

# 中国演唱会行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国演唱会行业发展趋势分析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/202402/691714.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

### 1、演唱会概述

演出指演出单位或个人在特定的时间特定的环境下所举办的文艺表演活动，把戏曲、舞蹈、曲艺、杂技等才艺在观众面前表演出来，主要包括了演唱会、儿童剧、音乐剧、戏曲、舞蹈、音乐会和话剧等类型。其中演唱会是一种具有艺术属性的商业演出，通常以音乐表演为主要内容，歌手或乐队作为主体，具有一定规模的、在观众面前进行的现场演出。

资料来源：观研天下整理

### 2、演出经济供需旺盛

自2023年以来，全国各地文化和旅游行政部门恢复对涉港澳台营业性演出的受理和审批。例如，2023年7月31日，国家发展改革委发布了《关于恢复和扩大消费的措施》20条，其中第六、第七条明确指出，“丰富文旅消费，促进文娱体育会展消费”。

我国及部分省市演唱会行业相关政策	层级	发布时间	发布部门	政策名称	主要内容
国家级	2021年9月	文化和旅游部	关于进一步加强政策宣传落实支持文化和旅游企业发展的通知	支持文化和旅游企业发展线上演播、沉浸式体验、交互体验等新型业态。	国家级
国家级	2022年4月	文化和旅游部、教育部	关于促进新时代文化艺术职业教育高质量发展的指导意见	对接文化与旅游、信息技术、公共服务等领域融合发展催生的旅游演艺、艺术设计、文艺策划、文化创意、数字文化、文化传播、线上演播等相关新业态及新职业，覆盖文化艺术各个领域，增加人才培养针对性。	国家级
国家级	2023年7月	国务院办公厅	国务院办公厅转发国家发展改革委关于恢复和扩大消费措施的通知	促进文娱体育会展消费，加快审批等工作进度，持续投放优秀电影作品和文艺演出。优化审批流程，加强安全监管和服务保障，增加戏剧节、音乐节、艺术节、动漫节、演唱会等大型活动供给。	国家级
国家级	2023年9月	国务院办公厅	关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施	推进文化和旅游深度融合，引导戏剧节、音乐节、艺术节、动漫节、演唱会、艺术展览、文旅展会等业态健康发展，丰富“音乐+旅游”、“演出+旅游”、“展览+旅游”、“赛事+旅游”等业态。	国家级
省级	2022年6月	上海市	上海市数字经济发展“十四五”规划	发展人机交互技术，加快智能人机交互、虚拟数字人等核心技术攻关，开展XR（扩展现实）、脑机接口等更具沉浸式体验的终端技术研制，鼓励打造更加丰富多元内容场景新平台，培育虚拟演唱会、虚拟偶像、虚拟体育等数字娱乐消费新业态。	省级
省级	2023年6月	天津市	天津市加快建设国际消费中心城市行动方案（2023—2027年）	引育具有国内外高流量、高话题度的品牌活动，举办电影节、设计周、时装秀、音乐节、演唱会和知名IP的艺术展、主题展、巡回展。	省级
省级	2023年8月	湖南省	湖南省恢复和扩大消费的若干政策措施	促进文娱体育会展消费，加快审批进度，优化审批流程，强化安全监管和服务保障，争取大型戏剧节、音乐节、艺术节、动漫节、演唱会等演出活动落地湖南。	省级
省级	2023年9月				省级

吉林省 关于促进消费的若干措施  
对文娱活动给予资金奖励，推动演出活动进商圈、进景区。 优化审批流程，加强安全监管和服务保障，增加电影节、戏剧节、音乐节、艺术节、动漫节、电音节、演唱会等大型文娱活动供给。 省级 2023年9月 云南省 关于恢复和扩大消费的若干措施  
优化演出审批程序，积极引进群众喜闻乐见的演唱会、文艺精品活动。

资料来源：观研天下整理

政策的相继出台带动演唱会市场迅速回暖，各大演唱会也在今年陆续涌现。例如，周杰伦天津站演唱会的两张连座票被黄牛叫价高达15万的消息；2023年上海市共举办营业性演出45030场，观众约2477.9万人次，票房收入约32.2亿元，同比2019年分别增长15.6%、43.9%和61.5%，其中演唱会、音乐节等大型营业性演出共计118个项目194场，项目数和总场次超过2019年60%以上。根据中国演出行业协会的数据显示，2023年前三季度，国内的演出场次达到34.24万场，票房收入315.41亿元，均已远远超过2019年全年的水平。

数据来源：观研天下整理

2023年我国部分演唱会汇总情况

时间

演唱会

2023.03.21

周杰伦“2023嘉年华世界巡回演唱会香港站”

门票预售，7场共14万张门票在一秒钟内就被一扫而光

2023.03.30

张信哲“未来式2.0世界巡回演唱会”的门票在开售几分钟内就全部售空

2023.05.09

五月天北京演唱会开售,5秒之内，6场近30万张门票全部售罄。粉丝因此质疑主办方与黄牛勾结

2023.06.23

鹿晗2023 DAY演唱会-北京站连续两天演出,演出到场超3万人

2023.07-08

7月中旬至8月中旬举行的鹿晗、任贤齐、许巍等艺人的演唱会门票均售罄。一票难求成为当下演唱会的常态

2023.09.15-17

3天内就有李荣浩、戴佩妮、汪苏泷等共6组歌手在上海的不同场馆举行专场演唱会

2023.11.12

上海是五月天2023年巡演的第12站。五月天在被称为“八万人体育场”的上海体育场举办8场演唱会

2023.11.19

陈奕迅在上海梅赛德斯-奔驰文化中心举办6场演唱会，开启了Fear and Dreams世界巡回演唱会在中国内地的巡演

资料来源：观研天下整理

除了上述政策推动外，疫情使得大部分演唱会延期或取消，艺人面临着大量还债式商演局面，人们对演出需求急剧增长。在灯塔统计的120.38亿元演出销售总票房中，音乐类（演唱会为主）独占九成以上，票房达到90.55亿元；而其他类型（中小型演出）的演出票房贡献则十分有限。

数据来源：观研天下整理

3、演唱会被称为“行走的GDP”，拉动城市消费增长，非一线城市待挖掘

而演出带来巨大客流也产生溢出效应。演唱会作为文化消费形式之一，不仅为城市创造可观的门票收入，还能产生的衣食住行、旅游、购物、娱乐等十几个行业的消费。因此，演唱会被称为“行走的GDP”，拉动城市消费增长。例如，2023年8月6日，TFBOYS“十年之约”演唱会在西安奥体中心体育场举办，门票收入3576万元。在本场演出前后，西安住宿线上提前预订量同比大幅增长，8月6日-7日出行总订单量同比增长738%，直接带动4.16亿元的旅游收入。

数据来源：观研天下整理

而演唱会所带来的经济效益，也让非一线城市看到曙光，像呼和浩特、太原和海口等城市加入周杰伦的演唱会巡演名单。根据中国演出行业协会资料，2023年，我国三、四线城市的音乐演出数量有所增加；在地域分布上，西北内陆城市也开始成为线下音乐演出的新选择，其中以新疆乌鲁木齐音乐节为代表。

周杰伦2023演唱会海口站“演艺+旅游”相关举措

资料来源：观研天下整理

4、柱子票、假唱风波等问题相继上演，演唱会行业面临挑战

不过，近几年，柱子票、假唱风波等问题相继上演，演唱会行业面临挑战。2023年，演唱会实施“强实名制”制度，黄牛票变得更加昂贵，这导致退票、代抢、邀请函、隐私泄露等问题涌现。例如，2023年12月初，周杰伦2024年演唱会开启门票预售，其中高额退票费引发市场热议。据大麦等票务平台，周杰伦2024年演唱会福州站门票价格从500元—2000元不等。退票规则中显示，在某时间内“退票将收取订单价格的30%手续费”。

除了票务之外，2023年演唱会还有“柱子票”（现场视线被遮挡的座位）、疑似假唱、临时取消等问题。由此可见，我国演唱会行业在服务与监管方面仍然存在不足，这就需要相关部门或协会实施政策的制定和管理的执行。

## 5、未来演唱会消费市场将趋于冷静，但仍存在着很大的提升空间

在进入2024年之后，各类演唱会也是热度不减，目前各地区部分演唱会一经审批通过，比如截至目前，山西已经有6场演唱会被正式敲定，福建也已审批2024年演唱会15场次。同时不少歌手也官宣了即将在2024年举办的演唱会，比如刘德华在2024年7月至9月，将在上海、广州、北京、南京、杭州、成都、深圳、重庆等城市举行演唱会。同时，林俊杰也官宣了2024年上半年即将举办的演唱会，在成都、杭州、福州、天津、深圳、济南、苏州、郑州、贵阳、哈尔滨举行。

2024年部分歌手在国内即将举行的演唱会 歌手 演唱会情况 刘德华 2024年7月至9月，将在上海、广州、北京、南京、杭州、成都、深圳、重庆等城市举行演唱会。 林俊杰 官宣了2024年上半年即将举办的演唱会，在成都、杭州、福州、天津、深圳、济南、苏州、郑州、贵阳、哈尔滨举行。

2024年将在深圳、泉州、天津、太原，合肥、长沙等城市举行演唱会。

2024年5月1日至3日，2024任贤齐太原演唱会将在山西体育中心体育馆举行。

2024年将在杭州、福州、长沙等城市举行演唱会。

资料来源：公开资料、观研天下整理

整体来看，目前，我国演唱会消费主要为存量的集中释放，演艺经济出现“报复性”反弹，演出经济迎爆发窗口期，未来行业消费将趋于冷静。但是，随着观众观演需求上升、前期积压演出项目集中释放以及政府对文化演出产业支持力度不断加大，我国演唱会行业仍然存在着很大的提升空间。（WYD、XD）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国演唱会行业发展趋势分析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年中国演唱会行业发展概述

## 第一节 演唱会行业发展情况概述

- 一、演唱会行业相关定义
- 二、演唱会特点分析
- 三、演唱会行业基本情况介绍
- 四、演唱会行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售/服务模式
- 五、演唱会行业需求主体分析

## 第二节 中国演唱会行业生命周期分析

- 一、演唱会行业生命周期理论概述
- 二、演唱会行业所属的生命周期分析

## 第三节 演唱会行业经济指标分析

- 一、演唱会行业的赢利性分析
- 二、演唱会行业的经济周期分析
- 三、演唱会行业附加值的提升空间分析

## 第二章 2019-2023年全球演唱会行业市场发展现状分析

### 第一节 全球演唱会行业发展历程回顾

### 第二节 全球演唱会行业市场规模与区域分布情况

### 第三节 亚洲演唱会行业地区市场分析

- 一、亚洲演唱会行业市场现状分析
- 二、亚洲演唱会行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲演唱会行业市场前景分析

### 第四节 北美演唱会行业地区市场分析

- 一、北美演唱会行业市场现状分析
- 二、北美演唱会行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美演唱会行业市场前景分析

### 第五节 欧洲演唱会行业地区市场分析

- 一、欧洲演唱会行业市场现状分析
- 二、欧洲演唱会行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲演唱会行业市场前景分析

### 第六节 2024-2031年世界演唱会行业分布走势预测

### 第七节 2024-2031年全球演唱会行业市场规模预测

### 第三章 中国演唱会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演唱会行业的影响分析

#### 第三节中国演唱会行业政策环境分析

##### 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

#### 第四节政策环境对演唱会行业的影响分析

#### 第五节中国演唱会行业产业社会环境分析

### 第四章 中国演唱会行业运行情况

#### 第一节中国演唱会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

#### 第二节中国演唱会行业市场规模分析

##### 一、影响中国演唱会行业市场规模的因素

##### 二、中国演唱会行业市场规模

##### 三、中国演唱会行业市场规模解析

#### 第三节中国演唱会行业供应情况分析

##### 一、中国演唱会行业供应规模

##### 二、中国演唱会行业供应特点

#### 第四节中国演唱会行业需求情况分析

##### 一、中国演唱会行业需求规模

##### 二、中国演唱会行业需求特点

#### 第五节中国演唱会行业供需平衡分析

### 第五章 中国演唱会行业产业链和细分市场分析

#### 第一节中国演唱会行业产业链综述

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、产业链运行机制

##### 三、演唱会行业产业链图解

#### 第二节中国演唱会行业产业链环节分析

##### 一、上游产业发展现状

##### 二、上游产业对演唱会行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对演唱会行业的影响分析

第三节我国演唱会行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国演唱会行业市场竞争分析

第一节中国演唱会行业竞争现状分析

一、中国演唱会行业竞争格局分析

二、中国演唱会行业主要品牌分析

第二节中国演唱会行业集中度分析

一、中国演唱会行业市场集中度影响因素分析

二、中国演唱会行业市场集中度分析

第三节中国演唱会行业竞争特征分析

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年中国演唱会行业模型分析

第一节中国演唱会行业竞争结构分析（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

第二节中国演唱会行业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、中国演唱会行业SWOT分析结论

第三节中国演唱会行业竞争环境分析（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年中国演唱会行业需求特点与动态分析

### 第一节中国演唱会行业市场动态情况

### 第二节中国演唱会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

### 第三节演唱会行业成本结构分析

### 第四节演唱会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

### 第五节中国演唱会行业价格现状分析

### 第六节中国演唱会行业平均价格走势预测

- 一、中国演唱会行业平均价格趋势分析
- 二、中国演唱会行业平均价格变动的影响因素

## 第九章 中国演唱会行业所属行业运行数据监测

### 第一节中国演唱会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

### 第二节中国演唱会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

### 第三节中国演唱会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年中国演唱会行业区域市场现状分析

### 第一节 中国演唱会行业区域市场规模分析

- 一、影响演唱会行业区域市场分布的因素
- 二、中国演唱会行业区域市场分布

### 第二节 中国华东地区演唱会行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区演唱会行业市场分析
  - (1) 华东地区演唱会行业市场规模
  - (2) 华南地区演唱会行业市场现状
  - (3) 华东地区演唱会行业市场规模预测

### 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、华中地区演唱会行业市场分析
  - (1) 华中地区演唱会行业市场规模
  - (2) 华中地区演唱会行业市场现状
  - (3) 华中地区演唱会行业市场规模预测

### 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、华南地区演唱会行业市场分析
  - (1) 华南地区演唱会行业市场规模
  - (2) 华南地区演唱会行业市场现状
  - (3) 华南地区演唱会行业市场规模预测

### 第五节 华北地区演唱会行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区演唱会行业市场分析
  - (1) 华北地区演唱会行业市场规模

(2) 华北地区演唱会行业市场现状

(3) 华北地区演唱会行业市场规模预测

## 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、东北地区演唱会行业市场分析

(1) 东北地区演唱会行业市场规模

(2) 东北地区演唱会行业市场现状

(3) 东北地区演唱会行业市场规模预测

## 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、西南地区演唱会行业市场分析

(1) 西南地区演唱会行业市场规模

(2) 西南地区演唱会行业市场现状

(3) 西南地区演唱会行业市场规模预测

## 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、西北地区演唱会行业市场分析

(1) 西北地区演唱会行业市场规模

(2) 西北地区演唱会行业市场现状

(3) 西北地区演唱会行业市场规模预测

## 第十一章 演唱会行业企业分析（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年中国演唱会行业发展前景分析与预测

### 第一节中国演唱会行业未来发展前景分析

- 一、演唱会行业国内投资环境分析
- 二、中国演唱会行业市场机会分析
- 三、中国演唱会行业投资增速预测

### 第二节中国演唱会行业未来发展趋势预测

#### 第三节中国演唱会行业规模发展预测

- 一、中国演唱会行业市场规模预测
- 二、中国演唱会行业市场规模增速预测
- 三、中国演唱会行业产值规模预测
- 四、中国演唱会行业产值增速预测
- 五、中国演唱会行业供需情况预测

#### 第四节中国演唱会行业盈利走势预测

## 第十三章 2024-2031年中国演唱会行业进入壁垒与投资风险分析

### 第一节中国演唱会行业进入壁垒分析

- 一、演唱会行业资金壁垒分析
- 二、演唱会行业技术壁垒分析
- 三、演唱会行业人才壁垒分析
- 四、演唱会行业品牌壁垒分析
- 五、演唱会行业其他壁垒分析

### 第二节演唱会行业风险分析

- 一、演唱会行业宏观环境风险
- 二、演唱会行业技术风险

三、演唱会行业竞争风险

四、演唱会行业其他风险

第三节中国演唱会行业存在的问题

第四节中国演唱会行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国演唱会行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国演唱会行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国演唱会行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节演唱会行业营销策略分析

一、演唱会行业产品策略

二、演唱会行业定价策略

三、演唱会行业渠道策略

四、演唱会行业促销策略

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/202402/691714.html>