

2016-2022年中国主题公园 行业全景调研及发展前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国主题公园行业全景调研及发展前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/11438227LM.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第1章：中国主题公园行业发展综述

1.1主题公园行业定义

1.1.1主题公园定义

1.1.2主题公园分类

1.1.3主题公园特征

(1) 主题的独特性

(2) 特色的大众化

(3) 效益的广泛性

(4) 参与的体验性

(5) 经营的要求高

1.2主题公园行业发展环境分析

1.2.1主题公园行业政策环境分析

(1) 行业管理体制

(2) 行业相关政策

1.2.2主题公园行业经济环境分析

(1) 宏观经济环境分析

1) 国际宏观经济环境分析

2) 国内宏观经济环境分析

(2) 城市化进程分析

1.2.3主题公园行业消费环境分析

(1) 居民收入水平分析

(2) 居民消费水平分析

(3) 居民旅游消费分析

1) 居民出游率变化

2) 居民人均旅游消费情况

3) 居民出游目的分析

1.2.4主题公园行业社会环境分析

(1) 法定节假日和带薪假期实施

(2) 人口年龄结构

(3) 社会结构

1.2.5 主题公园行业交通环境分析

(1) 铁路投资建设情况

(2) 公路投资建设情况

(3) 机场投资建设情况

(4) 交通行业客货运输情况

1.3 主题公园行业设计分析

1.3.1 主题公园行业规划设计

(1) 设计目标

(2) 设计主体

(3) 设计技能

1.3.2 中国主题公园行业设计步骤

(1) 探询市场化商业运作模式

(2) 设计全新的游憩方式

(3) 树立整合营销传播理念

(4) 加快经营管理人才的培养

(5) 实现多元化的盈利模式

1.3.3 主题公园行业成功开发要素

(1) 准确的主题定位

(2) 恰当的园址选择

(3) 独特的主题创意

(4) 主题文化内涵

(5) 灵活的营销策略

(6) 深度的主题产品开发

第2章：国内外主题公园行业发展状况分析

2.1 国际主题公园行业发展分析

2.1.1 国际主题公园行业发展现状

2.1.2 国际典型主题公园分析

(1) 迪斯尼乐园发展简介

(2) 迪斯尼乐园经营情况

(3) 迪斯尼乐园盈利模式

- (4) 迪斯尼乐园营销管理
- (5) 迪斯尼乐园园区设计
- (6) 迪斯尼乐园全球布局
- (7) 迪斯尼乐园发展动态
- (8) 迪斯尼乐园兴盛原因

2.1.3国际主题公园行业发展前景

2.1.4国际主题公园行业发展经验探讨

- (1) 国际主题公园行业发展经验借鉴
- (2) 国际主题公园发展对中国的启示

2.2中国主题公园行业发展分析

2.2.1旅游行业发展分析

- (1) 旅游人数分析
- (2) 旅游收入规模分析
- (3) 旅游行业发展前景分析
- (4) 旅游行业对本行业的影响

2.2.2主题公园行业发展分析

- (1) 主题公园行业发展阶段分析
- (2) 中国主题公园行业特性分析
- (3) 主题公园行业发展现状分析
- (4) 主题公园行业影响因素分析

2.3中国主题公园行业经营分析

2.3.1主题公园数量规模分析

2.3.2主题公园价格情况分析

- (1) 主题公园价格形成机制
- (2) 主题公园价格现状分析
- (3) 主题公园价格趋向预测

2.3.3主题公园收入规模分析

2.3.4主题公园效益情况分析

- (1) 主题公园经济效益分析
- (2) 主题公园社会效益分析

2.4中国主题公园行业竞争分析

2.4.1主题公园竞争焦点分析

- (1) 空间竞争
- (2) 市场体系
- (3) 主导品牌
- (4) 文化内涵
- (5) 生命周期

2.4.2 主题公园竞争因素分析

- (1) 主题因素分析
- (2) 品牌因素分析
- (3) 创新因素分析
- (4) 高新技术应用因素分析
- (5) 选址因素分析

2.4.3 主题公园竞争对策分析

- (1) 培育核心能力
- (2) 开展文化经营
- (3) 构造顾客矩阵
- (4) 提升品牌形象
- (5) 推进营销创新
- (6) 实施战略管理

2.4.4 主题公园竞争现状分析

2.4.5 中国主题公园核心竞争力分析

- (1) 主题公园评价指标体系
- (2) 部分主题公园比较分析
- (3) 主题公园核心竞争力

2.5 中国主题公园行业重游率分析

2.5.1 主题公园重游率情况分析

2.5.2 主题公园重游率低的原因

2.5.3 主题公园重游率提高策略

2.6 中国主题公园行业存在问题及发展建议

2.6.1 主题公园行业存在问题分析

- (1) 对开发条件缺乏全面分析
- (2) 大部分主题公园主题重复
- (3) 资金实力不足影响后续发展

(4) 门票价格相对过高

2.6.2 主题公园行业发展建议

第3章：中国文化类主题公园运营和典型案例分析

3.1 文化类主题公园发展分析

3.1.1 文化类主题公园发展现状

3.1.2 文化类主题公园分布情况

3.1.3 文化类主题公园发展前景

3.2 文化类主题公园特色分析

3.2.1 文化类主题公园设计要素

3.2.2 文化类主题公园开发形式

3.2.3 文化类主题公园特色分析

3.2.4 文化类主题公园消费群体

3.3 文化类主题公园经营分析

3.3.1 文化类主题公园经营情况

3.3.2 文化类主题公园收费对比

3.4 典型文化类主题公园分析

3.4.1 中国民俗文化村分析

(1) 公园简要介绍

(2) 公园主题特色

(3) 公园投资规模

(4) 公园面积规模

(5) 公园游客规模

(6) 公园收费情况

(7) 公园交通条件

(8) 公园成功因素

3.4.2 杭州宋城分析

(1) 公园简要介绍

(2) 公园主题特色

(3) 公园投资规模

(4) 公园游客规模

(5) 公园收费情况

(6) 公园交通条件

(7) 公园成功因素

第4章：中国游乐类主题公园运营和典型案例分析

4.1 游乐类主题公园发展分析

4.1.1 游乐类主题公园发展现状

4.1.2 游乐类主题公园分布情况

4.1.3 游乐类主题公园发展前景

4.2 游乐类主题公园特色分析

4.2.1 游乐类主题公园设计要素

4.2.2 游乐类主题公园特色分析

4.2.3 游乐类主题公园消费群体

4.2.4 游乐类主题公园重游分析

4.3 游乐类主题公园经营分析

4.3.1 游乐类主题公园经营情况

4.3.2 游乐类主题公园收费对比

4.4 典型游乐类主题公园分析

4.4.1 欢乐谷分析

(1) 公园简要介绍

(2) 公园主题特色

(3) 公园投资规模

(4) 公园面积规模

(5) 公园游客规模

(6) 公园重游率

(7) 公园收费情况

(8) 公园交通条件

(9) 公园成功因素

4.4.2 芜湖方特欢乐世界分析

(1) 公园简要介绍

(2) 公园主题特色

(3) 公园投资规模

(4) 公园面积规模

- (5) 公园游客规模
- (6) 公园收费情况
- (7) 公园交通条件
- (8) 公园成功因素

第5章：中国观光类主题公园运营和典型案例分析

5.1 观光类主题公园发展分析

- 5.1.1 观光类主题公园发展现状
- 5.1.2 观光类主题公园分布情况
- 5.1.3 观光类主题公园发展前景

5.2 观光类主题公园特色分析

- 5.2.1 观光类主题公园设计要素
- 5.2.2 观光类主题公园特色分析
- 5.2.3 观光类主题公园消费群体

5.3 观光类主题公园经营分析

- 5.3.1 观光类主题公园经营情况
- 5.3.2 观光类主题公园收费对比

5.4 典型观光类主题公园分析

5.4.1 东部华侨城分析

- (1) 公园简要介绍
- (2) 公园主题特色
- (3) 公园投资规模
- (4) 公园面积规模
- (5) 公园游客规模
- (6) 公园收费情况
- (7) 公园交通条件
- (8) 公园成功因素

5.4.2 世界之窗分析

- (1) 公园简要介绍
- (2) 公园主题特色
- (3) 公园投资规模
- (4) 公园面积规模

- (5) 公园游客规模
- (6) 公园收费情况
- (7) 公园交通条件
- (8) 公园成功因素

第6章：中国情景模拟类主题公园运营和典型案例分析

6.1情景模拟类主题公园发展分析

- 6.1.1情景模拟类主题公园发展现状
- 6.1.2情景模拟类主题公园分布情况
- 6.1.3情景模拟类主题公园存在问题
- 6.1.4情景模拟类主题公园发展前景

6.2情景模拟类主题公园特色分析

- 6.2.1情景模拟类主题公园设计要素
- 6.2.2情景模拟类主题公园特色分析
- 6.2.3情景模拟类主题公园消费群体

6.3情景模拟类主题公园经营分析

- 6.3.1情景模拟类主题公园经营情况
- 6.3.2情景模拟类主题公园收费对比

6.4典型情景模拟类主题公园分析

6.4.1横店影视城分析

- (1) 公园简要介绍
- (2) 公园主题特色
- (3) 公园投资规模
- (4) 公园面积规模
- (5) 公园游客规模
- (6) 公园收费情况
- (7) 公园交通条件
- (8) 公园成功因素

6.4.2中视传媒无锡影视基地分析

- (1) 公园简要介绍
- (2) 公园主题特色
- (3) 公园面积规模

- (4) 公园游客规模
- (5) 公园收费情况
- (6) 公园交通条件
- (7) 公园成功因素

第7章：中国主题公园行业重点区域发展分析

7.1 中国主题公园行业区域分布

7.2 北京主题公园行业发展分析

7.2.1 北京旅游行业发展情况分析

- (1) 北京旅游收入与结构
- (2) 北京游客旅游消费情况
- (3) 北京旅游业发展前景

7.2.2 北京主题公园行业客源分析

7.2.3 北京主题公园行业发展现状

7.2.4 北京主题公园行业竞争分析

7.2.5 北京主题公园行业发展规划

7.3 上海主题公园行业发展分析

7.3.1 上海旅游行业发展情况分析

- (1) 上海旅游收入与结构
- (2) 上海游客旅游消费情况
- (3) 上海旅游业发展前景

7.3.2 上海主题公园行业客源分析

7.3.3 上海主题公园行业发展现状

7.3.4 上海主题公园行业竞争分析

7.3.5 上海主题公园行业发展规划

7.4 广州主题公园行业发展分析

7.4.1 广州旅游行业发展情况分析

7.4.2 广州主题公园行业客源分析

7.4.3 广州主题公园行业发展现状

7.4.4 广州主题公园行业竞争分析

7.4.5 广州主题公园行业发展规划

7.5 深圳主题公园行业发展分析

- 7.5.1深圳旅游行业发展情况分析
- 7.5.2深圳主题公园行业客源分析
- 7.5.3深圳主题公园行业发展现状
- 7.5.4深圳主题公园行业竞争分析
- 7.5.5深圳主题公园行业发展规划
- 7.6江苏主题公园行业发展分析
 - 7.6.1江苏旅游行业发展情况分析
 - (1) 江苏旅游收入与结构
 - (2) 江苏游客旅游消费情况
 - (3) 江苏旅游业发展前景
 - 7.6.2江苏主题公园行业客源分析
 - 7.6.3江苏主题公园行业发展现状
 - 7.6.4江苏主题公园行业竞争分析
 - 7.6.5江苏主题公园行业发展规划
- 7.7浙江主题公园行业发展分析
 - 7.7.1浙江旅游行业发展情况分析
 - 7.7.2浙江主题公园行业客源分析
 - 7.7.3浙江主题公园行业发展现状
 - 7.7.4浙江主题公园行业竞争分析
 - 7.7.5浙江主题公园行业发展规划
- 7.8湖南主题公园行业发展分析
 - 7.8.1湖南旅游行业发展情况分析
 - (1) 湖南旅游收入与结构
 - (2) 湖南游客旅游消费情况
 - (3) 湖南旅游业发展前景
 - 7.8.2湖南主题公园行业客源分析
 - 7.8.3湖南主题公园行业发展现状
 - 7.8.4湖南主题公园行业竞争分析
 - 7.8.5湖南主题公园行业发展规划
- 7.9湖北主题公园行业发展分析
 - 7.9.1湖北旅游行业发展情况分析
 - (1) 湖北旅游收入与结构

(2) 湖北游客旅游消费情况

(3) 湖北旅游业发展前景

7.9.2湖北主题公园行业客源分析

7.9.3湖北主题公园行业发展现状

7.9.4湖北主题公园行业竞争分析

7.9.5湖北主题公园行业发展规划

7.10江西主题公园行业发展分析

7.10.1江西旅游行业发展情况分析

(1) 江西旅游收入与结构

(2) 江西游客旅游消费情况

(3) 江西旅游业发展前景

7.10.2江西主题公园行业客源分析

7.10.3江西主题公园行业发展现状

7.10.4江西主题公园行业竞争分析

7.10.5江西主题公园行业发展规划

7.11河南主题公园行业发展分析

7.11.1河南旅游行业发展情况分析

(1) 河南旅游收入与结构

(2) 河南游客旅游消费情况

(3) 河南旅游业发展前景

7.11.2河南主题公园行业客源分析

7.11.3河南主题公园行业发展现状

7.11.4河南主题公园行业竞争分析

7.11.5河南主题公园行业发展规划

7.12四川主题公园行业发展分析

7.12.1四川旅游行业发展情况分析

(1) 四川旅游收入与结构

(2) 四川游客旅游消费情况

(3) 四川旅游业发展前景

7.12.2四川主题公园行业客源分析

7.12.3四川主题公园行业发展现状

7.12.4四川主题公园行业竞争分析

7.12.5四川主题公园行业发展规划

7.13云南主题公园行业发展分析

7.13.1云南旅游行业发展情况分析

7.13.2云南主题公园行业客源分析

7.13.3云南主题公园行业发展现状

7.13.4云南主题公园行业竞争分析

7.13.5云南主题公园行业发展规划

7.14山东主题公园行业发展分析

7.14.1山东旅游行业发展情况分析

7.14.2山东主题公园行业客源分析

7.14.3山东主题公园行业发展现状

7.14.4山东主题公园行业竞争分析

7.14.5山东主题公园行业发展规划

7.15辽宁主题公园行业发展分析

7.15.1辽宁旅游行业发展情况分析

(1) 辽宁旅游收入与结构

(2) 辽宁游客旅游消费情况

(3) 辽宁旅游业发展前景

7.15.2辽宁主题公园行业客源分析

7.15.3辽宁主题公园行业发展现状

7.15.4辽宁主题公园行业竞争分析

7.15.5辽宁主题公园行业发展规划

第8章：中国主题公园行业成功运营模式分析

8.1中国主题公园行业运营模式分析

8.1.1主题公园经营模式分析

(1) 华侨城模式

(2) 吴文化园模式

(3) 第三极模式

8.1.2主题公园盈利模式分析

(1) 盈利方式

(2) 经营增长盈利模式

- (3) 物业增值盈利模式
- (4) 品牌延伸盈利模式
- (5) 客源共享盈利模式
- (6) “主题公园产业化发展”盈利模式

8.2中国主题公园行业营销分析

8.2.1主题公园行业营销模式

- (1) 有效的主题定位
- (2) 激活市场的产品策略
- (3) 灵活多变的价格策略
- (4) 推拉结合的促销策略
- (5) 双管齐下的渠道策略

8.2.2主题公园营销方式分析

- (1) 广告营销
- (2) 数据库营销
- (3) 活动策划
- (4) 旅游纪念品营销
- (5) 网络与博客营销

8.2.3主题公园行业营销策略

- (1) 直复营销
- (2) 内部营销
- (3) 品牌营销
- (4) 合作营销
- (5) 网络营销
- (6) 体验营销
- (7) 事件营销
- (8) 整合营销

8.3中国主题公园运营建议

8.3.1主题公园运营存在的问题及解决思路分析

8.3.2主题公园行业运营管理建议

- (1) 强化战略管理
- (2) 不同的营销策略
- (3) 降低季节性影响

(4) 加强内部管理

8.4中国主题公园行业运营战略

8.4.1主题公园六力互动模型分析

(1) 要素提供者

(2) 购买者

(3) 替代者

(4) 互补者

(5) 同业竞争者

(6) 潜在的进入者

8.4.2竞争格局下主题公园经营战略

(1) 差异化经营战略

(2) 空间集聚战略

(3) 战略联盟

第9章：中国主题公园行业领先个案经营分析

9.1中国主题公园行业企业总体发展状况

9.2中国主题公园行业领先企业经营分析

9.2.1北京奥林匹克公园经营情况分析

(1) 公园发展简况分析

(2) 公园主题特色分析

(3) 公园发展规模分析

(4) 公园收费情况分析

(5) 公园交通条件分析

(6) 公园经营优劣势分析

(7) 公园最新发展动向分析

9.2.2北京世界公园经营情况分析

(1) 公园发展简况分析

(2) 公园主题特色分析

(3) 公园发展规模分析

(4) 公园收费情况分析

(5) 公园交通条件分析

(6) 公园经营优劣势分析

9.2.3北京海洋馆经营情况分析

- (1) 公园发展简况分析
- (2) 公园主题特色分析
- (3) 公园发展规模分析
- (4) 公园收费情况分析
- (5) 公园交通条件分析
- (6) 公园经营优劣势分析
- (7) 公园最新发展动向分析

9.2.4上海锦江乐园经营情况分析

- (1) 公园发展简况分析
- (2) 公园主题特色分析
- (3) 公园发展规模分析
- (4) 公园收费情况分析
- (5) 公园交通条件分析
- (6) 公园经营优劣势分析

9.2.5上海影视乐园经营情况分析

- (1) 公园发展简况分析
- (2) 公园主题特色分析
- (3) 公园发展规模分析
- (4) 公园收费情况分析
- (5) 公园交通条件分析
- (6) 公园经营优劣势分析
- (7) 公园最新发展动向分析

……另有25家企业分析。

第10章：中国主题公园行业投资与前景分析

10.1中国主题公园行业投资特性分析

10.1.1主题公园行业进入壁垒分析

- (1) 资金壁垒
- (2) 品牌壁垒
- (3) 人才壁垒

10.1.2主题公园行业投资风险分析

- (1) 竞争风险
- (2) 供求风险
- (3) 经营管理风险
- (4) 其他风险

10.1.3 主题公园行业发展有利及不利因素分析

- (1) 有利因素
- (2) 不利因素

10.2 中国主题公园行业投资热点分析

10.2.1 主题公园主流投资模式分析

- (1) 公园+地产
- (2) 公园+演艺
- (3) 公园+科技

10.2.2 主题公园投资热深层原因分析

10.2.3 上市公司主题公园投资动向分析

- (1) 华谊兄弟
- (2) 中弘股份
- (3) 江西长运

10.2.4 各省市主题公园投资动向分析

- (1) 海南省：海口妈祖主题公园
- (2) 福建泉州永春县：中华武艺大观园
- (3) 唐山：东方神龙乐园
- (4) 连云港：西游记文化主题公园
- (5) 广东虎门：中国近代史主题公园
- (6) 浙江安吉：hellokitty家园项目
- (7) 海南文昌：航天主题公园
- (8) 重庆南川：经色经典主题公园
- (9) 江西南昌：北纬30度主题乐园
- (10) 安徽蚌埠：花鼓灯嘉年华主题公园
- (11) 安徽合肥：恐龙主题公园
- (12) 湖北武汉：国内最大主题公园2015年迎客
- (13) 湖北赤壁：瑜乔爱情主题公园
- (14) 福建厦门：规划建设海洋主题公园

(15) 辽宁抚顺：高尔山体育主题公园

10.3中国主题公园审批暂停影响分析

10.3.1《关于暂停新开工建设主题公园项目的通知》

10.3.2审批暂停对行业内企业影响分析

(1) 对上市公司影响分析

1) 深圳华强

2) 华侨城A

3) 宋城股份

4) 华谊兄弟

5) 中弘股份

6) 江西长运

(2) 对地方主题公园影响分析

10.3.3审批暂停对行业外企业影响分析

10.4中国主题公园行业投资建议

10.4.1主题公园行业发展趋势分析

(1) 向主题原创方向发展

(2) 向突出教育功能转换

(3) 与衍生产业结合趋势

(4) 培育可持续发展的空间

(5) 主题公园内涵的不断丰富

(6) 技术配置向高、精、尖递进

(7) 市场竞争强度进一步加剧

10.4.2主题公园行业发展前景分析

(1) 主题公园消费需求前景

(2) 主题公园发展前景分析

10.4.3主题公园投资前景分析

10.4.4主题公园行业投资建议

图表目录：

图表1：主题公园行业相关法律法规、部门规章及规范性文件

图表2：2014-2015年中国国内生产总值同比增长速度（单位：%）

图表3：2014-2015年中国规模以上工业增加值增速（单位：%）

图表4：2014年全国固定资产投资（不含农户）同比增速（单位：%）

图表5：2014年中国社会消费品零售总额同比增速（单位：%）

图表6：2012-2015年中国货物进出口总额（单位：亿美元）

图表7：2014-2015年中国广义货币（平方米）增长速度（单位：%）

图表8：2014-2015年中国居民消费者价格指数同比增长情况（单位：%）

图表9：2000-2014年中国城镇化率走势（单位：%）

图表10：2006-2014年城镇居民可支配收入（单位：元）

图表11：2006-2014年农村居民人均纯收入（单位：元）

图表12：2006-2014年社会消费品零售总额及增速（单位：万亿元，%）

图表13：1999-2013年来中国城镇和农村居民出游率变化（单位：次/年）

图表14：城镇居民出游目的（单位：%）

图表15：农村居民出游目的（单位：%）

图表16：中国2014年法定节假日安排

图表17：2012年中国人口年龄结构（单位：岁，%）

图表18：日本1990年人口年龄结构（单位：岁，百万）

图表19：日本2000年人口年龄结构图（单位：岁，百万）

图表20：日本1999年20-69岁人群均为旅游高消费人群（单位：百万，岁）

图表21：中国目前“金字塔型”社会结构具体表现

图表22：2011-2015年中国国内旅游人数（单位：亿人次）

图表23：2011-2015年中国入境旅游接待人数（单位：万人次）

图表24：2011-2015年中国国内旅游收入（单位：亿元）

图表25：2011-2015年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元）

图表26：主题公园若干指标对比（单位：亿日元，亿元，万平方米，公里）

图表27：中国民俗文化村门票价格情况（单位：元/人，元/张）

图表28：中国民俗文化村表演收费情况（单位：元/人）

图表29：中国主要游乐类主题公园门票（通票）价格情况（单位：元/人）

图表30：深圳欢乐谷门票价格情况（单位：元/人）

图表31：深圳欢乐谷年卡价格情况（单位：元/张）

图表32：深圳欢乐谷服务设施收费情况（单位：元/人）

图表33：北京欢乐谷门票价格情况（单位：元/人）

图表34：成都欢乐谷门票价格情况（单位：元/张）

图表35：武汉欢乐谷门票价格情况（单位：元/张）

图表36：武汉欢乐谷门票价格情况（单位：元/张）

图表37：中国主要影视城特色分析

图表38：中国主要情景模拟类主题公园门票（联票）价格情况（单位：元/人）

图表39：2014-2015年北京旅游收入结构（单位：%）

图表40：截至2014年4月北京旅游网站景点排行

图表41：2014-2015年北京市接待入境旅游人数（单位：万人次，%）

图表42：2014-2015年北京市游客结构（单位：%）

图表43：2014-2015年上海市旅游收入结构（单位：%）

图表44：2014年上海市接待入境旅游者人数（单位：人次，%）

图表45：2014年上海市接待过夜入境旅游者人数（按主要客源国分）（单位：人次，%）

图表46：上海市旅游业“一圈、四区、三带、一岛”发展格局

图表47：2014-2015年广州旅游收入结构（单位：%）

图表48：2014年广州市旅游接待情况（单位：万人次，万人天，万元，万美元，%）

图表49：2014-2015年广州市游客结构（单位：%）

图表50：近年来广州关闭（或拍卖）的主题公园名录（单位：公顷）

图表51：建成及夭折的主题公园名录（单位：亿元，公顷）

图表52：2014年深圳市旅游接待情况（单位：万人，亿美元，%）

图表53：2014-2015年深圳市游客结构（单位：%）

图表54：2014-2015年江苏省旅游收入结构（单位：%）

图表55：2014年江苏省接待入境旅游者主要客源市场情况（单位：人次，%）

图表56：2014年江苏省接待入境旅游者主要客源市场情况（单位：人次，%）

图表57：2014年浙江省入境旅游主要客源国（单位：万人，%）

图表58：2014年浙江省各市接待国内旅游者情况（单位：万人，亿元，%）

图表59：2014-2015年湖南省旅游收入结构（单位：%）

图表60：2014-2015年湖南省国内游客结构（单位：%）

图表61：2014-2015年湖北省旅游收入结构（单位：%）

图表62：2014年前三季度江西省旅游外汇收入（单位：万美元，%）

图表63：2014年前三季度江西省接待入境旅游者人数（单位：人次，%）

图表64：2014年前三季度江西省接待入境旅游者主要客源市场情况（单位：人次，%）

图表65：2014年河南省旅游收入结构（单位：%）

图表66：2014年河南省国内游客结构（单位：%）

图表67：2014-2015年四川省旅游收入结构（单位：%）

图表68：2014年四川省旅游接待情况（单位：万人次，万人天，万美元，亿元，%）

图表69：2014-2015年辽宁省旅游收入结构（单位：%）

图表70：2014-2015年辽宁省国内游客结构（单位：%）

……略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/11438227LM.html>