

2021-2027年中国主题公园 行业深度分析与战略咨询报告

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

《2021-2027年中国主题公园行业深度分析与战略咨询报告》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/N03827L624.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

我国主题公园数量不断在增长，2019年主题公园数量达3000家，门票总收入为413.4亿元。我国主题公园门票价格整体呈现上涨态势，较大主题公园门票从2011年的150元/张增长到2019年的均价220元/张，中小型游乐园门票也从2011年的98元/张增长到2019年的130元/张。

大2012-2018年中国较大主题公园门票价格情况2012-2018年中国中小型主题公园门票价格情况

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国主题公园行业深度分析与战略咨询报告》共二十章。首先介绍了中国主题公园行业市场发展环境、主题公园整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国主题公园行业，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 主题公园规划建设发展综述

第一节 主题公园规划建设定义及分类

一、行业定义

二、行业主要类型分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

四、主题公园发展历史

第二节 最近3-5年中国主题公园行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 主题公园行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

第二章 主题公园行业市场环境及影响分析

第一节 主题公园行业政治法律环境

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、主题公园行业标准

四、政策环境对行业的影响

五、政策实施动态

第二节 行业经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

四、2021-2027年中国宏观经济发展环境展望

五、2021-2027年我国宏观经济政策走势预测

第三节 行业社会环境分析

一、居民收入水平

二、居民消费水平分析

三、人口影响

四、生活方式

五、价值观改变

第四节 自然环境

第五节 行业技术环境分析

第三章 国际主题公园行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球主题公园市场总体情况分析

一、全球主题公园行业的发展特点

二、2015-2019年全球主题公园竞争格局

三、2015-2019年全球主题公园区域分布

四、世界主题公园业对中国主题公园发展的启示

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

一、美洲地区

二、欧洲地区

三、亚洲地区

第三节 主要国家主题公园发展动态

一、英国

二、美国

三、日本

四、澳大利亚

第四节 世界著名主题公园的经营管理模式分析

一、迪斯尼乐园

二、中国香港海洋公园

三、日本环球影城

四、世界最大的室内迪斯尼乐园——韩国乐天世界

第五节 世界主题公园发展的主要特征及发展方向

一、主题的变化

二、区域分化趋势

三、经营策略动向

第四章 中国主题公园所属行业的国际比较分析

第一节 中国主题公园规划设计行业的国际比较分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机遇分析

四、挑战分析

第二节 世界主题公园发展的成功经验分析

一、选址的重要性

二、充分展现主题及强调游客参与

三、娱乐与教育相结合

四、主题公园与零售业相结合

五、价格策略多元化

六、完善的服务系统

七、经营规模化

第五章 我国主题公园规划建设所属行业运行现状分析

第一节 我国主题公园规划建设发展状况分析

- 一、我国主题公园规划建设发展阶段
- 二、我国主题公园规划建设发展总体概况
- 三、我国主题公园规划建设商业模式分析

第二节 主题公园的特点

- 一、主题的独特性
- 二、特色的大众化
- 三、效益的广泛性
- 四、参与的体验性
- 五、经营的要求高

第三节 主题公园建设应该注意的问题

- 一、主题公园的主题
- 二、城市人口与规模
- 三、城市交通四、管理与服务
- 五、主题公园的产品

第四节 主题公园建设中的景观设计分析

- 一、主题公园景观的构成要素
- 二、主题公园地形设计
- 三、主题公园建筑设计四、主题公园植物设计
- 五、主题公园小品设计

第五节 2015-2019年主题公园规划建设发展现状

- 一、杭州园林设计院股份有限公司二、北京市园林古建筑设计研究院
- 三、广州南方建筑设计研究院
- 四、深圳市兴邦景观设计有限公司
- 五、深圳市红源景观集团

第六章 我国主题公园所属行业整体运行指标分析2012-2018年中国主题公园门票价格情况

第一节 2015-2019年中国主题公园行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析

二、参观人员规模状况分析

三、收入规模分析

第二节 2015-2019年中国主题公园行业指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第七章 2021-2027年我国主题公园所属行业市场供需分析

第一节 主题公园建设分布分析

一、主题公园类型

二、规模数量

三、地域分布

四、经营模式

五、盈利状况

第二节 2019年主题公园建设情况

一、2019年杭州书法主题公园一期建成

二、2019年南京打造安徒生童话主题公园建成

第三节 2019年主题公园建设情况

一、2019年深圳福田建成五座主题公园

二、2019年奉节建成“中国橙都”主题公园

三、2019年武汉六个主题公园陆续建成

四、2019年武汉开建中国最大室内主题公园

五、2019年包头市城市公祭主题公园建成

第四节 我国主题公园市场供需分析

一、我国主题公园供给情况

二、2015-2019年我国主题公园行业需求情况

三、我国主题公园行业供需分析

第五节 2021-2027年主题公园市场需求预测

一、2021-2027年主题公园市场总体需求预测

第六节 2021-2027年中国主题公园供需预测

一、2021-2027年中国主题公园区域需求预测

- 二、2021-2027年中国主题公园供给预测
- 三、2021-2027年中国主题公园供需平衡预测

第八章 2015-2019年我国主题公园细分市场分析及预测

第一节 中国主题公园市场细分探析

- 一、中国主题公园主题雷同或缺失
- 二、主题公园市场细分的必要性
- 三、以出游动机为划分标准的市场细分
- 四、主题公园细分市场的差异化战略

第二节 雕塑主题公园

- 一、雕塑主题公园的起源
- 二、国内外雕塑主题公园简介
- 三、雕塑主题公园的公共性分析
- 四、内蒙古雕塑艺术主题公园正式开放
- 五、山东济南森林公园向社会免费开放

第三节 影视主题公园

- 一、影视主题公园的基本概念及发展
- 二、中国影视主题公园的起步与发展
- 三、我国首个电影主题公园落户苏州
- 四、中国影视主题公园面临的问题以及发展前景

第四节 汽车主题公园

- 一、德国汽车城主题公园的景观设计
- 二、中国汽车主题公园打造城市新品牌
- 三、中国汽车主题公园投资可行分析及建议
- 四、厦门灌口建设汽车主题公园打造城市名片
- 五、海南首个世界汽车文化主题公园正式开建

第九章 主题公园产业集群发展及区域市场分析

第一节 长三角地区主题公园发展分析

- 一、长三角主题公园发展总析_订购热′线:′4′0′0′6′
1 ′2′8′66′8
- 二、长三角主题公园的发展阶段

- 三、长三角主题公园发展演变特征
- 四、长三角主题公园空间分布解析
- 五、长三角主题公园建设存在的问题
- 六、长三角主题公园的发展需求预测
- 第二节 珠三角主题公园产业集群剖析
 - 一、珠三角主题公园步入集群化发展时代
 - 二、珠三角主题公园产业集群演进路径
 - 三、珠三角主题公园产业集群演变依托的条件
 - 四、珠三角主题公园产业集群演进模式及比较
- 第三节 深圳主题公园发展状况
 - 一、深圳主题公园发展综述
 - 二、深圳主题公园的发展成就
 - 三、深圳主题公园经营取得良好成绩
 - 四、深圳主题公园存在的问题
 - 五、深圳主题公园创新发展分析
- 第四节 海南主题公园发展分析
 - 一、海南主题公园开发环境分析
 - 二、海南主题公园开发现状
 - 三、海南主题公园开发优劣势分析
 - 四、海南主题公园开发的必要性和可行性
 - 五、海南主题公园规划布局的优势区域
 - 六、海南主题公园建设需求及规划预测

第十章 中国主题公园竞争分析

第一节 主题公园行业竞争结构分析

- 一、行业内竞争
- 二、退出进入风险
- 三、产业供应方
- 四、买方
- 五、潜在进入者
- 六、替代品

第二节 现代主题公园竞争的五大焦点

- 一、空间竞争
- 二、市场体系
- 三、主导品牌
- 四、文化内涵
- 五、生命周期

第三节 主题公园企业取得竞争优势的必备要素

- 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、灵活的营销策略

第四节 中国主题公园的竞争对策分析

- 一、培育核心能力
- 二、开展文化经营
- 三、构造顾客矩阵
- 四、提升品牌形象
- 五、推进营销创新
- 六、实施战略管理
- 七、打造差异化和特色化

第五节 主题公园体验价值竞争优势构建

- 一、主题公园核心竞争力在于“体验价值”
- 二、体验价值在主题公园经营中的重要意义
- 三、影响主题公园体验价值的主要因素分析
- 四、华侨城主题公园体验价值的创造模式

第十一章 中国主题公园的营销分析

第一节 中国主题公园的主要营销方式分析

- 一、广告
- 二、数据库营销
- 三、活动策划
- 四、网络营销

第二节 中国主题公园营销中的文化缺失

一、前期规划

二、中期管理经营

三、后期主题公园产品的延续

四、文化是主题公园营销的灵魂

第三节 中国主题公园营销流程及推广策略选择

一、体验营销是主题公园营销的最好选择

二、主题公园营销的积木流程

三、强势品牌塑造

四、新产品开发

五、主题系列产品开发

第四节 中国主题公园营销模式的构建

一、有效的主题定位

二、激活市场的产品策略

三、灵活多变的价格策略

四、推拉结合的促销策略

第五节 中国主题公园的营销渠道策略分析

一、营销渠道策略构建概述

二、销售代理渠道

三、产品直销渠道

第十二章 主题公园领先企业经营形势分析

第一节 中国主题公园总体发展状况分析

一、主题公园主要类型

二、主题公园创新及品牌建设

三、市场调查分析

第二节 中国领先主题公园经营形势分析

一、中国香港海洋公园

一、中国澳门渔人码头

二、中国香港迪斯尼乐园

三、小人国主题公园

四、长影世纪城

五、发现王国

- 六、深圳锦绣中华民俗村
- 七、世界之窗
- 八、武汉欢乐谷
- 九、长隆欢乐世界
- 十、长隆水上乐园

第十三章 主题公园所属旅游行业“十三五”发展规划分析

第一节 主题公园与都市旅游的联系与发展

- 一、都市旅游及都市旅游目的地吸引力分析
- 二、主题公园是都市旅游目的地的重要吸引物
- 三、主题公园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

第二节 旅游行业发展综合分析

- 一、中国旅游业正迈入全民消费新时代
- 二、2019年中国旅游业发展分析
- 五、中国旅游业发展面临的挑战
- 六、中国旅游业持续发展需注意的问题

第三节 2015-2019年旅游业信息化发展分析

- 一、我国旅游信息化的发展现状与形势分析
- 二、我国旅游信息化迎来黄金发展期
- 三、旅游信息化发展的制约因素
- 四、“十三五”我国旅游信息化的发展目标
- 五、“十三五”我国旅游信息化发展的主要任务

第四节 旅游业发展“十三五”规划

- 一、规划理念
- 二、规划思路
- 三、规划方向

第五节 “十三五”我国部分地区旅游业规划

- 一、湖南省
- 二、孝昌县
- 三、松原市

第十四章 2021-2027年主题公园行业前景及趋势预测

第一节 中国主题公园的前景展望

- 一、我国主题公园发展前景广阔
- 二、中国主题公园的市场发展潜力巨大
- 三、中国主题公园发展将迎来“黄金时代”
- 四、中国将进入大型主题公园发展的新时期
- 五、中国主题公园进入发展新时期的特点预测

第二节 中国主题公园未来前景乐观的因素

- 一、中国经济发展起决定性因素
- 二、旅游业发展
- 一、消费者需求
- 二、政府的导向和民间的取向

第三节 中国主题公园的发展趋势

- 一、中国主题公园的发展趋势预测
- 二、中国主题公园未来的发展格局
- 三、中国主题公园未来发展的战略性趋势

第四节 2015-2019年中国主题公园行业预测分析

- 一、有利因素
- 二、不利因素

第五节 2021-2027年中国主题公园规模预测

- 一、2021-2027年中国主题公园收入规模预测
- 二、2021-2027年中国主题公园游客规模预测

第十五章 2015-2019年主题公园行业投资价值评估分析

第一节 主题公园行业投资特性分析

- 一、高投入高成本
- 二、生命周期性
- 三、衍生品发展
- 四、客源市场

第二节 主题公园建设对区域经济发展的作用分析

- 一、合理配置区域资源
- 二、提升区域核心竞争力

三、形成全新的区域产业链条

四、优化区域产业结构

五、全面驱动区域社会经济综合发展

第三节 主题公园发展的盈利影响因素

一、城市化程度和人口规模

二、旅游目的地的感知距离

三、区域经济发展水平

四、区域旅游业发展状况

五、政府的宏观政策

六、旅游景点的空间分布状态

第四节 中国主题公园的盈利能力现状分析

一、中国主题公园盈利能力现状概述

二、中国主题公园的盈利模式简述

三、中国主题公园盈利现状形成的原因

四、世界著名主题公园的经营对我国主题公园的启示

五、中国主题公园盈利能力提升的构想

第五节 主题公园布局导向模式

一、市场导向模式

二、交通导向模式

三、环境导向模式

四、文化导向型

第六节 2021-2027年主题公园行业投资价值评估分析

一、行业活力系数比较及分析

二、行业投资收益比较及分析

三、行业投资效益评估

四、财务分析及防范

第十六章 2021-2027年主题公园行业投资机会与风险防范

第一节 中国主题公园的投资背景

一、中国主题公园建设发展的意义

二、中国掀起新一轮主题公园投资热潮

三、中国主题公园投资迎来黄金时点

四、国内消费市场对主题公园投资建设的支撑

五、国外资本对中国主题公园产业的影响

第二节 中国主题公园投资现状

一、多种类资本进入旅游业

二、我国主题公园投资受冲击

三、中国主题公园存在盲目投资开发现象

第三节 主题公园典型投资模式分析

一、公园+地产

二、公园+演艺

三、公园+科技

第四节 水上主题公园的商业投资模式分析

一、国内外水上主题公园发展概况

二、水上主题公园的主要功能和载体

三、投资策略

四、投资步骤

五、投资模式

第五节 主题公园投资案例分析

一、方特欢乐世界

二、欢乐谷连锁主题公园

三、迪士尼主题公园

四、环球嘉年华主题公园

第十七章 2021-2027年主题公园行业面临的困境及对策

第一节 中国主题公园发展存在的问题

一、我国主题公园的主要矛盾

二、主题公园数量多而规模小

三、主题公园主题不鲜明及重复建设

四、主题公园收入单一

五、产品单一且缺乏创新及项目更新速度慢

第二节 中国主题公园发展的基本理念探析

一、时代背景下主题公园的价值导向

二、以大众文化为内涵

三、以综合效益为目标

四、以区位组合为关键

第三节 从规划设计的角度分析主题公园的发展对策

一、设计目标

二、设计主体

三、设计技能

第四节 从经营管理的角度分析主题公园的发展对策

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

第五节 从宏观调控的角度分析主题公园的发展对策

一、依据城市（地区）规划约束主题公园的投资建设

二、旅游主管部门实施严格的审批制度

三、对重大主题公园的建设给予有力支持

第六节 中国主题公园文化精致化发展的对策

一、以文化内涵突破重围

二、主题公园文化特色探析

三、主题开发

四、精致的规划设计和施工

五、经营管理

第七节 体验经济时代中国主题公园的服务创新分析

一、主题公园迎合旅游者对旅游体验的多元化追求

二、体验经济的涵义及基本特征

三、主题公园服务内涵与现状分析

四、体验经济下主题公园服务创新思路

第十八章 国内外著名主题公园的发展案例及经验解析

第一节 迪斯尼乐园

一、迪士尼乐园简介

二、迪士尼主题公园发展战略解析

三、迪斯尼主题公园成功经营策略

四、迪斯尼对我国主题公园发展的启示

五、中国香港迪士尼乐园发展现状

第二节 中国香港海洋公园

一、中国香港海洋公园简介

二、中国香港海洋公园的发展战略解析

三、中国香港海洋公园着力拓展内地华北市场

四、中国香港海洋公园的差异化定位战略

五、中国香港海洋公园计划启动第二轮扩建工程

第三节 华侨城主题公园

一、华侨城主题公园领航中国主题公园产业

二、华侨城主题公园第二轮全国布局启动

三、华侨城跻身世界主题公园集团前八强

四、华侨城世界之窗主题公园取得良好效益

五、华侨城主题公园开创旅游表演文化产业新模式

六、天津华侨城欢乐谷主题公园发展动况

第四节 长隆欢乐世界

一、长隆欢乐世界简介

二、长隆旅游度假区跻身世界主题公园前列

三、长隆海洋主题公园建设项目积极推进

四、长隆主题公园的营销新思维

第五节 中华恐龙园

一、中华恐龙园简介

二、中华恐龙园发展状况分析

三、中华恐龙园的产品优势及发展特点

四、中华恐龙园“5+2”成功模式的分析及启示

五、中华恐龙园创新发展解析

六、中华恐龙园面临的挑战及开发建议

第十九章 主题公园行业投资战略研究

第六节 中国主题公园的投资风险及建议

一、主题公园的投资开发具有特殊性

二、中国主题公园经营形势依旧严峻

三、主题公园衍生产品开发仍处于启蒙阶段

四、中国主题公园的投资建议

五、公私合作投资模式

第七节 主题公园成功开发的因素分析

一、主题选择与定位

二、主题公园区位选择

三、主题创意

四、主题产品开发与更新

五、主题公园文化内涵

第八节 中国主题公园投资开发建设的策略分析

一、探询市场化商业运作模式

二、设计全新的游憩方式

三、树立整合营销传播理念

四、加快公园经营管理人才的开发

五、实现多元化的盈利模式

第二十章 研究结论及投资建议

第一节 主题公园投资热深层原因分析及建议

第二节 城市主题公园发展定位策略

一、宏观定位

二、中观定位

三、微观定位

第三节 城市主题公园发展原则解析

一、地域文化性原则

二、娱乐休闲性原则

三、市场认同性原则

第四节 主题公园行业发展路线建议

图表目录：

图表 1 主题公园品牌塑造鱼刺图

图表 2 主题公园四种层次竞争者

图表 3 主题公园的生命周期

图表 4 主题公园产业链图

图表 5 主题公园行业相关法律法规、部门规章及规范性文件一览表

图表 6 2015-2019年国内生产总值及其增长速度

图表 7 2019年全国规模以上工业增加值同比增速（月度同比）

图表 8 2019年规模以上企业主营业务收入与利润总额同比增速（月度同比）

图表 9 2013-2019年规模以上工业增加值同比增长速度

图表 10 各月累计主营业务收入与利润总额同比增速

图表 11 各月累计利润率与每百元主营业务收入中的成本

图表 12 2019年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）

图表 13 2019年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 14 固定资产投资到位资金同比增速

图表 15 2019年全国居民人均可支配收入指标

图表 16 2019年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表 17 2015-2019年全国一般公共预算收入

图表 18 2019年年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表 19 2019年份居民消费价格分类别同比增长幅

图表 20 2019年份居民消费价格分类别环比增长幅

图表 21 2019年全球接主题公园集团TOP（按待游客人次）

图表 22 日本环球影城入场券种类与价格

图表 23 欧洲，美国，日本主题公园的比较

图表 24 中国主题公园的人气指数排名

图表 25 2019年中国十大主题公园行业领先企业排名

图表 26 2015-2019年国内旅游人次及收入情况

图表 27 2015-2019年国内旅游人次及收入增速图

图表 28 我国主题公园年可接待人数计算

图表 29 2015-2019年我国主题公园需求情况

图表 30 2015-2019年我国主题公园需求情况

图表 31 2021-2027年我国主题公园市场需求预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lyyou/N03827L624.html>