

中国文化创意行业发展分析及发展趋势预测与投资价值研究报告(2024-2029版)

报告简介

文化创意是以文化为元素、融合多元文化、整理相关学科、利用不同载体而构建的再造与创新的文化现象。文化创意产业是指依靠创意人的智慧、技能和天赋，借助于高科技对文化资源进行创造与提升，通过知识产权的开发和运用，产生出高附加值产品，具有创造财富和就业潜力的产业。

本报告由中道泰和的资深专家和研究人员通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、51行业报告网、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个文化创意行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业!权威!报告根据文化创意行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国文化创意行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国文化创意行业将面临的机遇与挑战，对文化创意行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是文化创意企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最新发展动态，把握市场机会，正确制定企业发展战略的必备参考工具，极具参考价值!

报告目录

第一章 文化创意基础概述

第一节 文化创意阐述

一、文化的构成及社会化

二、中国传统文化基本精神诸说

三、文化创意的涵盖

第二节 文化创意产业简述

一、文化创意产业的特征

二、创意产业形成的条件

第三节 中国文化创意统计指标体系

一、中国文化创意的统计指标

二、文化创意统计范围的界定

三、文化创意指标体系的设置原则

第二章 2022年国际文化所属产业运行态势分析

第一节 2022年世界文化创意运行总况

- 一、世界文化创意的特征
- 二、全球文化创意进入快速发展轨道
- 三、文化创意成为世界各国新的经济增长点
- 四、国际文化创意发展的政策措施

第二节 美国

第三节 英国

第四节 日本

第五节 韩国

第六节 2019-2023年全球文化创意趋势探析

第三章 2022年中国文化所属产业运行新形势透析

第一节 2022年中国文化所属产业运行总况

- 一、2022年中国文化创意网全球覆盖情况
- 二、发展文化金融业对中国发展文化创意的意义
- 三、2022年文化创意示范基地产业振兴规划情况
- 四、贸易战对中国文化创意的影响
- 五、2022年中国文化创意发展结构情况
- 六、近年来中国文化创意优势
- 八、发达国家文化创意经验借鉴

第二节 2022年中国文化创意发展的科学发展观研究

- 一、文化系统开展文化创意工作的主要成绩
- 二、文化系统促进文化创意发展的基本经验
- 三、今后一个时期文化创意工作的主要任务

第三节 2022年影响中国文化创意发展因素分析

- 一、影响文化创意发展的要素分析
- 二、近年来推动中国文化创意快速发展因素分析
- 三、促进文化创意发展的平台

第四章 2022年中国文化创意产业运行分析

第一节 2022年中国文化创意产业现状综述

- 一、中国文化创意产业亮点分析
- 二、中国文化创意产业集群分析
- 三、中国发展红色文化创意产业情况
- 四、中国创意文化创意管理人才状况

第二节 2022年影响中国文化创意产业发展重大因素

- 一、贸易战

第三节 2022年中国文化创意产业园区建设与发展透析

- 一、新形势下中国文化创意产业园区面临挑战
- 二、文化创意产业园区在贸易战中的机遇分析
- 三、文化创意产业园区如何应对经济危机

第五章 2022年中国文化所属产业细分产业新格局透析

第一节 影视业发展分析

- 一、中国影视业发展现状分析
- 二、香港影视业发展现状分析
- 三、影视业是文化创意的突破口
- 四、近年来影视业和银行之间的信贷关系探讨
- 五、中国影视业发展存在的问题
- 六、2022年中国影视业发展机遇分析

七、2022年贸易战对中国影视业影响

第二节 动漫业发展分析

一、2022年中国动漫产业发展现状

二、2022年中国动漫国际竞争分析

三、中国动漫业发展存在的问题

四、2022年中国动漫行业的人才供需分析

五、2022年贸易战给中国动漫业带来的机遇和挑战

第三节 音像业发展分析

一、音像产业格局

二、2019-2023年音像产品种类与生产数量

三、2022年中国音像市场分析

四、音像业销售渠道与销售方式的变化趋势

五、中国无线音乐市场发展趋势

六、2022年传统唱片市场发展趋势

第四节 出版业发展分析

一、贸易战对全球出版业影响分析

二、改革开放年来新闻出版业发展分析

三、2022年中国出版业战略转型期发展分析

第五节 旅游业发展分析

一、旅游业发展的阶段性与转型

二、亚洲区域旅游合作的基本模式

三、北美乡村旅游发展特点及对中国的启示

第六节 网络游戏业发展分析

第七节 文化遗产发展分析

第八节 广告业发展分析

第九节 印刷业发展分析

第十节 新媒体发展分析

第六章 2022年中国文化创意竞争态势分析

第一节 2022年中国文化创意竞争力分析

一、中国文化竞争力体现

二、2022年全球旅游业竞争力排名

三、2022年长三角创意产业竞争力分析

第二节 2022年中国文化创意竞争分析

一、中国文化创意swot分析

二、中国文化创意的比较优势分析

三、2022年中国文化创意准入门槛

四、2022年中国文化创意竞争分析

第七章 中国文化创意重点区域行业市场运行分析

第一节 北京文化创意发展分析

一、北京文化创意增加值

二、北京文化创意产业集中度情况

三、北京文化创意产业的产业链分析

四、北京文化创意产业发展的有利因素

五、北京文化创意产业发展驱动力分析

六、北京体育文化创意产业发展机遇和态势

七、北京市文化创意产业未来发展分析

第二节 山东文化创意发展分析

一、山东文化创意发展分析

- 二、山东省文化创意发展的体制改革分析
- 三、山东省打造文化品牌分析
- 四、山东省文化创意集聚区发展投入和收入
- 五、山东农村文化创意调查及发展对策
- 六、青岛市文化创意发展战略的swot分析及对策

第三节 河南文化创意发展分析

- 一、河南省文化创意发展情况
- 二、河南加快文化创意发展新政策及其意义
- 三、河南省文化创意发展和文化体制改革
- 四、河南省漯河市文化创意发展分析

第四节 湖南文化创意发展分析

- 一、湖南文化创意发展概况
- 二、湖南文化创意发展创新之路分析
- 三、湖南文化创意发展的新机遇

第五节 广西文化创意发展分析

- 一、未来广西文化创意发展情况
- 二、广西文化创意发展优势及市场现状
- 三、广西面向东盟国家的文化创意多途径发展分析

第六节 陕西文化创意发展分析

- 一、近年来陕西文化创意发展情况
- 二、陕西文化创意发展的基本特征
- 三、促进陕西文化创意发展的策略
- 四、改革开放以来陕西省西安文化创意发展的现状与思考

第七节 甘肃文化创意发展分析

- 一、甘肃省文化创意发展情况
- 二、甘肃陇南市文化创意发展优劣势及对策
- 三、甘肃省白银市文化事业和文化创意发展分析

第八节 深圳文化创意发展分析

- 一、深圳文化创意发展现状
- 二、深圳文化创意发展专项资金启动情况
- 三、深圳市高端文化创意发展分析
- 四、深圳文化创意发展“十四五”规划情况

第九节 其他地区文化创意发展分析

- 一、重庆市
- 二、浙江省
- 三、上海市
- 四、天津市
- 五、辽宁省
- 六、江苏省
- 七、云南省
- 八、山西省
- 九、内蒙古
- 十、海南省

第八章 中国文化创意重点运营关键性财务数据分析

第一节 中视传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

第二节 湖南电广传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

第三节 桂林旅游股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

第四节 北京赛迪传媒投资股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

第五节 成都博瑞传播股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

第六节 北方联合出版传媒(集团)股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

第七节 远东实业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

第八节 北京首都旅游股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

第九节 中青旅控股股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

第九章 2022年中国文化企业竞争策略分析

第一节 影响中国文化创意竞争力的原因

一、管理体制缺乏活力

二、缺乏规模经济优势

三、产业科技含量不高

四、市场开发能力较低

第二节 提升中国文化创意竞争力的战略思考

- 一、深化文化体制改革，转变政府职能
- 二、加快建立统一、开放、竞争、有序的文化市场体系
- 三、积极拓宽投融资渠道
- 四、当前主要应做好的工作

第三节 提升文化创意竞争力的对策

- 一、制定差异化的区域文化创意发展战略
- 二、积极推动文化与现代高新科技融合
- 三、文化创意打造核心竞争力的策略

第十章 2024-2029年中国文化创意新趋势预测分析

第一节 2024-2029年中国文化创意前景预测分析

- 一、文化创意前景可期
- 二、中国文化创意区域前景预测分析

第二节 2024-2029年中国文化创意发展趋势预测

- 一、2022年文化创意危机中带来“暖流”
- 二、2022年经济结构调整提供良好机遇

第十一章 2019-2023年中国文化创意发展趋势分析

第一节 2019-2023年中国文化创意发展趋势分析

- 一、2019-2023年中国文化创意发展趋势分析
- 二、2019-2023年中国文化创意市场现状

第二节 2019-2023年中国文化创意前景展望分析

- 一、文化创意市场格局及竞争趋势展望
- 二、文化创意经济效益分析

第十二章 2022年中国文化创意投资环境解析

第一节 2022年中国宏观经济发展环境分析

- 一、中国经济发展总环境
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入
- 三、中国gdp分析
- 四、工业发展形势分析
- 五、存贷款利率变化
- 六、财政收支状况

第二节 2022年中国文化创意政策环境及影响分析

- 一、中国文化创意政策大事记
- 二、2022年文化创意投资指导目录出台
- 三、2022年文化部研究制定文化创意金融支持政策
- 四、2022年产业基金投资文化创意产业政策解读
- 五、中国文化创意发展政策建议

第三节 2019-2023年文化创意振兴规划

- 一、加快文化创意振兴的重要性紧迫性
- 二、指导思想、基本原则和规划目标
- 三、重点任务
- 四、政策措施
- 五、保障条件

第十三章 2022年中国文化创意投资现状分析

第一节 2022年文化创意投资情况分析

- 一、2022年文化创意投资进入高峰
- 二、2022年百亿元规模文化创意投资基金

第二节 2022年各地文化创意投资情况分析

- 一、2022年各地文化创意投资公司

二、2022年山东文化创意投资情况

三、2022年长春文化创意投资情况

四、2022年三亚文化创意投资情况

五、2022年安徽文化创意投资情况

六、2022年福建文化创意投资情况

七、2022年洛阳文化创意投资情况

八、2022年石家庄文化创意投资情况

第十四章 2019-2023年中国文化创意投资机会与风险预警

第一节 2019-2023年文化创意投资前景分析

一、中国文化创意增长周期

二、文化创意发展机遇分析

三、鼓励社会资本投资文化创意

四、未来文化创意投资前景广阔

第二节 2019-2023年文化创意投资机会分析

一、文化创意的投资机会

二、文化创意发展新机会

三、政策松绑助力文化创意投资

四、文化创意振兴规划带来的投资机会

第三节 2019-2023年文化创意投资风险分析

一、影响文化创意发展的主要因素

二、风险投资与中国文化创意发展

三、文化创意与风险投资问题研究

四、文化创意投资风险的规避策略

第十五章 2022年中国文化创意产业子行业运行格局探析

第一节 旅游业

- 二、2022年旅游业利用外资情况分析
- 三、2022年中国文化旅游业概况
- 四、精品景区将成我国旅游业发展突破口
- 五、文化创意产业在香港旅游业成功的有益启示
- 六、中国旅游业正在转型

第二节 影视业

- 一、广播影视产业发展综述
- 二、09年视产业实现税收跃居文化创意产业之首
- 三、中国影视业融资渠道多元化探讨
- 四、民营网游企业涉足影视领域
- 五、解读影视业惠台新政策:结合优势创造“华流”市场

第三节 动漫业

- 一、全球动漫产业巨头申城共议动漫产业衍生出路
- 二、中国原创动漫国际动漫节渐露头角
- 三、国家动画产业基地落户海淀文化创意产业集聚区
- 四、中国动漫业的冰火两重天
- 五、动漫产业成为文化创意产业亮点
- 六、中国力图扭转动漫业贸易逆差
- 七、共同利益串起动漫产业链

第四节 音像业

- 一、中国大力推进音像业改革
- 二、支持非公有资本进入音像业
- 三、音像业面临的挑战与选择

第五节 出版业

一、2022年中国出版业总体概况

二、出版业跨地域整合提速

三、大力发展数字出版业

四、电子图书助出版业走出危机

五、政策扶持出版市场销售额6亿元

六、中国出版业集团化建设的趋势分析

第十六章 2019-2023年中国文化创意投资战略研究

第一节 2019-2023年中国文化创意市场现状分析

一、推动中国文化创意市场现状分析

二、中国文化创意创新市场现状

三、中国文化资源转化为文化创意策略

第二节 文化创意发展“十四五”规划初步思考

一、制定“十四五”文化创意发展规划的必要性

二、“十四五”文化创意发展规划前期调研环节

三、推进国家“十四五”文化创意发展规划编制

第三节 贸易战背景下文化创意市场现状

一、贸易战带来的严峻挑战

二、挑战中蕴藏着的发展机遇

三、发展文化创意的对策措施

四、加快文化创意发展的措施

图表目录

图表：文化创意的构成图

图表：文化创意分行业的核算指标

图表：文化创意单位(行业)统计分析指标

图表：文化创意单位的基础指标

图表：文化创意的相关辅助指标

图表：韩国政府文化创意产业政策层面的宏观构架

图表：2019-2023年电影行业搜索指数

图表：2019-2023年电影新片关注度排行

图表：2019-2023年电影片源关注度变化

图表：2019-2023年影片源关注度排行

图表：2019-2023年非华语影片源关注度排行

图表：2019-2023年电影行业搜索指数

图表：2019-2023年电影新片关注度排行

图表：2019-2023年电影片源关注度变化

图表：2019-2023年影片源关注度排行

图表：2019-2023年非华语影片源关注度排行

图表：2019-2023年华语影片源关注度排行

图表：2019-2023年中国电影总票房变化

图表：2019-2023年过亿影片总数变化

图表：2019-2023年银幕总数变化

图表：2022年电影行业搜索指数

图表：2022年电影片源关注度变化

图表：2022年影片关注度排行

图表：2022年电影新片关注度排行

图表：2022年非华语影片关注度排行

图表：2022年华语影片关注度排行

图表：2022年国内民营影视公司获得银行贷款一览

图表：动漫人才流动率分布图

图表：大城市旅游圈分级指标示意表

图表：我国大城市旅游圈

图表：中国广告量季节性增长趋势

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20220113/243206.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)