

2019-2025年中国主题公园 行业分析与投资潜力分析报告

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

《2019-2025年中国主题公园行业分析与投资潜力分析报告》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/668477EA27.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

主题公园是一种以游乐为目标的模拟景观的呈现，它的最大特点就是赋予游乐形式以某种主题，围绕一个或几个主题创造一系列有特别的环境和气氛的项目吸引游客。园内所有的建筑色彩、造型、植被、游乐项目等都为主题服务，共同构成游客容易辨认的特质和游园的线索。根据旅游体验类型，主题公园可以分为历史文化、景观观光、休闲游乐、情景模拟、主题创意五大类，具体情况如下：

类别

体验内容

特征

主题公园代表

历史文化

历史文化

以历史文化的参观、体验为主题

杭州宋城景区、开封清明上河园、常州春秋淹城

景观观光

人造景观

以仿真或人造景观的缩微景观为游览主题

深圳锦绣中华、世界之窗、昆明世界园艺博览园

休闲游乐

游乐设施

提供大型游乐设施以满足游客的休闲游乐需求

“欢乐谷”系列主题公园、苏州乐园、杭州乐园

情景模拟

人造场景

以场景体验为主

浙江横店影视城、银川华夏西部影视城

主题创意

独特主题

以独特的主题创意为主，融合多种表现方式的主题体验

迪士尼乐园、环球影城、常州中华恐龙园（公司）、方特欢乐世界 数据来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国主题公园行业分析与投资潜力分析报告》共十

四章。首先介绍了主题公园行业市场发展环境、主题公园整体运行态势等，接着分析了主题公园行业市场运行的现状，然后介绍了主题公园市场竞争格局。随后，报告对主题公园做了重点企业经营状况分析，最后分析了主题公园行业发展趋势与投资预测。您若想对主题公园产业有个系统的了解或者想投资主题公园行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章主题公园相关概述

1.1主题公园的定义和内涵

1.1.1主题公园的概念

1.1.2主题公园的涵义

1.1.3主题公园产业链构成

1.1.4主题公园是商业和旅游业结合的产物

1.2主题公园的起源和发展

1.2.1主题公园的起源

1.2.2主题公园的历史沿革

1.2.3主题公园的特点

1.2.4主题公园的类型

1.3主题公园产业特性分析

1.3.1高投入高成本

1.3.2明显的生命周期性

1.3.3主题产品衍生产业尚未形成

1.3.4客源市场集中在国内和亚洲文化圈

1.4著名主题公园分布

1.4.1美洲地区

1.4.2欧洲地区

1.4.3亚洲地区

第二章2016-2018年国外主题公园发展分析

2.12016-2018年世界主题公园发展概况全球主题公园 10 强及入园人数情况单位：万人次

排名

公园名称

所在地

2016 年

2015 年

2014 年

1

迪士尼魔法王国

美国佛罗里达

2,039.50

2,049.20

1,933.20

2

加州迪士尼乐园

美国加州

1,794.30

1,827.80

1,676.90

3

东京迪士尼乐园

日本东京

1,654.00

1,660.00

1,730.00

4

日本环球影城

日本大阪

1,450.00

1,390.00

1,180.00

5

东京迪士尼海洋

日本东京

1,346.00

1,360.00

1,410.00

6

迪士尼未来世界

美国佛罗里达

1,171.20

1,179.80

1,145.40

7

迪士尼动物王国

美国佛罗里达

1,084.40

1,092.20

1,040.20

8

迪士尼好莱坞影城

美国佛罗里达

1,077.60

1,082.80

1,031.20

9

奥兰多环球影城

美国佛罗里达

999.8

958.5

826.3

10

环球影城冒险岛

美国佛罗里达

936.2

879.2

814.1 数据来源：公开资料整理

2.1.1区域格局分析

2.1.2运营现状分析

2.1.3企业模式分析

2.1.4投资建设近况

2.1.5运营趋势剖析

2.22016-2018年世界主题公园项目发展动态

2.2.12016年项目动态

2.2.22018年项目动态

2.2.32018年项目动态

2.32016-2018年发达国家主题公园的发展

2.3.1美国

2.3.2日本

2.3.3英国

2.3.4德国

2.3.5澳大利亚

2.4世界主题公园发展的成功经验分析

2.4.1选址的重要性

2.4.2充分展现主题及强调游客参与

2.4.3娱乐与教育相结合

2.4.4主题公园与零售业相结合

2.4.5价格策略多元化

2.4.6完善的服务系统

2.4.7经营规模化

第三章2016-2018年中国主题公园的发展环境分析

3.1一般环境分析

3.1.1技术环境

3.1.2社会文化环境

- 3.1.3自然环境
- 3.2政策环境分析
 - 3.2.1政治环境综述
 - 3.2.2主题公园政策规范
 - 3.2.3主题公园相关政策
- 3.3经济环境分析
 - 3.3.1国际经济运行现状
 - 3.3.2中国经济运行现状
 - 一、国民经济运行情况GDP
 - 二、消费价格指数CPI、PPI
 - 三、全国居民收入情况
 - 四、恩格尔系数
 - 五、工业发展形势
 - 六、固定资产投资情况
 - 3.3.3中国经济发展趋势
 - 3.3.4经济环境对景区的影响
- 3.4产业环境分析
 - 3.4.1旅游业发展成就综述
 - 3.4.2旅游消费现状及潜力
 - 3.4.3旅游业经济运行现状
 - 3.4.4旅游业运行特征剖析
 - 3.4.5旅游业发展前景展望
- 3.5中国主题公园发展的重要性
 - 3.5.1中国主题公园建设发展的意义
 - 3.5.2主题公园对区域经济发展具有推动作用
 - 3.5.3主题公园日益成为城市旅游形象的新名片

第四章2016-2018年中国主题公园的发展

- 4.1中国主题公园的发展综述
 - 4.1.1发展历程回顾
 - 4.1.2建设运营情况
 - 4.1.3发展特征分析

- 4.1.4行业融资形势
- 4.1.5基本态势判断
- 4.22016-2018年中国主题公园的发展分析
 - 4.2.1行业建设态势
 - 4.2.2行业运营现状
 - 4.2.3投资开发状况
 - 4.2.4行业业态升级
- 4.3中国主题公园的SWOT分析
 - 4.3.1优势分析
 - 4.3.2劣势分析
 - 4.3.3机遇分析
 - 4.3.4挑战分析
- 4.4中国主题公园盈利能力分析
 - 4.4.1盈利能力现状
 - 4.4.2现行盈利模式
 - 4.4.3盈利不佳原因
 - 4.4.4国外盈利启示
 - 4.4.5盈利模式提升路径
- 4.5主题公园与都市旅游目的地吸引力的互动浅析
 - 4.5.1都市旅游及都市旅游目的地吸引力分析
 - 4.5.2主题公园是都市旅游目的地的重要旅游吸引物
 - 4.5.3主题公园能有效诠释都市旅游目的地独特的文化底蕴
 - 4.5.4主题公园的良性发展促进都市旅游目的地特色商业发展
- 4.6中国主题公园体验价值的创造分析
 - 4.6.1主题公园核心竞争力在于“体验价值”;
 - 4.6.2体验价值在主题公园经营中的重要意义
 - 4.6.3影响主题公园体验价值的主要因素分析
 - 4.6.4华侨城主题公园体验价值的创造模式
- 4.7体验经济时代中国主题公园的服务创新分析
 - 4.7.1主题公园迎合旅游者对旅游体验的多元化追求
 - 4.7.2体验经济的涵义及基本特征
 - 4.7.3主题公园服务内涵与现状分析

4.7.4 体验经济下主题公园服务创新思路

第五章 2016-2018年中国主题公园的建设

5.1 主题公园的建设开发条件

5.1.1 资源条件

5.1.2 区位条件

5.1.3 市场条件

5.1.4 规模条件

5.2 主题公园建设应该注意的问题

5.2.1 主题公园的主题

5.2.2 管理与服务

5.2.3 主题公园的产品

5.3 2016年中国主题公园建设状况

5.3.1 2016年铜仁德江县建成人民主题公园

5.3.2 2016年天津市建设首个航天主题公园

5.3.3 2016年上海筹建科普主题公园

5.3.4 2016年顺德史努比主题公园建设状况

5.3.5 2016年环球主题公园落户北京

5.3.6 2016年我国开建HELLOKITTY主题公园

5.3.7 2016年西宁新增两大主题公园

5.4 2018年中国主题公园建设状况

5.4.1 2018年俄罗斯主题公园落户哈尔滨

5.4.2 2018年上海投建淞沪抗战主题公园

5.4.3 2018年中韩企业签定主题公园共建协议

5.4.4 2018年象棋文化主题公园开放运营

5.4.5 2018年湖州首个健康主题公园建成投运

5.4.6 2018年北京房山成功引进乐高主题公园

5.5 主题公园建设中的景观设计分析

5.5.1 主题公园景观的构成要素

5.5.2 主题公园地形设计

5.5.3 主题公园建筑设计

5.5.4 主题公园植物设计

5.5.5主题公园小品设计

5.6主题公园之景观要素在北方地区的表现浅析

5.6.1中国主题公园建设热潮概述

5.6.2主题公园景观要素表现手法

5.6.3实践案例的分析

第六章2016-2018年主题公园细分市场的发展

6.1中国主题公园市场细分探析

6.1.1中国主题公园主题雷同或缺失

6.1.2主题公园市场细分的必要性

6.1.3主题公园的市场细分类型

6.1.4主题公园细分市场的差异化战略

6.22016-2018年雕塑主题公园的建设发展

6.2.1雕塑主题公园的起源简析

6.2.2国内外雕塑主题公园分析

6.2.3雕塑主题公园的公共性分析

6.2.4中国雕塑主题公园建设动态

6.32016-2018年影视主题公园的建设发展

6.3.1影视主题公园的基本概念及发展

6.3.2中国影视主题公园的起步与发展

6.3.3中国影视主题公园呈快速扩张态势

6.3.4中国影视主题公园的建设动态

6.3.5中国影视主题公园的盈利策略

6.42016-2018年海洋主题公园的建设发展

6.4.1中国海洋主题公园发展阶段

6.4.2中国海洋主题公园布局特点

6.4.3中国海洋主题公园市场容量

6.4.4中国海洋主题公园建设动态

6.4.5中国海洋主题公园发展的启示

6.52016-2018年汽车主题公园的建设发展

6.5.1德国汽车城主题公园的景观设计

6.5.2中国汽车主题公园引资建设的设想

6.5.3 中国汽车主题公园的投资建设现状

6.5.4 中国汽车主题公园的建设动态

第七章 2016-2018年中国部分地区及城市主题公园的发展

7.1 2016-2018年长三角地区主题公园发展分析

7.1.1 发展阶段

7.1.2 空间分布解析

7.1.3 投资开发态势

7.1.4 市场格局分析

7.1.5 竞争状况分析

7.1.6 存在问题分析

7.1.7 发展趋势分析

7.2 2016-2018年珠三角主题公园产业集群剖析

7.2.1 集群发展状况

7.2.2 集群演进路径

7.2.3 集群发展条件

7.2.4 集群演进模式

7.3 2016-2018年深圳主题公园发展分析

7.3.1 整体发展综述

7.3.2 发展成就总结

7.3.3 运行态势良好

7.3.4 存在问题分析

7.3.5 创新发展分析

7.4 2016-2018年海南主题公园发展分析

7.4.1 必要性及可行性

7.4.2 规划布局区域

7.4.3 建设规划探析

7.4.4 开发政策解读

7.5 2016-2018年其他地区主题公园的发展

7.5.1 山东省

7.5.2 福建省

7.5.3 安徽省

第八章2016-2018年国内外著名主题公园的发展

8.1迪士尼乐园

8.1.1园区基本简介

8.1.2发展战略解析

8.1.3成功经营策略

8.1.4发展启示分析

8.1.5东京迪士尼运营现状

8.1.6香港迪士尼运营现状

8.1.7上海迪士尼进展情况

8.2香港海洋公园

8.2.1园区基本简介

8.2.2发展战略解析

8.2.3定位战略分析

8.2.4经营状况分析

8.2.5市场拓展情况

8.3华侨城主题公园

8.3.1园区基本简介

8.3.2园区规模分析

8.3.3发展模式分析

8.3.4发展态势分析

8.3.5战略重心分析

8.4长隆欢乐世界

8.4.1园区基本简介

8.4.2园区规模分析

8.4.3营销思维分析

8.4.4战略动向分析

8.4.5新建及改造状况

8.5中华恐龙园

8.5.1园区基本简介

8.5.2园区发展状况

8.5.3产品优势及特点

- 8.5.4成功模式分析
- 8.5.5创新发展解析
- 8.5.6挑战及开发建议

第九章2016-2018年中国主题公园市场投资主体分析

9.1迪士尼公司

- 9.1.1企业发展概况
- 9.1.2企业经营状况
- 9.1.3市场运作模式
- 9.1.4品牌价值开发
- 9.1.5未来前景展望

9.2深圳华侨城股份有限公司

- 9.2.1企业发展概况
- 9.2.2经营效益分析
- 9.2.3业务经营分析
- 9.2.4财务状况分析
- 9.2.5项目开发情况
- 9.2.6未来前景展望

9.3宋城演艺发展股份有限公司

- 9.3.1企业发展概况
- 9.3.2经营效益分析
- 9.3.3业务经营分析
- 9.3.4财务状况分析
- 9.3.5未来前景展望

9.4海昌控股有限公司

- 9.4.1企业发展概况
- 9.4.2经营状况分析
- 9.4.3业务经营分析
- 9.4.4未来前景展望

9.5华谊兄弟传媒股份有限公司

- 9.5.1企业发展概况
- 9.5.2经营效益分析

9.5.3业务经营分析

9.5.4财务状况分析

9.5.5项目开发情况

9.5.6未来前景展望

第十章2016-2018年中国主题公园的发展策略研究

10.1中国主题公园发展存在的问题

10.1.1主要矛盾分析

10.1.2数量多而规模小

10.1.3主题不鲜明及重复建设

10.1.4收入单一

10.1.5产品单一且缺乏创新

10.2从规划设计角度分析主题公园的发展对策

10.2.1设计目标

10.2.2设计主体

10.2.3设计技能

10.3从经营管理的角度分析主题公园的发展对策

10.3.1强化战略管理

10.3.2在主题公园生命周期各阶段实施不同产营销策略

10.3.3降低季节性影响

10.3.4提高员工素质及加强内部管理

10.4从宏观调控的角度分析主题公园的发展对策

10.4.1依据城市（地区）规划约束主题公园的投资建设

10.4.2旅游主管部门实施严格的审批制度

10.4.3对重大主题公园的建设给予有力支持

10.5中国主题公园文化精致化发展的对策

10.5.1以文化内涵突破重围

10.5.2主题公园文化特色探析

10.5.3主题开发

10.5.4精致的规划设计和施工

10.5.5经营管理

10.6主题公园的开发经营策略

- 10.6.1市场导向策略
- 10.6.2文化主导策略
- 10.6.3本土特色策略
- 10.6.4系统经济策略
- 10.6.5资源整合策略
- 10.7主题公园的发展模式思考
- 10.7.1区位选择
- 10.7.2开发模式选择
- 10.7.3商业模式选择

第十一章2016-2018年中国主题公园竞争分析

- 11.1主题公园产业竞争模型解析
- 11.1.1产业竞争强度分析
- 11.1.2退出障碍和转移成本经济障碍
- 11.1.3产业供应方
- 11.1.4买方
- 11.1.5潜在进入者
- 11.1.6替代品
- 11.2现代主题公园竞争的五大焦点
- 11.2.1空间竞争
- 11.2.2市场体系
- 11.2.3主导品牌
- 11.2.4文化内涵
- 11.2.5生命周期
- 11.3主题公园企业取得竞争优势的必备要素
- 11.3.1准确的主题选择
- 11.3.2恰当的园址选择
- 11.3.3独特的主题创意
- 11.3.4深度的主题产品开发
- 11.3.5灵活的营销策略
- 11.4中国主题公园的竞争对策分析
- 11.4.1培育核心能力

- 11.4.2开展文化经营
- 11.4.3构造顾客矩阵
- 11.4.4提升品牌形象
- 11.4.5推进营销创新
- 11.4.6实施战略管理
- 11.4.7打造差异化和特色化

第十二章2016-2018年中国主题公园的营销分析

- 12.1中国主题公园的主要营销方式分析
 - 12.1.1广告
 - 12.1.2数据库营销
 - 12.1.3活动策划
 - 12.1.4网络营销
- 12.2中国主题公园营销中的文化缺失
 - 12.2.1前期规划
 - 12.2.2中期管理经营
 - 12.2.3后期主题公园产品的延续
 - 12.2.4文化是主题公园营销的灵魂
- 12.3中国主题公园营销流程及推广策略选择
 - 12.3.1体验营销是主题公园营销的最好选择
 - 12.3.2主题公园营销的积木流程
 - 12.3.3强势品牌塑造
 - 12.3.4新产品开发
 - 12.3.5主题系列产品开发
- 12.4中国主题公园营销模式的构建
 - 12.4.1有效的主题定位
 - 12.4.2激活市场的产品策略
 - 12.4.3灵活多变的价格策略
 - 12.4.4推拉结合的促销策略
- 12.5中国主题公园的营销渠道策略分析
 - 12.5.1营销渠道策略构建概述
 - 12.5.2销售代理渠道

12.5.3产品直销渠道

第十三章中国主题公园投资分析

13.1中国主题公园的投资背景

13.1.1中国主题公园投资迎来黄金时点

13.1.2消费市场对主题公园投资建设的支撑

13.1.3国外资本对中国主题公园产业的影响

13.2中国主题公园的投资现状

13.2.1外资、民营和国有资本进入旅游业以主题公园为突破口

13.2.2中国主题公园的投资主体

13.2.3中国主题公园的投资模式

13.2.4政府收紧主题公园信贷

13.2.5中国主题公园存在盲目投资开发现象

13.3水上主题公园的商业投资模式分析

13.3.1国内外水上主题公园发展概况

13.3.2水上主题公园的主要功能和载体

13.3.3投资策略

13.3.4投资步骤

13.3.5投资模式

13.4主题公园投资案例分析

13.4.1案例1——方特欢乐世界

13.4.2案例2——欢乐谷连锁主题公园

13.4.3案例3——迪士尼主题公园

13.4.4案例4——环球嘉年华主题公园

13.5中国主题公园的投资风险及建议

13.5.1主题公园投资开发具有特殊性

13.5.2主题公园经营形势依旧严峻

13.5.3主题公园衍生产品开发仍处于启蒙阶段

13.5.4中国主题公园的投资建议

13.6主题公园成功开发的因素分析

13.6.1主题选择与定位

13.6.2主题公园区位选择

13.6.3主题创意

13.6.4主题产品开发与更新

13.6.5主题公园文化内涵

13.7中国主题公园投资开发的策略分析

13.7.1探询市场化商业运作模式

13.7.2设计全新的游憩方式

13.7.3树立整合营销传播理念

13.7.4加快公园经营管理人才的开发

13.7.5实现多元化的盈利模式

第十四章中国主题公园的前景趋势分析（ZY LII）

14.1中国主题公园未来增长驱动因素

14.1.1经济持续增长

14.1.2人均收入增加

14.1.3城镇化率攀升

14.1.4政府支持

14.1.5基建改善

14.2中国主题公园的前景展望

14.2.1中国主题公园市场发展潜力巨大

14.2.2中国主题公园市场未来规模预测

14.2.3中国主题公园发展将迎来“黄金时代”；

14.2.4中国主题公园持续发展的积极因素

14.2.52018-2023年中国主题公园行业预测分析

14.3中国主题公园的发展趋势

14.3.1发展趋势预测

14.3.2未来发展格局

14.3.3行业走势分析

14.3.4战略趋势分析（ZY LII）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/668477EA27.html>