

中国户外音乐节行业发展现状调研与投资前景预测报告（2022-2029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《中国户外音乐节行业发展现状调研与投资前景预测报告（2022-2029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/202208/607198.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、概述

户外音乐节不同于传统的音乐会、演唱会，音乐节为粉丝提供了更自由的活动空间和音乐氛围，多元、青春、热情是它的基本特征，以95后为代表的年轻群体是消费音乐节的主力军。随着户外行业与音乐节的兴起和发展，运动、音乐节等衍生行业也得到快速发展。

二、发展现状分析

根据数据显示，在疫情影响下，2021年，中国演出市场总体经济规模335.85亿元，同比增长27.76%，其中大型演唱会、音乐节演出票房收入19.98亿元；全国主要演出类型（不含农村演出、娱乐演出）演出场次共计18.97万场，同比增长248.07%，其中大型演唱会、音乐节演出总场次0.05万场。因此，随着国内演出市场逐渐回暖，大型演唱会、音乐节市场活力也不断复苏，户外音乐节行业发展环境持续转好。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

三、价值分析

1、政府：户外音乐节带动旅游，品牌赋能城市

随着户外音乐节的兴起与举办，越来越多的音乐公司从中获得收益。除此之外，地方政府也看到户外音乐节具有拉动内需、促进消费的独特优势，所以纷纷开始支持以音乐节作为城市文化旅游竞争的软实力。而且，还有部分地方政府通过与主办方合作，在旅游旺季和旅游资源丰富的城市开始定期举办各类户外音乐节，以此来推动当地的旅游业发展，塑造城市品牌。例如，即墨举办的麦田音乐节，主要酒店客房整体床位出租率在80%以上，高于“五一”期间均40%的客房出租率，即墨主要景区接待游客5万余人次，拉动旅游收入1300余万元。

部分地方政府主办的户外音乐节项目

序号

项目名称

1

大理洱海音乐节

2

西双版纳乐堡音乐节

3

成都朋克音乐节

4

西部大漠音乐节

5

武汉春浪音乐节

6

西太湖国际音乐节

7

贵阳草莓音乐节

8

黄河石林-谣途民谣音乐节

9

崑山音乐节

10

泰山音乐节

数据来源：观研天下整理

2、品牌：赞助户外音乐节，挖掘潜在受众群体

除了上述地方政府扶持户外音乐节外，近年来各大品牌也嗅到其市场机遇，而一次成功的户外音乐节举办离不开品牌赞助，是其重要的资金保障。

音乐节代表着自由、个性、潮流、活力，主要受众群体是年轻人，也可以说在本质上户外音乐节是一场针对年轻人的战斗，而这个本质也许多品牌希望传递的调性不谋而合，所以与户外音乐节进行合作可以充分挖掘一些品牌的潜在受众，比如碧桂园、抖音APP、陌陌、EDIFIER、百事可乐、别克汽车、红牛、特步等品牌纷纷为草莓音乐节、迷笛音乐节、咪豆音乐节等提供大量的赞助。

同时，由于户外音乐节综合时间、空间时空特性，所以在现场的餐饮酒水、文创市集、沙地露营、休闲玩乐等商业服务，以及音乐节的宣发、直播等都可以进行品牌植入，并且也能触达一大批受众。

2019年草莓音乐节的招商合作方案

类型

价格

全年行业独家合作

竞价起步价为2000w

联合呈现例价

北京/上海1000w

其他城市800w

主舞台冠名例价

北京/上海800w

其他城市600w

音乐节展位例价

1.5w-1w/m²

主舞台TVC15s例价

20w

音乐节观众手册硬广例价

15w

“正在现场”顶部banner例价

15w/周

数据来源：观研天下整理

南京·长江潮音乐节海报

数据来源：公开资料整理

3、门票：票价上涨，收入上升

户外音乐节最主要的盈利来源是门票收入。对于消费者而言，音乐节最大的吸引力就是参演音乐人阵容，其依据大多来自出席音乐节的明星的粉丝价值，参演音乐人咖位越高，门票价格也越高。例如，楠溪江·星巢秘境音乐节，受邀参演人员有毛不易、朴树、姜云升、黑豹乐队、刘聪等，门票价格在788-2280元之间。

2022年下半年我国部分户外音乐节项目

时间

名称

地址

票价

参演人员

2022.11.26-11.27

楠溪江·星巢秘境音乐节

楠溪江滩地音乐公园

¥788-¥2280

毛不易、朴树、姜云升、黑豹乐队、刘聪等

2022.08.27-08.28

长沙·草莓音乐节

长沙国际会展中心西广场

¥380-¥860

毛不易、陈粒、达达乐队、万能青年旅店、阿肆、余佳运、马頔等

2022.08.26-08.28

浙江德清·莫干山奇幻音乐节

浙江湖州·上渚山奇幻谷

¥ 328- ¥ 1080

崔健、王子异、柳爽、房东的猫、痛仰乐队等

2022.08.27-08.28

常州·西太湖国际音乐节

西太湖中国花卉博览园景区

¥ 380- ¥ 860

汪苏泷、焦迈奇、张星特、张毅成、小鬼-王琳凯等

2022.09.03-09.04

南京·长江潮音乐节

江北新区扬子江生态公园

¥ 298- ¥ 1288

许嵩、二手玫瑰、木马、郭顶、颜人中等

2022.09.10-09.11

成都·仙人掌音乐节

成都蔚然花海

¥ 999- ¥ 2999

朴树、姜云升、刘聪、橘子海、二手玫瑰等

2022.08.20-08.21

厦门·奔浪音乐节

厦门·椰风寨

¥ 288- ¥ 688

王以太、刘聪、椅子乐团、岛屿心情、海朋森、HAO付豪、动物园钉子户、时间不够以后

2022.08.19-08.21

七彩云南·2022五百里音乐节

昆明·七彩云南古滇名城

¥ 320- ¥ 860

焦迈奇、陈粒、尧十三、跳大海、曹方、送春归等

2022.08.19-08.21

南京·耳浪音乐节

南京欢乐谷草地区域

¥ 380- ¥ 860

刘也、彭楚粤、王晨艺、吴季峰、白日密语、石玺彤等

数据来源：公开资料整理

4、衍生品：种类丰富，且高创意、高质量

除了门票、赞助等收益之外，户外音乐节衍生品也逐渐成为其收益的重要来源之一，尤其是以迷笛音乐节、草莓音乐节为代表的大型音乐节品牌，衍生出文创周边、礼包套装，如手环、主题毛巾、T恤、纹身贴、明信片等，并且以音乐节IP为核心开发高价值、多层次的衍生产品，如与知名乐队、品牌联合推出的限定周边、收藏品等，大麦、优酷联合打造户外音乐节竞演真人秀综艺《草莓星球来的人》，种类不断丰富，创意和质量也有所提升。

三、建议及发展趋势

现阶段，国内户外音乐节普遍存在票价上涨、票源不稳定、阵容新鲜感不足及厕所、停车场等基础设施不完善的问题。因此，不同的音乐节要树立起自己的音乐品牌和特点，为促进我国户外音乐节行业可持续健康发展，主办方应该稳定票源与票价，扩大受众群体、完善基础服务，紧密结合科技、注重创新发展，才能在市场激流中站稳脚跟。

未来，随着我国经济的快速发展，人们对文化娱乐的需求不断增加，越来越多的城市也将音乐节作为城市的文化名片来打造，户外音乐节行业也将持续向好发展。（WYD）

观研报告网发布的《中国户外音乐节行业发展现状调研与投资前景预测报告（2022-2029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。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章2018-2022年中国户外音乐节行业发展概述

第一节户外音乐节行业发展情况概述

一、户外音乐节行业相关定义

二、户外音乐节特点分析

三、户外音乐节行业基本情况介绍

四、户外音乐节行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、户外音乐节行业需求主体分析

第二节中国户外音乐节行业生命周期分析

一、户外音乐节行业生命周期理论概述

二、户外音乐节行业所属的生命周期分析

第三节户外音乐节行业经济指标分析

一、户外音乐节行业的赢利性分析

二、户外音乐节行业的经济周期分析

三、户外音乐节行业附加值的提升空间分析

第二章2018-2022年全球户外音乐节行业市场发展现状分析

第一节全球户外音乐节行业发展历程回顾

第二节全球户外音乐节行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲户外音乐节行业地区市场分析

一、亚洲户外音乐节行业市场现状分析

二、亚洲户外音乐节行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲户外音乐节行业市场前景分析

第四节北美户外音乐节行业地区市场分析

一、北美户外音乐节行业市场现状分析

二、北美户外音乐节行业市场规模与市场需求分析

三、北美户外音乐节行业市场前景分析

第五节欧洲户外音乐节行业地区市场分析

一、欧洲户外音乐节行业市场现状分析

二、欧洲户外音乐节行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲户外音乐节行业市场前景分析

第六节2022-2029年世界户外音乐节行业分布走势预测

第七节2022-2029年全球户外音乐节行业市场规模预测

第三章中国户外音乐节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户外音乐节行业的影响分析

第三节中国户外音乐节行业政策环境分析

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

第四节政策环境对户外音乐节行业的影响分析

第五节中国户外音乐节行业产业社会环境分析

第四章中国户外音乐节行业运行情况

第一节中国户外音乐节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

第二节中国户外音乐节行业市场规模分析

一、影响中国户外音乐节行业市场规模的因素

二、中国户外音乐节行业市场规模

三、中国户外音乐节行业市场规模解析

第三节中国户外音乐节行业供应情况分析

一、中国户外音乐节行业供应规模

二、中国户外音乐节行业供应特点

第四节中国户外音乐节行业需求情况分析

一、中国户外音乐节行业需求规模

二、中国户外音乐节行业需求特点

第五节中国户外音乐节行业供需平衡分析

第五章中国户外音乐节行业产业链和细分市场分析

第一节中国户外音乐节行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、户外音乐节行业产业链图解

第二节中国户外音乐节行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对户外音乐节行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对户外音乐节行业的影响分析

第三节我国户外音乐节行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章2018-2022年中国户外音乐节行业市场竞争分析

第一节中国户外音乐节行业竞争现状分析

一、中国户外音乐节行业竞争格局分析

二、中国户外音乐节行业主要品牌分析

第二节中国户外音乐节行业集中度分析

一、中国户外音乐节行业市场集中度影响因素分析

二、中国户外音乐节行业市场集中度分析

第三节中国户外音乐节行业竞争特征分析

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2018-2022年中国户外音乐节行业模型分析

第一节中国户外音乐节行业竞争结构分析（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

第二节中国户外音乐节行业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、中国户外音乐节行业SWOT分析结论

第三节中国户外音乐节行业竞争环境分析（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2018-2022年中国户外音乐节行业需求特点与动态分析

第一节中国户外音乐节行业市场动态情况

第二节中国户外音乐节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

第三节户外音乐节行业成本结构分析

第四节户外音乐节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

第五节中国户外音乐节行业价格现状分析

第六节中国户外音乐节行业平均价格走势预测

一、中国户外音乐节行业平均价格趋势分析

二、中国户外音乐节行业平均价格变动的影响因素

第九章中国户外音乐节行业所属行业运行数据监测

第一节中国户外音乐节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

第二节中国户外音乐节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

第三节中国户外音乐节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2018-2022年中国户外音乐节行业区域市场现状分析

第一节中国户外音乐节行业区域市场规模分析

一、影响户外音乐节行业区域市场分布的因素

二、中国户外音乐节行业区域市场分布

第二节中国华东地区户外音乐节行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区户外音乐节行业市场分析

(1) 华东地区户外音乐节行业市场规模

(2) 华东地区户外音乐节行业市场现状

(3) 华东地区户外音乐节行业市场规模预测

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、华中地区户外音乐节行业市场分析

(1) 华中地区户外音乐节行业市场规模

(2) 华中地区户外音乐节行业市场现状

(3) 华中地区户外音乐节行业市场规模预测

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、华南地区户外音乐节行业市场分析

(1) 华南地区户外音乐节行业市场规模

(2) 华南地区户外音乐节行业市场现状

(3) 华南地区户外音乐节行业市场规模预测

第五节华北地区户外音乐节行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区户外音乐节行业市场分析

(1) 华北地区户外音乐节行业市场规模

(2) 华北地区户外音乐节行业市场现状

(3) 华北地区户外音乐节行业市场规模预测

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、东北地区户外音乐节行业市场分析

(1) 东北地区户外音乐节行业市场规模

(2) 东北地区户外音乐节行业市场现状

(3) 东北地区户外音乐节行业市场规模预测

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、西南地区户外音乐节行业市场分析

(1) 西南地区户外音乐节行业市场规模

(2) 西南地区户外音乐节行业市场现状

(3) 西南地区户外音乐节行业市场规模预测

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、西北地区户外音乐节行业市场分析

(1) 西北地区户外音乐节行业市场规模

(2) 西北地区户外音乐节行业市场现状

(3) 西北地区户外音乐节行业市场规模预测

第九节2022-2029年中国户外音乐节行业市场规模区域分布预测

第十一章户外音乐节行业企业分析（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

.....

第十二章2022-2029年中国户外音乐节行业发展前景分析与预测

第一节中国户外音乐节行业未来发展前景分析

- 一、户外音乐节行业国内投资环境分析
- 二、中国户外音乐节行业市场机会分析
- 三、中国户外音乐节行业投资增速预测

第二节中国户外音乐节行业未来发展趋势预测

第三节中国户外音乐节行业规模发展预测

- 一、中国户外音乐节行业市场规模预测
- 二、中国户外音乐节行业市场规模增速预测
- 三、中国户外音乐节行业产值规模预测
- 四、中国户外音乐节行业产值增速预测
- 五、中国户外音乐节行业供需情况预测

第四节中国户外音乐节行业盈利走势预测

第十三章2022-2029年中国户外音乐节行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国户外音乐节行业进入壁垒分析

- 一、户外音乐节行业资金壁垒分析
- 二、户外音乐节行业技术壁垒分析
- 三、户外音乐节行业人才壁垒分析
- 四、户外音乐节行业品牌壁垒分析
- 五、户外音乐节行业其他壁垒分析

第二节户外音乐节行业风险分析

- 一、户外音乐节行业宏观环境风险
- 二、户外音乐节行业技术风险
- 三、户外音乐节行业竞争风险

四、户外音乐节行业其他风险

第三节中国户外音乐节行业存在的问题

第四节中国户外音乐节行业解决问题的策略分析

第十四章2022-2029年中国户外音乐节行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国户外音乐节行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国户外音乐节行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 户外音乐节行业营销策略分析

一、户外音乐节行业产品策略

二、户外音乐节行业定价策略

三、户外音乐节行业渠道策略

四、户外音乐节行业促销策略

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/202208/607198.html>