

2017-2022年中国主题公园 市场调查与发展前景报告

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

《2017-2022年中国主题公园市场调查与发展前景报告》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/lyyou/A7189432N1.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

2015年虽然全球经济相对低迷，但主题公园整体仍然保持稳健增长，全球主题公园客流量再次创造历史新高突破4亿人次，相比2014年增长了7.1%，增速有所提升。亚洲已经成为全球主题公园市场的重心和重要增长极，市场份额从10年前的35%增长至目前的42%，而北美市场则从10年前的52%跌落至2015年的47%。

随着居民收入水平的不断提高，符合主题公园经济准入条件的人口基数将不断扩大，根据中国城镇居民人均收入水平增长态势及中国经济发展趋势预测，2020年达到主题公园准入条件的人群有望突破11亿。

根据美国主题公园发展的历史经验，预测到2020年中国主题公园在达标人群中的渗透率有望提高到20%，总访问量达2.2亿人次，未来五年主题公园客流量复合增速约为12%。

中国主题公园客流量预测

2015年大约有9.09亿中国居民符合参观主题公园的经济准入条件，中国主题公园客流量为1.27亿人次，占收入水平达标人数的14%，市场还有很大的发展空间。未来随着主题公园服务内容不断完善、社会对主题公园认知度的提升，主题公园市场渗透比例还将进一步提升。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国主题公园市场调查与发展前景报告》共九章。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 2013-2016年中国主题公园行业发展环境分析

第一节 2013-2016年中国宏观经济环境分析

(一) 宏观经济运行情况分析

(二) 上半年中国宏观经济运行情况分析

(三) 下半年中国宏观经济总体发展形势

(四) 人均GDP和旅游行业相关性分析

第二节 2013-2016年中国主题公园行业政策环境分析

(一) 中国旅游业发展政策导向分析

(二) 中国加大旅游市场监管重点整治出境游零负团费

(三) 国家法定节假日调整方案对旅游行业的影响

(四) 国家旅游线路编制工作进展情况

(五) 中国旅游业将受益于奥运效应

第三节 2013-2016年中国主题公园行业社会环境分析

(一) 中国旅游消费需求分析

(二) 中国国内旅游消费的主要特征

(三) 假日旅游消费最大潜力分析

(四) 中国居民旅游消费意愿分析

(五) 上半年旅游经济运行分析

第二章 主题公园概述

第一节 主题公园的起源与产生

(一) 主题公园的起源

(二) 中国主题公园的发展历程

(三) 主题公园在我国的发展

第二节 主题公园的相关概述

(一) 主题公园的定义

(二) 主题公园的分类

(三) 主题公园的意义

(四) 主题公园文化特色分析

第三节 中国主题公园产业特性分析

(一) 高投入高成本

(二) 明显的生命周期性

(三) 主题产品衍生产业尚未形成

(四) 客源市场集中在国内和亚洲文化圈

第四节 主题公园旅游景观设计分析

(一) 概况

(二) 地形设计

(三) 植物与小品设计

第五节 主题公园对旅游业的作用及意义

(一) 主题公园与旅游业的关系

(二) 主题公园与都市旅游目的地吸引力的互动分析

第三章 2013-2016年全球主题公园发展概况

第一节 全球主题公园业的状况与趋势

(一) 全球主题公园行业特征

(二) 全球市场竞争因素分析

(三) 全球行业发展趋势

第二节 国外发达国家主题公园经营现状

(一) 英国

(二) 日本

(三) 美国

(四) 澳大利亚

第三节 国外主题公园发展经验探讨

(一) 选址的重要性

(二) 充分展现主题

(三) 强调游客参与

(四) 娱乐与教育相结合

(五) 主题公园与零售业相结合

(六) 价格策略多元化

(七) 完善的服务系统

(八) 经营规模化

第四节 世界主题公园的发展及其对中国的启示

(一) 全球主题公园行业现状分析

(二) 全球主题公园的成功经营模式分析

(三) 对中国主题公园业的启示

第四章 2013-2016年不同角度看中国主题公园发展

第一节 从规划设计的角度论主题公园的发展

(一) 设计目标

(二) 设计主体

(三) 设计技能

第二节 从经营管理的角度论主题公园的发展

(一) 强化战略管理

(二) 在主题公园生命周期各阶段实施不同产营销策略

(三) 降低季节性影响

(四) 提高员工素质及加强内部管理

第三节 从宏观调控的角度论主题公园的发展

(一) 依据城市（地区）总体规划和旅游发展总体规划

(二) 旅游主管部门对主题公园的审批制度

(三) 对重大主题公园的建设给予有力支持

第五章 2013-2016年中国主题公园发展现状分析

第一节 中国主题公园发展分析

(一) 中国主题公园产业前景分析

(二) 中国进入大型主题公园发展新时期

(四) 中国主题公园连锁经营时代到来

(五) 主题公园的发展出路

(六) 中国主题公园走向分析

(七) 华侨城与中国主题公园发展

第二节 2013-2016年中国主题公园顾客需求调查分析

(一) 中国主题公园顾客需求调查分析

(二) 中国文化型主题公园顾客需求调查分析

(三) 中国动态型主题公园顾客需求调查分析

(四) 中国静态型主题公园顾客需求调查分析

第三节 主要区域主题公园发展分析

(一) 长三角主题公园建设分析

(二) 四川再掀主题公园热潮

(三) 珠三角主题公园调查分析

第四节 大型主题公园发展的影响因素

(一) 客源市场和交通条件

(二) 区域经济发展水平

(三) 城市旅游感知形象

(四) 空间集聚和竞争

第五节 主题公园与都市旅游目的地吸引力的互动分析

(一) 主题公园的与都市旅游的关系

(二) 主题公园是都市旅游目的地的重要旅游吸引物

(三) 主题公园的建设能有效诠释都市旅游目的地独特的文化底蕴

(四) 主题公园的良性发展促进都市旅游目的地特色商业发展

第六节 主题公园差异化虚拟经营探讨

(一) 主题公园差异化虚拟经营的内涵

(二) 主题公园差异化虚拟经营的形式

(三) 主题公园差异化虚拟经营模式的建立流程

第七节 主题公园的盈利模式

(一) 主题公园盈利模式概述

(二) 主题公园再认识

(三) 中国主题公园主要盈利模式分析

(四) 主题公园盈利模式规划

第六章 中国主题公园经典案例

第一节 成功案例分析

(一) 华侨城

(二) 杭州宋城

(三) 无锡太湖影视基地

(四) 长隆欢乐世界

(五) 深圳欢乐谷

(六) 深圳东部华侨城

(七) 京津新城

(八) 成都芙蓉古城

(九) 西安曲江新城

第二节 失败案例分析

(一) 江苏吴江福祿贝尔科幻乐园

(二) 海南中华民族文化村

(三) 广东番禺飞龙世界游乐城

- (四) 广州世界大观主题公园
- (五) 内蒙根河“天工部落”;
- (六) 千岛湖凤凰度假村
- (七) 湖南江永
- (八) 内蒙通辽莫力庙水库

第三节 中国主题公园案例启示

第七章 2013-2016年中国主题公园发展趋势

第一节 主题公园总体发展趋势

- (一) 主题突出文化性
- (二) 技术体现互动性
- (三) 内容追求娱乐性
- (四) 项目偏重参与性
- (五) 氛围张扬刺激性
- (六) 景观回归真实性
- (七) 付款刷卡便捷性
- (八) 规模凸现扩张性

第二节 2013-2016年中国主题公园发展趋势

- (一) 中国主题公园的发展前景
- (二) 主题公园的发展方向
- (三) 主题公园将成公园发展新主题
- (四) 中国主题公园将迎来“黄金时代”;
- (五) 主题公园经营状况预测

第三节 2013-2016年中国主题公园的投资建设

- (一) 云南建成我国一流恐龙文化主题公园
- (二) 滨海航母主题公园全面启建
- (三) 北京果树主题公园陆续开园
- (四) 崇明拟建最大自行车主题公园
- (五) 北京延庆建成元帅系苹果主题公园
- (六) 全球首家国旗主题公园落户中国
- (七) 西部最大水上主题公园开园
- (八) 海南文昌将建航天育种主题公园

- (九) 北京环球城主题公园奠基
- (十) 海州露天矿国家矿山公园开园
- (十一) 上海欢乐谷试营业
- (十二) 全球首个网络游戏主题公园建设完工
- (十三) 南宁体育主题公园建设完工
- (十四) 上海“农字号”主题公园建设
- (十五) 番禺建成海洋主题公园

第八章 中国主题公园市场竞争策略分析

第一节 中国主题公园的竞争力因素

- (一) OCT（华侨城）是中国主题公园的领跑者
- (二) 现代主题公园竞争热的冷思考
- (三) 主题公园的洗牌整合和外来竞争
- (四) 现代主题公园竞争力的创新对策

第二节 中国主题公园取得竞争优势的要素

- (一) 准确的主题选择
- (二) 恰当的园址选择
- (三) 独特的主题创意
- (四) 深度的主题产品开发
- (五) 灵活的市场营销策略

第三节 影响中国主题公园发展的外部因素

- (一) 政策倾向的影响
- (二) 客源市场的影响
- (三) 交通配置条件的影响
- (四) 区位和资源的影响
- (五) 季节的影响

第四节 影响中国主题公园发展的内部因素

- (一) 旅游产品
- (二) 旅游价格
- (三) 主题文化内涵

第九章 中国主题公园产业发展策略分析（ZY GXH）

第一节 主题公园市场化商业运作模式分析

- (一) 主题公园发展现状分析
- (二) 中国主题公园经营现状分析
- (三) 中外主题公园的SWOT分析
- (四) 主题公园商业设计步骤分析
- (五) 国产主题公园经营策略分析

第二节 主题公园营销模式分析

- (一) 有效的主题定位
- (二) 产品策略
- (三) 价格策略
- (四) 促销策略
- (五) 渠道策略

第三节 主题公园营销方式分析

- (一) 直复营销
- (二) 内部营销
- (三) 品牌营销
- (四) 合作营销
- (五) 网络营销
- (六) 体验营销
- (七) 事件营销
- (八) 整合营销

第四节 主题公园成功开发的要素

- (一) 主题选择与定位
- (二) 主题公园区位选择
- (三) 主题公园的创意设计
- (四) 主题产品开发与更新
- (五) 主题公园的文化内涵
- (六) 主题公园的营销策略
- (七) 主题乐园策划的成功策略

第五节 迪斯尼主题公园成功经营策略

- (一) 品牌经营策略
- (二) 服务制胜策略

- (三) 产品创新策略
- (四) 灵活定价策略
- (五) 营销管理策略
- (六) 迪斯尼经营分析
- (七) 迪斯尼财务分析
- (八) 迪斯尼上海项目

第六节 迪斯尼对中国大型主题乐园的启示

- (一) 主体公园品牌文化推广
- (二) 快乐王国的氛围营造
- (三) 强大的整体营销策略

第七节 中国首个自主创新主题公园连锁品牌解构（ZY GXH）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/A7189432N1.html>