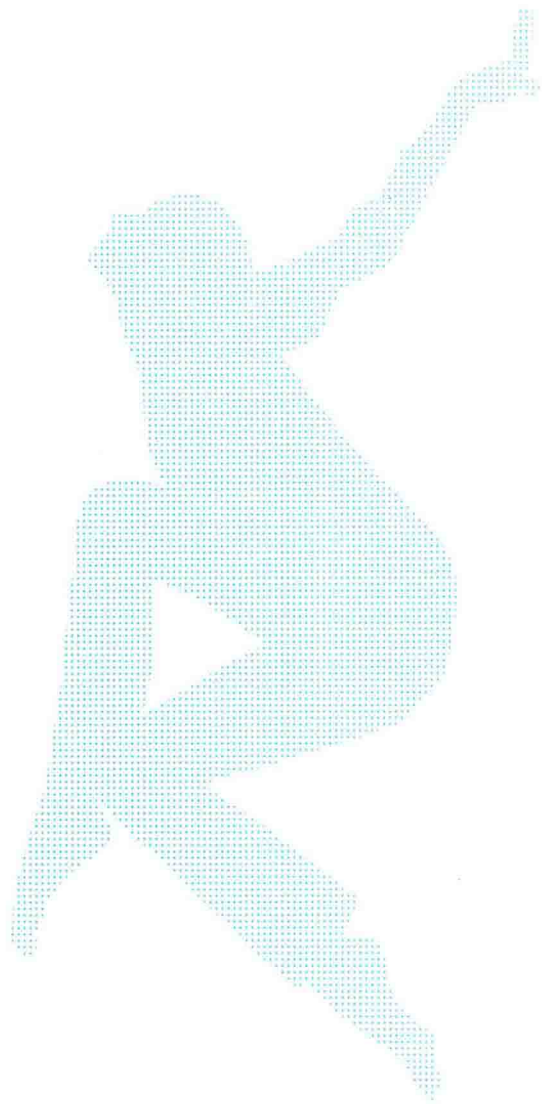


2015—2016年度

张朝霞 主编

中国舞蹈创意产业发展报告



中国城市出版社
CHINA CITY PRESS

2015—2016年度

张朝霞 主编

中国舞蹈创意产业发展报告



常州大学图书馆
藏书章

中国城市出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国舞蹈创意产业发展报告 (2015-2016 年度)/张朝霞主编. —北京:中国城市出版社, 2018. 3
ISBN 978-7-5074-3131-5

I. ①中… II. ①张… III. ①舞蹈-文化产业-研究报告-中国-2015-2016 IV. ①J72

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 039992 号

责任编辑:宋 凯 朱晓瑜

责任校对:王 瑞

中国舞蹈创意产业发展报告 (2015—2016 年度)

张朝霞 主编

*

中国城市出版社出版、发行 (北京海淀三里河路 9 号)

各地新华书店、建筑书店经销

北京科地亚盟排版公司制版

北京圣夫亚美印刷有限公司印刷

*

开本: 787×1092 毫米 1/16 印张: 16 字数: 229 千字

2018 年 5 月第一版 2018 年 5 月第一次印刷

定价: 50.00 元

ISBN 978-7-5074-3131-5

(904094)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

前言 |

《中国舞蹈创意产业发展报告（2015—2016 年度）》旨在以北京市舞蹈行业为代表兼顾其他省市地区舞蹈行业，勾勒在国家相关文化及教育政策推动下的中国舞蹈创意产业年度发展现状与趋势，描述相关政策的发展轨迹及其实施绩效，详尽分析通过一级、二级数据采集所获取的中国舞蹈文化创意产业发展资料，并借助国际通行的项目绩效评估模型评估该行业可持续发展的可能性及可行性，为中国舞蹈创意产业的整体优化发展提供一定的决策依据和行业参考。

为兼顾本报告内容的严谨性、系统性与生动性，本书采用量化研究和质性研究相结合的方法，并辅之以经典案例分析和实践研究总结等内容。

上篇为综述，主要系统描述本年度中国舞蹈创意产业的整体发展状况，并进行总体描述与评价。

中篇为实体行业分析，按照现有的舞蹈创意产业已有类型，分为个体创造性舞蹈创意产业、主流舞蹈创意产业、相关舞蹈产业等三个类型进行系统分析。首先，围绕主流舞蹈创意和相关舞蹈产业，力图从统计数据入手，对旅游演艺、剧场舞蹈、舞蹈培训、舞蹈服装等经营性舞蹈创意产业或相关产业进行经济规模和人力资源等方面的分析，探讨舞蹈产业经营效益的影响因素，并对未来扩大经营和稳定经营进行对策分析。其次，对于经济效益和直接产值并不高的个体创造性舞蹈创意产业和舞蹈科技应用及

社会服务类小微舞蹈企业，本报告也将设立单独的篇章进行分析。这一部分内容主要采用案例分析和实践研究相结合的方式，对于创意含金量高但直接经济效益不足甚或需要支持的舞蹈创意产业进行针对性的对策分析，以深入探讨具有成熟企业家精神或商业模式的舞蹈创意产业在经营管理与营收发展等方面的对策和成效，其中包含品牌形象、社会效益、经济效益、创新概念、团队成长、创造性经营策略等。最后，围绕不同类型舞蹈创意产业在行业布局、区域布局等方面所处的实际状况，进行SWOT分析，并对中国舞蹈创意产业的发展规划、实施绩效和未来趋势进行分析。

下篇为专题篇，主要围绕“一带一路”、素质教育、新技术应用等时代议题下，中国舞蹈创意产业所面临的机遇与挑战进行专题分析。该篇需要从过去一年中国文化产业发展的总体状况和舞蹈创意产业的特殊状况进行绩效评估、对比分析，并提炼成功个案，为日后可持续发展提供借鉴。

本书报告的最终目标是提出未来中国舞蹈创意产业发展所需增加的统计项目数据与规划方向等。

目 录

上 篇

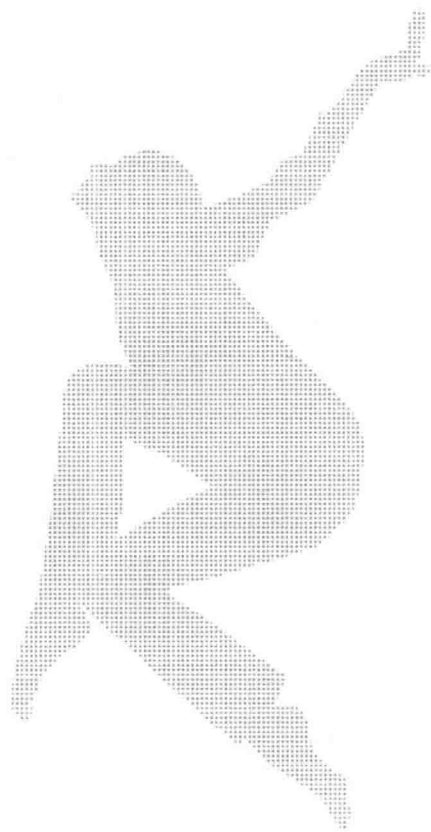
第一章 中国舞蹈创意产业发展概况	3
一、中国舞蹈产业基本数据	3
二、中国舞蹈演出剧目及活动盘点	26
第二章 个体创意类舞蹈产业发展现状与趋势	45
一、产业范畴	45
二、产业数据分析	46
三、产业发展现状及趋势	46
第三章 个体创意类舞蹈行业案例研究分析	51
一、北京 9 当代舞团	51
二、北京雷动天下现代舞团	58
三、北京当代芭蕾舞团	61
四、万玛尖措舞团	62
第四章 剧场展演类舞蹈产业发展现状与趋势	70
一、产业范畴	70
二、产业数据分析	72
三、产业发展现状及趋势	75

第五章 剧场展演类舞蹈行业案例研究分析	78
一、中央芭蕾舞团年度展演项目案例分析	78
二、国家大剧院年度舞蹈项目案例分析	82
三、天桥艺术中心年度舞蹈项目案例分析	86
四、北京舞蹈学院舞蹈剧场年度舞蹈项目案例分析	91
五、云南杨丽萍文化传播股份有限公司	96
第六章 旅游演艺类舞蹈产业发展现状与趋势	99
一、旅游演艺概念与基本分类	99
二、狭义舞蹈产业	101
三、产业数据分析	102
四、产业发展现状及趋势	105
第七章 旅游演艺类产业案例研究分析	108
一、王潮歌“又见”系列演艺项目案例分析	108
二、旅游演艺产业发展趋势	120
三、旅游演艺产业成功的意义	124
第八章 教育培训类舞蹈产业发展现状与趋势	126
一、产业范畴	126
二、产业数据分析	127
三、中国艺术培训行业发展机会与风险优劣势研究	132
四、中国艺术培训行业前景预测	135
五、艺术培训机构战略规划建议	137
第九章 教育培训类舞蹈产业案例研究分析	139
一、北京舞研艺考案例分析	139
二、北京当兔创意舞蹈教育机构案例	141
三、北京舞蹈学院素质教育舞蹈案例	148
四、彩虹舞蹈教室舞蹈项目案例	153

下 篇

第十章 年度舞蹈行业重要发展议题分析	165
一、“一带一路”发展议题	165
二、“一带一路”中华文艺复兴艺术成果	173
三、素质教育相关议题	178
四、素质教育面临的问题	183
五、新技术应用议题	186
第十一章 中国舞蹈创意产业可持续发展模式探究	196
一、相关政策梳理	198
二、舞蹈创意产业现状	206
三、舞蹈艺术走向产业化的途径	213
四、舞蹈创意产业的案例——以上海城市舞蹈有限公司为例	214
五、对舞蹈创意产业发展的建议	217
附录 广源大厦“魏公村舞蹈文化创意特色聚合区”	224

上 篇



中国舞蹈创意产业发展概况

一、中国舞蹈产业基本数据

(一) 2015~2016 年北京市演出市场统计分析

北京演出行业协会对全市 135 家主要从事营业性演出场所进行了演出市场状况统计及各类专业数据统计资料,并参考相关票务公司、演出机构提供的部分演出市场信息,结果显示演出整体持平稳增长态势,其中,舞蹈演出火热,发展迅猛,舞蹈观众大幅增加。

初步数据得出:2015 年北京市各类营业性演出场次共计 24238 场;观众人数共计 1035.63 万人次;演出票房收入共计 15.49 亿元。

1. 北京演出市场总体数据情况

2015 年演出市场保持平稳增长,票房收入达 15.49 亿元。

营业性演出场次 24238 场,与 2014 年基本持平。根据统计,截止到 2015 年 12 月 31 日,北京 135 家演出场所共举办营业性演出 24238 场,比 2014 年同期 24595 场下滑了 1.45%。大型体育场馆和驻场场馆的演出场次减少了近 1500 场,但是大中型剧场和小型专业剧场的演出场次均呈增长趋

势，演出场次总体持平。

2015年营业性演出观众总人数达1035.63万人次，比2014年同期(1012.6万人次)增加2.27%。其中，舞蹈类观众48万人；戏剧类观众452万人；音乐类观众244万人；其他类观众292万人。总的来说，芭蕾舞、音乐剧、京剧等演出观众数量增长显著。2015年北京演出市场整体票房15.49亿元，专业剧场均有增长。其中国家大剧院、保利剧院等综合性多功能演出场所19个，演出收入5.09亿元，占全年演出总收入的23%，比2014年同期增加7200万元；长安大戏院、中山音乐堂、中国木偶剧院等26个以戏剧、音乐、儿童剧为主的专业演出剧场演出收入2.58亿元，占全年总收入的16.7%，比2014年同期增长3600万元；国家体育场、工人体育场、人民大会堂等9个大型体育场馆的演出收入4.65亿元，占全年演出收入的30%，比2014年同期下降8900万元；红剧场、朝阳剧场、梨园剧场等12个以旅游演出为主的剧场，演出收入1.73亿元，占全年总收入的11.2%，比2014年减少600万元；其他剧场及各类小剧场69个，演出收入1.44亿元，占全年演出收入的9.3%。

各类演出平均票价及上座率为：交响乐、室内乐、民族音乐类演出平均票价197元，平均上座率74.9%；各类演唱会演出平均票价452元，平均上座率78.6%；音乐剧类演出平均票价434元，平均上座率74.95%；歌舞类演出平均票价214元，平均上座率74.73%；京剧类演出平均票价123元，平均上座率69.6%；话剧类演出平均票价159元，平均上座率72.6%；地方戏类演出平均票价101元，平均上座率66.6%；曲艺类演出平均票价110元，平均上座率60.4%；儿童剧类演出平均票价83元，平均上座率67%。总体来看，2015年的平均票价有所下降，原因有：各演出单位降低成本、降低票价，也与政府继续增加文化演出的“惠民”政策、加大补贴力度、扩大补贴范围有关。据了解，北京市文化主管部门2015年共投入2200万元，补贴31个剧场，使100元以下的低票价达到了剧院座位数的30%。

总的来说,舞蹈、话剧、音乐剧等演出票房收入同比均增长 1000 万元以上,成为推动票房增长的重要动力。

2. 演出团体情况

全年各地区团体演出表现活跃,国外团体在京市场显著增长。

国内团体在京的演出场次略下降,但观众数量和票房收入平稳增长。据统计,2015 年国内艺术团体及个人(含外省市)在京演出了 23238 场,比 2014 年同期的 23773 场下降了 2.3%;观众数量达 890 万人次,比 2014 年同期 863 万人次增长了 3.2%;票房收入为 10.4 亿元,比 2014 年同期 10.1 亿元增长了 3%。

国外团体来京演出活跃度显著提升,场次和票房增幅均在 20%以上。国际文化交流活动表现活跃,国外优秀剧目纷纷来京演出,带动了国外团体在京的市场增长。2015 年,国外艺术团体及个人在京演出了 870 场,比 2014 年同期 700 场增长了 24.3%;观众数量为 115 万人次,比 2014 年同期 109 万人次增长了 5.3%;票房收入达 3.95 亿元,比 2014 年同期 3.24 亿元增长了 22.1%。其中,国外戏剧类演出场次由 2014 年的 220 场增至 362 场,票房由 2014 年的 2467 万元增至 7757 万元。

港澳台歌手在京大型演唱会减少,导致观众数量和票房收入出现大幅下滑。港澳台地区来京演出主要以戏剧和演唱会为主,2015 年,港澳台地区艺术团体及个人在京演出了 130 场,比 2014 年同期 122 场增长了 6.6%;观众数量为 31 万人次,比 2014 年同期 41 万人次下降 25%;票房收入为 1.1 亿元,比 2014 年同期 1.6 亿元下降 30.8%。港台明星歌手在万人体育场馆举办的演唱会场次由 2014 年的 24 场减少到 2015 年的 14 场,成为港澳台地区演出观众和票房在北京演出市场下滑的重要原因。

3. 演出类型细分情况

2015 年,舞蹈、话剧、音乐剧等市场保持增长,演唱会、相声、杂技

等市场出现大幅下滑。

从演出场次上看,音乐类、舞蹈类演出场次增长较快,戏剧类演出场次变化不大。戏剧类演出13502场,较2014年变化幅度小。话剧、儿童剧演出均超过4000场,京剧和地方戏曲演出也在千场以上。音乐类演出1742场,比2014年1580场增长10.3%,其中,音乐会演出1347场,占比最大。舞蹈类演出477场,比2014年的374场增长27.5%。曲艺、综艺等其他类演出场次为8107场,比2014年的9280场减少12.6%,其中相声、杂技魔术演出与2014年相比均有不同程度下滑。

从观众人数上看,舞蹈类、戏剧类观众增长较快,而音乐类演出观众出现下降。2015年戏剧类演出观众数为452万人次,比2014年423万人次增长6.8%;儿童剧观众为141万人次,比2014年增长6.6%;音乐剧观众为47万人次,比2014年29万人次增长61.3%。舞蹈类演出观众总数为48万人次,比2014年的36万人次增长32.7%。音乐类演出观众总数为244万人次,比2014年的248万人次减少1.6%,万人场馆演唱会减少直接影响音乐类演出观众数量下降。此外,相声曲艺、杂技魔术、综艺晚会的观众人数也出现不同程度的下滑。

从票房收入上看,舞蹈类、戏剧类、演出票房收入快速增长,音乐类演出票房继续下滑。其中,音乐剧演出票房收入为1.2亿元,较2014年上涨227%,音乐剧《剧院魅影》贡献超过6000万元的票房。音乐类演出票房为6.4亿元,比2014年的6.6亿元减少3%,继2014年下滑之后再次出现下滑,其中,演唱会票房为4.1亿元,比2014年的4.6亿元减少10.6%(图1-1)。

4. 演出场馆情况

场馆资源更加丰富,活跃度略微下降。2015年,演出场馆资源更加丰富,每个场馆平均年演出为179场。2015年北京新增加了天桥艺术中心4个场馆、博纳星辉剧院等专业演出场馆,丰富了北京的资源。135家场馆

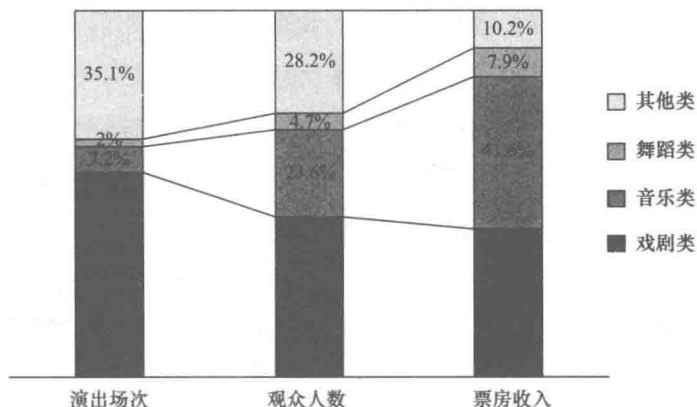


图 1-1 2015 年北京市各个演出类型占比对比情况

共演出 24238 场，每个场馆平均年演出 179 场，与 2014 年年均演出 189 场相比，有所下降。其中新增场馆均于下半年才开始营业，演出场次较少。另外，天地剧场、红剧场、德云三里屯剧场、广茗阁茶楼、海淀工人文化宫、朝阳 9 剧场等场馆演出与 2014 年相比均减少了 70 场以上。

根据统计，2015 年演出超过 100 场的场馆达 65 家，与 2014 年相比，减少了 7 家。其中演出超过 300 场的场馆为 30 家，包括中国木偶剧院、朝阳剧场、海淀剧院等；演出场次在 200~300 场的演出场馆共 16 家，包括国家大剧院的三个厅、梅兰芳大剧院、首都剧场、保利剧院、小柯剧场等；演出场次在 100~200 场的演出场馆共有 19 家，包括天桥剧场、民族宫大剧院、北京喜剧院、解放军歌剧院、鼓楼西剧场等。

(二) 2015~2016 年北京市演出市场特点及舞蹈演出特点分析

2015~2016 年北京演出市场逐渐转型，向理性化、市场化发展。

1. 原创舞台剧持续发力，国外精品剧目刺激市场

2015 年，戏剧市场更加理性，内容更加多元。国家话剧院推出了《中

华士兵》《北京法源寺》等多部剧目，北京人艺也推出了《故园》《司马迁》等原创作品；同时《聂小倩和宁采臣》《丽南山的美人》《贵妇还乡》《女仆》《老舍五则》等多类型剧目也全新上演，精良的制作、丰富的内容、创新的形式，吸引着一批批观众走进剧场。此外，众多国外优质剧目也纷纷来京演出，带给中国观众从猎奇、追捧到日益冷静、理性地看待的审美提高过程。NTlive 中英文化交流年项目，通过“英国国家剧院现场”的高清影像技术，让中国观众第一时间看到了《女王召见》《天窗》《深夜小狗离奇事件》《哈雷特》等 10 部大戏的样子；波兰剧院的《伐木》、日本戏剧大师铃木忠志在长城水剧场上演的《酒神狄俄尼索斯》、以色列盖谢尔剧院带来的《乡村》都让观众看到当今世界戏剧舞台的顶尖之作；此外，天桥艺术中心落成后，以韦伯经典原版音乐剧《剧院魅影》作为开幕演出，也让北京观众享受了一场场视听盛宴。

2. 北京演出市场向细分化发展，演出、场馆等定位不断清晰

2015 年，越来越多的港澳台及国外歌手、乐队选择到北展剧场、保利剧院、国图艺术中心、汇源空间等千人剧场举办演唱会。其中，港澳台歌手及乐队千人演唱会场次由 2014 年 5 场增长至 2015 年 13 场，歌手包括周传雄、陶喆、陈嘉桦、吴克群等；外国歌手及乐队千人演唱会场次由 2014 年 22 场增长至 2015 年 47 场，其中以韩国男团及流行歌手所占比例最高，此外，美国、日本、瑞典、马来西亚、新加坡等国家的乐队及歌手也纷纷来京举办千人剧场演唱会。同时，歌手及乐队音乐风格的细分趋势也更加明显，风格突出的爵士乐、民谣民族音乐、金属摇滚乐等乐队和歌手开始占据一定演出市场份额。

北京的各大演出场馆定位细分更加突出，在 2015 年新开幕的剧场中体现尤为明显。2015 年 3 月，由北京市青年宫和北京市演出公司共同改建的北京青年剧场，成为北京首家定位于青年人戏剧、音乐等艺术创作与演出的基地；5 月 26 日，北京市成立了国内首个以“喜剧”为核心定位的专业

剧场,填补了国内专业喜剧院的空白状态;于2015年11月开幕的天桥艺术中心,则定位为以音乐剧演出为主,引进原版音乐剧《剧院魅影》作为开幕大戏,也正是凸显了这一定位。

3. 票务机构布局产业链,正在成为演出市场的强势力量

传统演出票务公司在整个演出产业链中主要承担渠道、营销和技术研发等作用,但由于缺乏上游演出内容资源与下游场馆资源的把握,往往难以形成核心竞争力。因此,近年来各大票务公司纷纷基于对自身互联网票务平台的数据分析、衍生服务开发等优势,开始向演出行业上、下游资源靠拢,或投资舞台剧、参与IP开发,或投资运营剧院、布局线下渠道,使传统票务公司的角色逐渐从“中介”转变到演出市场中的强势力量。

永乐票务、大麦网等较具代表性的票务公司,近年来主办并参与投资多场大型演唱会项目和演艺项目。2015年由永乐演艺投资主办的LINKIN PARK 林肯公园猎捕行动中国巡回演唱会创造了欧美摇滚乐队在中国开展万人体育场级规模巡演的先河。另外,永乐票务在韩国等演艺发达国家设立分公司,抢占优质内容资源,在内容的引进方面占据主导优势。永乐票务还对业务进行重新梳理,加紧布局IP资源挖掘,将由旗下永乐影业、永乐体育、永乐经纪和永乐演艺等公司承担上游内容生产。同时,还将继续发挥平台的优势,拓宽平台价值,对用户数据进行深度挖掘,使内容投资和IP开发更加精准化。

4. 国有院团活力进一步释放,创作与演出更具市场化思维

2015年北京的戏剧市场中,由中国国家话剧院与英国国家剧院合作出品的《战马》中文版成为热点话题。国家话剧院创作演出《战马》中文版的全程,都体现了市场化的观念。在用人机制方面,从演员选拔到最终确定阵容,中文版《战马》采用了从社会公开招聘的方式;在营销方面,第一次提出了“戏剧发行”的概念,与北京一千零一夜文化集团合作,由其