

中国文化创意行业发展深度调研与未来投资预测报告（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《中国文化创意行业发展深度调研与未来投资预测报告（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/202208/607329.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、文化创意产业概念及特征

文化创意产业是指依靠创意者的智慧、技能和天赋，对文化资源进行重塑与提升，并通过知识产权的开发和运用，生产出高附加值的产品以创造社会财富、促进经济发展、增加社会就业的产业，具有知识密集、高附加值、高度融合性三大特征。文化创意产业往往还具有资源消耗低、环境污染小、市场需求潜力大等其他特点。近年来随着经济腾飞，居民收入增加，其消费结构从以物质为主转向以精神文化为主，极大的推动了我国文化创意产业的飞速发展。

资料来源：观研天下整理

二、文化创意产业现状

1.规模以上文化创意设计营业收入

近年来文化及其相关产业增加值不断提高，据数据，2015-2021年我国文化及其相关产业增加值由27235亿元增长至44945亿元，其对国内生产总值的贡献率也不断提升，占比由4.1%增长至4.43%，带动与之相关的文化创意产业营收增长。2016-2021年我国文化及其相关产业营业收入由80314亿元增长至119064亿元，规模以上文化创意设计营业收入由9854亿元增长至19565亿元，占比由12.9%提升至16.4%。

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

2.文创企业数量及分布情况

文创产业蓬勃发展下文创企业大幅增加。数据显示2016-2021年我国文化创意产业相关企业注册量由2015家增长至10955家。目前我国文化创意产业相关企业总量超3.6万家，其中陕西、江苏、广东文创在业/存续文创相关企业数量排名前三，分别为5801家、3476家、3348家，占比15.94%、9.55%、9.20%。

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

3.文创产业相关政策及专利申请数量

文化创意产业是经济转型升级的重要动力和国家软实力竞争的重要手段。近年来各项文化创意行业相关政策的出台表明，我国对发展文化创意产业的重视程度不断提升。根据数据，2017-2020年我国文创专利申请数量连续四年保持增长，2021年我国文创专利申请数量有所下降，为1243件，同比减少28.7%。其中广东省文创专利申请数量最多，占比19.54%。

我国文化创意产业相关政策

时间

政策

部门

主要内容

2021.05

《“十四五”文化产业发展规划》

文化和旅游部

坚持以创新驱动文化产业发展，落实文化产业数字化战略，促进文化产业“上云用数赋智”，推进线上线下融合，推动文化产业全面转型升级，提高质量效益和核心竞争力。强调顺应数字产业化和产业数字化发展趋势，深度应用5G、大数据，计算、人工智能、超高清、物联网、虚拟现实，增强现实等技术，推动数字文化产业高质量发展，培育壮大线上演播、数字创意、数字艺术、数字娱乐，沉浸式体验等新型文化业态。

2021.04

《“十四五”文化和旅游科技创新规划》

文化和旅游部

围绕实施文化产业数字化战略，以科技创新提升文化生产和内容建设能力，提高文化产业数字化、网络化、智能化发展水平。开展云展览、云娱乐、线上演播、数字艺术、沉浸式体验等新兴业态的内容生成、定制消费、智慧服务和共治管理的关键技术研究，支持新形态数字艺术关键技术与工具研制，培育数字文化产业新业态。

2021.03

《中华人民共和国国民经济和社会展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》

中共中央

实施文化产业数字化战略，加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式，壮大数字创意、网络视听、数字出版、数字娱乐、线上演播等产业。推进沉浸式视频云转播等应用。实施文化品牌战略，打造一批有影响力、代表性的文化品牌。积极发展对外文化贸易，开拓海外文化市场，鼓励优秀传统文化产品和影视剧、游戏等数字文化产品“走出去”，加强国家文化出口基地建设。

2020.11

《文化和旅游部关于推动数字文化产业高质量发展的意见》

国务院

深刻把握数字文化内容属性，加强原创能力建设，创造更多既能满足人民文化需求、又能增强人民精神力量的数字文化产品。培育和塑造一批具有鲜明中国文化特色的原创IP，加强IP开发和转化，充分运用动漫游戏、网络文学、网络音乐、网络表演、网络视频、数字艺术、创意设计等产业形态，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，继承革命文化，发展社会主义先进文化，打造更多具有广泛影响力的数字文化品牌。

2020.09

《国务院办公厅关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》

国务院办公厅

引导实体企业更多开发数字化产品和服务，鼓励实体商业通过直播电子商务、社交营销开启‘云逛街’等新模式

2019.12

《中华人民共和国文化产业促进法(草案送审稿)》

司法部

国家将促进文化产业发展纳入国民经济和社会发展规划，并制定促进文化产业发展的专项规划，发布文化产业发展指导目录，促进文化产业结构调整和布局优化。国家鼓励文化产业与科技及其他国民经济相关产业融合发展，拓展文化产业发展广度和深度，发挥文化产业在国民经济和社会发展中的重要作用。

2019.11

《产业结构调整指导目录(2019年本)》

发改委

文化创意设计服务、工业设计被列为“对经济社会发展有重要促进作用，有利于人民美好生活需要和推动高质量发展”的鼓励类项目。

2019.08

《国务院办公厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》(国办发[2019]41号)

国务院

鼓励文创产品开发与经营，拓宽文创产品展示和销售渠道。引导文化企业和旅游企业创新商业模式和营销方式。

资料来源：观研天下整理

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

三、文化创意产业发展趋势

虽然国内文化创意产业发展迅速，但面临人才短缺、产业链不完善等问题，文化创意仍需升

级发展才能保持产业发展的生命力。

资料来源：观研天下整理（zlj）

观研报告网发布的《中国文化创意行业发展深度调研与未来投资预测报告（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、中国文化创意、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年中国文化创意行业发展概述

第一节 文化创意行业发展情况概述

一、文化创意行业相关定义

二、文化创意特点分析

三、文化创意行业基本情况介绍

四、文化创意行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、文化创意行业需求主体分析

第二节中国文化创意行业生命周期分析

一、文化创意行业生命周期理论概述

二、文化创意行业所属的生命周期分析

第三节文化创意行业经济指标分析

一、文化创意行业的赢利性分析

二、文化创意行业的经济周期分析

三、文化创意行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球文化创意行业市场发展现状分析

第一节全球文化创意行业发展历程回顾

第二节全球文化创意行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲文化创意行业地区市场分析

一、亚洲文化创意行业市场现状分析

二、亚洲文化创意行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲文化创意行业市场前景分析

第四节北美文化创意行业地区市场分析

一、北美文化创意行业市场现状分析

二、北美文化创意行业市场规模与市场需求分析

三、北美文化创意行业市场前景分析

第五节欧洲文化创意行业地区市场分析

一、欧洲文化创意行业市场现状分析

二、欧洲文化创意行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲文化创意行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界文化创意行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球文化创意行业市场规模预测

第三章 中国文化创意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文化创意行业的影响分析

第三节中国文化创意行业政策环境分析

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

第四节政策环境对文化创意行业的影响分析

第五节中国文化创意行业产业社会环境分析

第四章 中国文化创意行业运行情况

第一节中国文化创意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

第二节中国文化创意行业市场规模分析

一、影响中国文化创意行业市场规模的因素

二、中国文化创意行业市场规模

三、中国文化创意行业市场规模解析

第三节中国文化创意行业供应情况分析

一、中国文化创意行业供应规模

二、中国文化创意行业供应特点

第四节中国文化创意行业需求情况分析

一、中国文化创意行业需求规模

二、中国文化创意行业需求特点

第五节中国文化创意行业供需平衡分析

第五章 中国文化创意行业产业链和细分市场分析

第一节中国文化创意行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、文化创意行业产业链图解

第二节中国文化创意行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对文化创意行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对文化创意行业的影响分析

第三节我国文化创意行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国文化创意行业市场竞争分析

第一节 中国文化创意行业竞争现状分析

一、中国文化创意行业竞争格局分析

二、中国文化创意行业主要品牌分析

第二节 中国文化创意行业集中度分析

一、中国文化创意行业市场集中度影响因素分析

二、中国文化创意行业市场集中度分析

第三节 中国文化创意行业竞争特征分析

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年中国文化创意行业模型分析

第一节 中国文化创意行业竞争结构分析（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 中国文化创意行业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、中国文化创意行业SWOT分析结论

第三节 中国文化创意行业竞争环境分析（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年中国文化创意行业需求特点与动态分析

第一节 中国文化创意行业市场动态情况

第二节 中国文化创意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 文化创意行业成本结构分析

第四节 文化创意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 中国文化创意行业价格现状分析

第六节 中国文化创意行业平均价格走势预测

一、中国文化创意行业平均价格趋势分析

二、中国文化创意行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国文化创意行业所属行业运行数据监测

第一节 中国文化创意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 中国文化创意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 中国文化创意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年中国文化创意行业区域市场现状分析

第一节中国文化创意行业区域市场规模分析

一、影响文化创意行业区域市场分布的因素

二、中国文化创意行业区域市场分布

第二节中国华东地区文化创意行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区文化创意行业市场分析

(1) 华东地区文化创意行业市场规模

(2) 华南地区文化创意行业市场现状

(3) 华东地区文化创意行业市场规模预测

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、华中地区文化创意行业市场分析

(1) 华中地区文化创意行业市场规模

(2) 华中地区文化创意行业市场现状

(3) 华中地区文化创意行业市场规模预测

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、华南地区文化创意行业市场分析

(1) 华南地区文化创意行业市场规模

(2) 华南地区文化创意行业市场现状

(3) 华南地区文化创意行业市场规模预测

第五节华北地区文化创意行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区文化创意行业市场分析

(1) 华北地区文化创意行业市场规模

(2) 华北地区文化创意行业市场现状

(3) 华北地区文化创意行业市场规模预测

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、东北地区文化创意行业市场分析

- (1) 东北地区文化创意行业市场规模
- (2) 东北地区文化创意行业市场现状
- (3) 东北地区文化创意行业市场规模预测

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、西南地区文化创意行业市场分析
 - (1) 西南地区文化创意行业市场规模
 - (2) 西南地区文化创意行业市场现状
 - (3) 西南地区文化创意行业市场规模预测

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、西北地区文化创意行业市场分析
 - (1) 西北地区文化创意行业市场规模
 - (2) 西北地区文化创意行业市场现状
 - (3) 西北地区文化创意行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国文化创意行业市场规模区域分布预测

第十一章 文化创意行业企业分析（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年中国文化创意行业发展前景分析与预测

第一节 中国文化创意行业未来发展前景分析

- 一、文化创意行业国内投资环境分析
- 二、中国文化创意行业市场机会分析
- 三、中国文化创意行业投资增速预测

第二节 中国文化创意行业未来发展趋势预测

第三节 中国文化创意行业规模发展预测

- 一、中国文化创意行业市场规模预测
- 二、中国文化创意行业市场规模增速预测
- 三、中国文化创意行业产值规模预测
- 四、中国文化创意行业产值增速预测
- 五、中国文化创意行业供需情况预测

第四节 中国文化创意行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国文化创意行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国文化创意行业进入壁垒分析

- 一、文化创意行业资金壁垒分析
- 二、文化创意行业技术壁垒分析

三、文化创意行业人才壁垒分析

四、文化创意行业品牌壁垒分析

五、文化创意行业其他壁垒分析

第二节文化创意行业风险分析

一、文化创意行业宏观环境风险

二、文化创意行业技术风险

三、文化创意行业竞争风险

四、文化创意行业其他风险

第三节中国文化创意行业存在的问题

第四节中国文化创意行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国文化创意行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国文化创意行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国文化创意行业进入策略分析

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 文化创意行业营销策略分析

一、文化创意行业产品策略

二、文化创意行业定价策略

三、文化创意行业渠道策略

四、文化创意行业促销策略

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/202208/607329.html>