

中国现场娱乐 消费洞察报告

CBNDData ×

第一财经商业数据中心



大麦 ×

去现场 为所爱



中国演出行业协会
China Association of Performing Arts

报告内容说明

数据来源：报告中的资料及数据来源于国家官方统计、大麦大数据、阿里数据、第三方权威机构等

时间范围：2012年1月-2017年8月

南北方划分：以秦岭-淮河为界限

行业定义：现场娱乐是指可以在现场观赏或体验的娱乐活动，主要包含以下两大类目：文化演艺类和体育赛事类（不包含电影消费）

分析内容：本报告涉及内容具体包括以下各类现场娱乐活动的市场发展特征、用户特征等

一级类目	二级类目	三级类目
文化演艺类	戏剧类	音乐剧、话剧、歌舞剧、歌剧、儿童剧等
	曲苑杂坛类	杂技、相声、魔术、马戏、其他等
	舞蹈类	舞蹈、舞剧等
	演唱会类	演唱会、音乐节等
	音乐会类	室内乐及古乐、声乐及合唱、管弦乐、独奏等
体育赛事类	球类	足球、篮球、排球、羽毛球、兵乓球、网球、台球
	综合赛事	冰雪、格斗、马术、赛车、击剑、游泳、体操等
	电竞类	炉石传说、穿越火线、DOTA2等
	田径类	跑步、竞走、跳高、跳远、田径
	其他类	体育训练、体育培训、体育周边

CONTENTS

01

中国现场娱乐
行业发展概览

02

中国现场娱乐
细分市场洞察

03

中国现场娱乐
消费者分析

04

中国现场娱乐
未来趋势展望

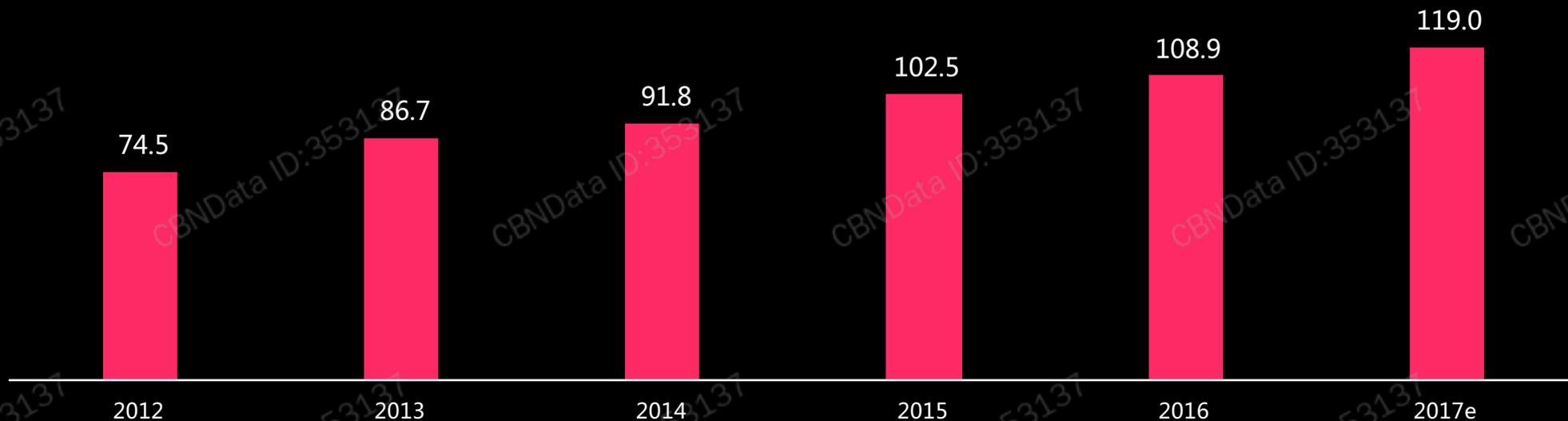
01

中国现场娱乐 行业发展概览

中国现场娱乐消费发展保持逐年增长趋势

- 现场娱乐消费市场发展良好，已成消费者业余生活的一大重要娱乐方式；
- 文化演艺类消费规模逐年增长，过去五年复合增长率达**10%**，预计2017年文化演艺类消费规模将达**119亿元**。

2012-2017 现场娱乐文化演艺类票房规模（亿元）



数据来源：中国演出行业协会（此数据为专业剧场、演唱会、音乐节的票房总和），CBNData分析

文化演艺类消费划分—— 市场整体发展态势良好，戏剧类和演唱会类票房占比高

CBNData ×
第一财经商业数据中心



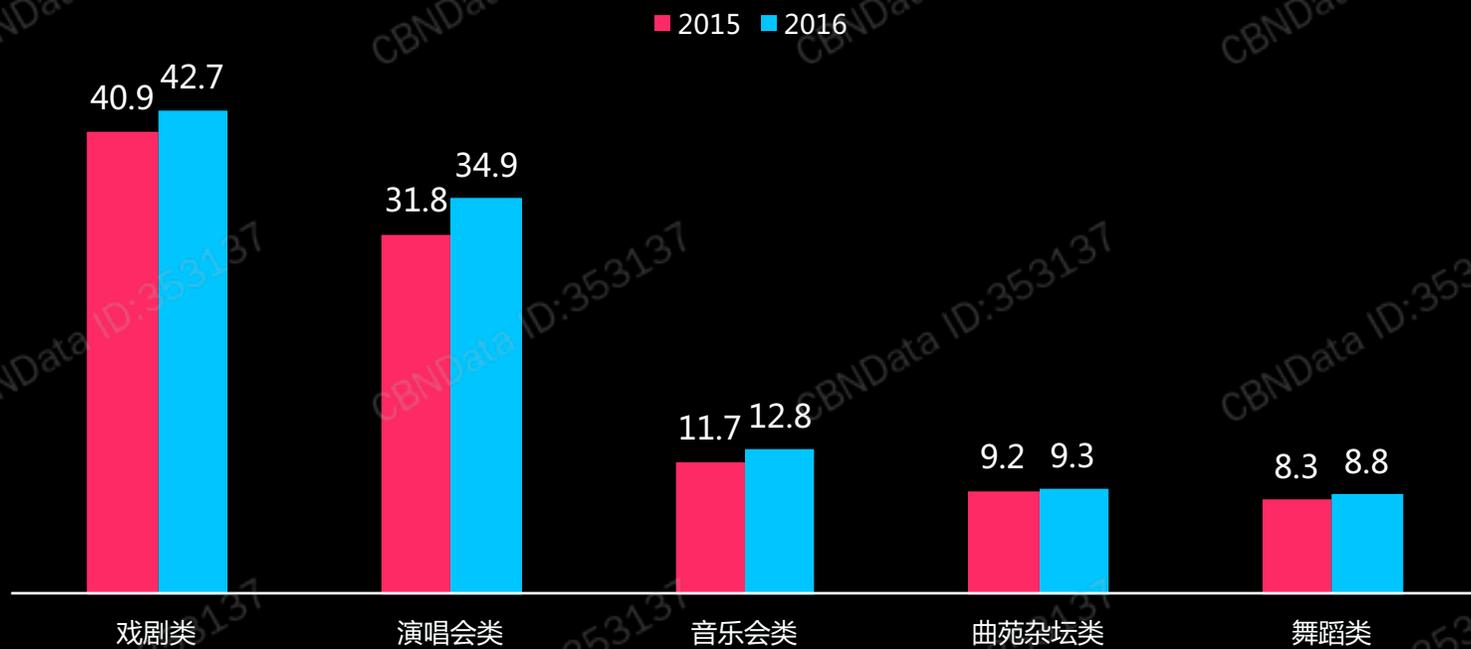
大麦 ×
去现场 为所爱



中国演出行业协会
China Association of Performing Arts

- 文化演艺类各品类票房均在同比增长，发展势头良好；
- 其中，戏剧类和演唱会类票房收入在文化演艺类占比六成以上。

2015-2016 文化演艺类票房收入对比（亿元）



数据来源：中国演出行业协会

文化演艺类与体育赛事类平均票价均较为稳定，
并伴有小幅提升

CBNData ×
第一财经商业数据中心

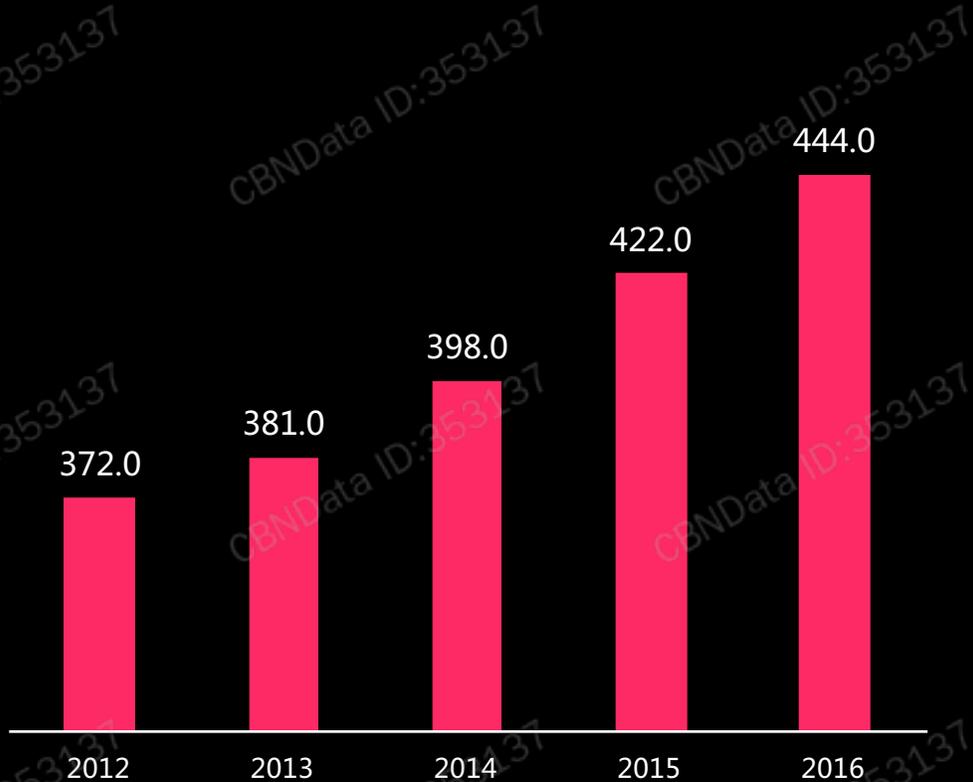


大麦 ×
去现场 为所爱



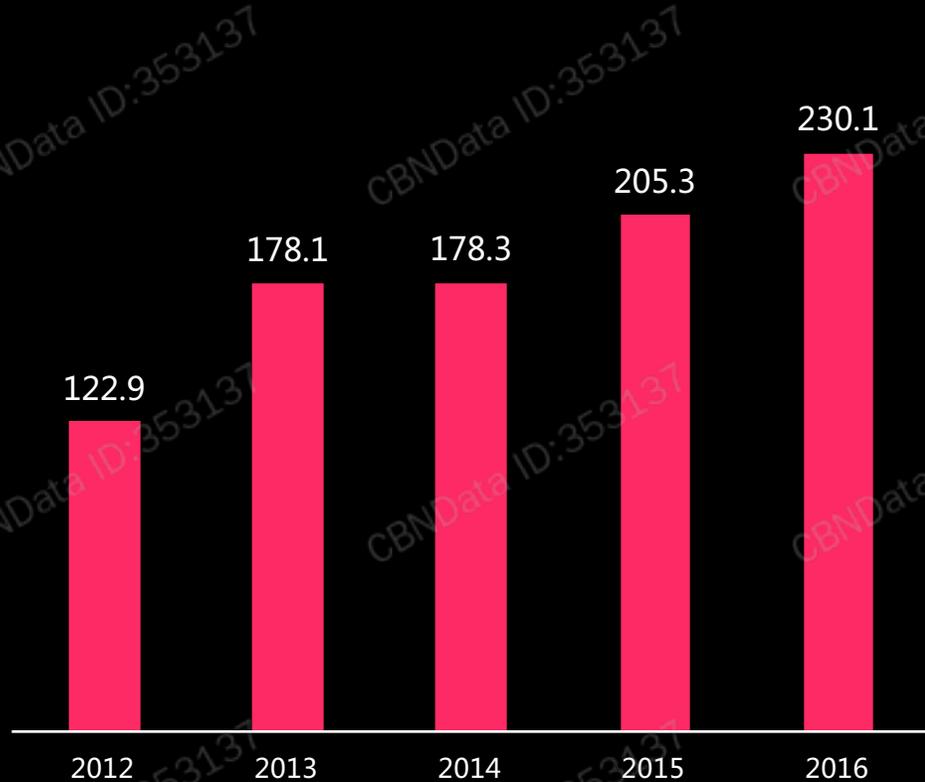
中国演出行业协会
China Association of Performing Arts

2012-2016 文化演艺类平均票价（元）



数据来源：大麦

2012-2016 体育赛事类平均票价（元）



数据来源：大麦

02

中国现场娱乐 细分市场洞察

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17245

