

# 2022-2028年中国主题公园 市场发展现状与行业竞争对手分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2022-2028年中国主题公园市场发展现状与行业竞争对手分析报告》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/N03827CRK4.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

智研数据研究中心发布的《2022-2028年中国主题公园市场发展现状与行业竞争对手分析报告》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 2017-2021年国外主题公园发展分析

### 2.1 2017-2021年世界主题公园发展概况

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

### 2.2 2017-2021年世界主题公园项目发展动态

2.2.1 2019年项目动态

2.2.2 2020年项目动态

2.2.3 2021年项目动态

### 2.3 2017-2021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 2017-2021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
  - 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 2017-2021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
- 4.2 2017-2021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 2017-2021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 2020年中国主题公园建设状况
- 5.4 2021年中国主题公园建设状况
- 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 2017-2021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
- 6.2 2017-2021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

## 6.3 2017-2021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

## 6.4 2017-2021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

## 6.5 2017-2021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 2017-2021年中国部分地区及城市主题公园的发展

### 7.1 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 海昌海洋公园控股有限公司

#### 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 2017-2021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 从规划设计的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 2017-2021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 2017-2021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建设的策略分析
  - 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

- 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

### 14.2.5 2022-2028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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/N03827CRK4.html>