧院14.39万平方米 总投资 4.96亿元 1亿左右 8亿元以上 - 主要内容 向世人展开佛教典故、佛教文化为背景的故事宏图 将刘三姐的歌、少数民族的情、漓江上的渔火等元素融合在一起，融入桂林山水之中，完美地阐释了相生相融的人与自然。

围绕1949年发生在重庆的革命故事创作，将炫酷的舞台科技与红色故事进行融合创作 基于长安浓厚的历史文化，通过提取皮影、木偶、秦腔等属于陕西的原生态艺术元素，结合先进的科技展示手段，推动着传统文化与现代科技碰撞出创意的火花 容纳人数 每场1600人左右 座位3600人 每场1500人左右 2049座 年游客量 每年约50万人次 截至2024年5月，接待观众2000万人次 21天接待观众约20万人次

2024年春节7天接待观众15000+ 票价 199-588元/人 278-888元/人 298-888元/人 288-688元/人 开演1个月营收达1000万元 演员人数 约180位演员 约600位演员 百余位演员 - 演出时间 2014年9月首演 2004年3月20日公演 2021年7月1日首演 2023年11月9日首演

资料来源：观研天下整理

目前大型旅游演艺项目合作模式包括租赁式、部分委托模式、全委托模式、剧目委托+租赁式、承包合作式、自营+外聘执行导演式等模式，不同模式区别主要在于演出运营方的职责分工及分成比例。由于较少业主方具备成熟的演出后运营能力，因此往往呈现演出运营方负责内容设计、制作及后期运营工作，票务收入两方分成的模式。

旅游演艺项目合作模式

合作模式

业主方职责

演出运营方职责

常见场景

租赁式

出租演出场地

向业主方支付剧场租金及一定票房分成

巡演式剧目

部分委托模式

每年或一次性给演出运营公司支付委托费

只负责内容运营，不对票房负责

全委托模式

每年或一次给演出运营公司支付委托费+票房分成

负责内容及票房营销

剧目委托+租赁式

付费委托内容公司创制作剧目内容

负责剧目内容及票房营销，内容公司每年给业主方支付场地费及票房分成

承包合作式

获得固定收益

承包演出运营，自负盈亏，每年给业主方支付一定的承包费用或票房分成

自营+外聘执行导演式

首演交付后，业主方自主运营

每年负责演员的训练和内容的提升，业主方支付内容公司服务费

需要业主方具备成熟运营能力

资料来源：观研天下整理（zlj）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国旅游演艺行业现状深度研究与未来投资预测报告（2024-2031年）》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国旅游演艺行业发展概述

第一节 旅游演艺行业发展情况概述

一、旅游演艺行业相关定义

二、旅游演艺特点分析

三、旅游演艺行业基本情况介绍

四、旅游演艺行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、旅游演艺行业需求主体分析

第二节 中国旅游演艺行业生命周期分析

一、旅游演艺行业生命周期理论概述

二、旅游演艺行业所属的生命周期分析

第三节 旅游演艺行业经济指标分析

一、旅游演艺行业的赢利性分析

二、旅游演艺行业的经济周期分析

三、旅游演艺行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球旅游演艺行业市场发展现状分析

第一节 全球旅游演艺行业发展历程回顾

第二节 全球旅游演艺行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲旅游演艺行业地区市场分析

一、亚洲旅游演艺行业市场现状分析

二、亚洲旅游演艺行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲旅游演艺行业市场前景分析

第四节 北美旅游演艺行业地区市场分析

- 一、北美旅游演艺行业市场现状分析
- 二、北美旅游演艺行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美旅游演艺行业市场前景分析
- 第五节 欧洲旅游演艺行业地区市场分析
 - 一、欧洲旅游演艺行业市场现状分析
 - 二、欧洲旅游演艺行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲旅游演艺行业市场前景分析
- 第六节 2024-2031年世界旅游演艺行业分布走势预测
- 第七节 2024-2031年全球旅游演艺行业市场规模预测

第三章 中国旅游演艺行业产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
- 第二节 我国宏观经济环境对旅游演艺行业的影响分析
- 第三节 中国旅游演艺行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 三、主要行业标准
- 第四节 政策环境对旅游演艺行业的影响分析
- 第五节 中国旅游演艺行业产业社会环境分析

第四章 中国旅游演艺行业运行情况

- 第一节 中国旅游演艺行业发展状况情况介绍
 - 一、行业发展历程回顾
 - 二、行业创新情况分析
 - 三、行业发展特点分析
- 第二节 中国旅游演艺行业市场规模分析
 - 一、影响中国旅游演艺行业市场规模的因素
 - 二、中国旅游演艺行业市场规模
 - 三、中国旅游演艺行业市场规模解析
- 第三节 中国旅游演艺行业供应情况分析
 - 一、中国旅游演艺行业供应规模
 - 二、中国旅游演艺行业供应特点
- 第四节 中国旅游演艺行业需求情况分析
 - 一、中国旅游演艺行业需求规模
 - 二、中国旅游演艺行业需求特点

第五节 中国旅游演艺行业供需平衡分析

第五章 中国旅游演艺行业产业链和细分市场分析

第一节 中国旅游演艺行业产业链综述

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、产业链运行机制
- 三、旅游演艺行业产业链图解

第二节 中国旅游演艺行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对旅游演艺行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对旅游演艺行业的影响分析

第三节 我国旅游演艺行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国旅游演艺行业市场竞争分析

第一节 中国旅游演艺行业竞争现状分析

- 一、中国旅游演艺行业竞争格局分析
- 二、中国旅游演艺行业主要品牌分析

第二节 中国旅游演艺行业集中度分析

- 一、中国旅游演艺行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国旅游演艺行业市场集中度分析

第三节 中国旅游演艺行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国旅游演艺行业模型分析

第一节 中国旅游演艺行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国旅游演艺行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国旅游演艺行业SWOT分析结论

第三节中国旅游演艺行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国旅游演艺行业需求特点与动态分析

第一节中国旅游演艺行业市场动态情况

第二节中国旅游演艺行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节旅游演艺行业成本结构分析

第四节旅游演艺行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国旅游演艺行业价格现状分析

第六节中国旅游演艺行业平均价格走势预测

一、中国旅游演艺行业平均价格趋势分析

二、中国旅游演艺行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国旅游演艺行业所属行业运行数据监测

第一节中国旅游演艺行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国旅游演艺行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国旅游演艺行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国旅游演艺行业区域市场现状分析

第一节中国旅游演艺行业区域市场规模分析

一、影响旅游演艺行业区域市场分布的因素

二、中国旅游演艺行业区域市场分布

第二节中国华东地区旅游演艺行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区旅游演艺行业市场分析

（1）华东地区旅游演艺行业市场规模

（2）华南地区旅游演艺行业市场现状

（3）华东地区旅游演艺行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区旅游演艺行业市场分析

（1）华中地区旅游演艺行业市场规模

（2）华中地区旅游演艺行业市场现状

（3）华中地区旅游演艺行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区旅游演艺行业市场分析

- (1) 华南地区旅游演艺行业市场规模
- (2) 华南地区旅游演艺行业市场现状
- (3) 华南地区旅游演艺行业市场规模预测

第五节 华北地区旅游演艺行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区旅游演艺行业市场分析

- (1) 华北地区旅游演艺行业市场规模
- (2) 华北地区旅游演艺行业市场现状
- (3) 华北地区旅游演艺行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区旅游演艺行业市场分析

- (1) 东北地区旅游演艺行业市场规模
- (2) 东北地区旅游演艺行业市场现状
- (3) 东北地区旅游演艺行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区旅游演艺行业市场分析

- (1) 西南地区旅游演艺行业市场规模
- (2) 西南地区旅游演艺行业市场现状
- (3) 西南地区旅游演艺行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区旅游演艺行业市场分析

- (1) 西北地区旅游演艺行业市场规模
- (2) 西北地区旅游演艺行业市场现状
- (3) 西北地区旅游演艺行业市场规模预测

第十一章 旅游演艺行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国旅游演艺行业发展前景分析与预测

第一节中国旅游演艺行业未来发展前景分析

- 一、旅游演艺行业国内投资环境分析
- 二、中国旅游演艺行业市场机会分析
- 三、中国旅游演艺行业投资增速预测

第二节中国旅游演艺行业未来发展趋势预测

第三节中国旅游演艺行业规模发展预测

- 一、中国旅游演艺行业市场规模预测
- 二、中国旅游演艺行业市场规模增速预测
- 三、中国旅游演艺行业产值规模预测
- 四、中国旅游演艺行业产值增速预测
- 五、中国旅游演艺行业供需情况预测

第四节中国旅游演艺行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国旅游演艺行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国旅游演艺行业进入壁垒分析

- 一、旅游演艺行业资金壁垒分析
- 二、旅游演艺行业技术壁垒分析
- 三、旅游演艺行业人才壁垒分析
- 四、旅游演艺行业品牌壁垒分析
- 五、旅游演艺行业其他壁垒分析

第二节旅游演艺行业风险分析

- 一、旅游演艺行业宏观环境风险
- 二、旅游演艺行业技术风险
- 三、旅游演艺行业竞争风险
- 四、旅游演艺行业其他风险

第三节中国旅游演艺行业存在的问题

第四节中国旅游演艺行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国旅游演艺行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国旅游演艺行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国旅游演艺行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节旅游演艺行业营销策略分析

- 一、旅游演艺行业产品策略
- 二、旅游演艺行业定价策略
- 三、旅游演艺行业渠道策略
- 四、旅游演艺行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202407/715493.html>