

2016-2021年中国海洋主题 公园市场调查与投资前景评估报告

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

《2016-2021年中国海洋主题公园市场调查与投资前景评估报告》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/X05043O7N5.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

前言

海洋主题公园的发展具有一般主题公园的共性，也有其自身发展的个性。投资海洋公园，不仅需要巨额资金,还必须充分掌握海洋公园的经营特点，并将企业发展战略、经营理念、盈利模式、项目设置,地理位置、交通状况、城市性质、居民消费水平等多重因素考虑在内。

目前，我国海洋公园呈现出第二代、第三代共存的局面，它们均需要与时俱进，根据自身的实际进行理念创新与定位转型。最新的海洋主题公园主要是以极地体验或海洋生物探秘或两者兼备为主题，休闲娱乐、商务会所、运动养生、人居环境、酒店、景观地产等综合配套,以时尚休闲、亲近海洋、珍爱生命、动态刺激等为理念，集科普教育、游乐、购物、休闲、文化演出等为一体的大型主题旅游休闲社区。其经营理念大多数为“旅游+景观地产”；主题定位向大型主题旅游休闲社区转型,收入来源多元化，娱乐活动注重参与性和体验性,并不断推陈出新，实施品牌输出和区域网络扩张战略。海洋主题公园的开发应该由单一的项目开发向区域整体开发转变，即从单一的“海洋主题公园”过渡到“海洋主题公园+景观房地产”；再过渡到“海洋主题公园+景观房地产+商业游憩区”的区域综合开发模式。

本海洋主题公园行业研究报告共十五章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。海洋主题公园行业研究报告是2015-2016年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了海洋主题公园行业市场潜在需求与市场机会，报告对海洋主题公园行业做了重点企业经营状况分析，并分析了海洋主题公园行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一部分 海洋主题公园行业环境透视

第一章 海洋主题公园规划建设发展综述	1
第一节 海洋主题公园规划建设定义及分类	1
一、行业定义	1
二、行业特点	1
第二节 海洋主题公园行业产业链分析	1
一、产业链结构分析	1
二、与上下游行业之间的关联性	1
第三节 国外海洋主题公园分析	2
一、美国海洋世界	2
二、S.E.A.海洋馆	2
第二章 海洋主题公园行业市场环境及影响分析	3
第一节 海洋主题公园行业政治法律环境	3
一、行业管理体制分析	3
二、行业主要法律法规	3
三、海洋主题公园行业标准	12
四、行业相关发展规划	34
五、政策环境对行业的影响	43
第二节 行业经济环境分析	46
一、宏观经济形势分析	46
二、宏观经济环境对行业的影响分析	53
1、经济复苏对行业的影响	53
2、货币政策对行业的影响	56
3、区域规划对行业的影响	57
第三节 行业社会环境分析	58
一、海洋主题公园产业社会环境	58
1、2015年中国人口环境	58
2、2015年中国教育环境	62
3、2015年中国文化发展环境	65
4、2015年中国城镇化建设	66
二、社会环境对行业的影响	70
三、海洋主题公园产业发展对社会发展的影响	75

第四节 行业技术环境分析 75

一、海洋主题公园设计分析 75

二、海洋主题公园设计发展水平 76

三、2014-2015海洋主题公园设计发展分析 76

四、行业主要主题设计趋势 78

第二部分 海洋主题公园行业深度分析

第三章 我国海洋主题公园规划建设运行现状分析 83

第一节 我国海洋主题公园规划建设发展状况分析 83

一、我国海洋主题公园规划建设发展总体概况 83

二、我国海洋主题公园规划建设发展特点分析 83

三、我国海洋主题公园规划建设商业模式分析 85

第二节 2014-2015年海洋主题公园规划建设发展现状 87

1、山东寿光规划建海洋主题公园 87

2、坊滨海规划建设海洋主题公园 88

第三节 2014-2015年中国海洋主题公园市场情况分析 89

一、2014-2015年中国海洋主题公园市场总体概况 89

1、2014年长隆国际海洋度假区开业 89

2、海昌控股成为中国首家在香港上市的主题公园运营商 89

3、香港海洋公园不输香港迪士尼的经验 91

二、2014-2015年中国海洋主题公园设计建设市场发展分析 96

第四章 我国海洋主题公园行业整体运行指标分析 98

第一节 2014-2015年中国海洋主题公园行业总体规模分析 98

一、企业数量结构分析 98

二、参观人员规模状况分析 100

三、收入规模分析 100

第二节 2014-2015年中国海洋主题公园行业指标总体分析 101

一、行业盈利能力分析 101

二、行业偿债能力分析 102

三、行业营运能力分析 103

四、行业发展能力分析 105

第五章 2016-2021年我国海洋主题公园市场供需分析 107

第一节 海洋主题公园建设分布分析 107

一、国内海洋主题公园分布分析 107

- 1、上海长风海洋世界 107
- 2、深圳小梅沙海洋世界(深圳海洋世界) 107
- 3、青岛极地海洋世界 110
- 4、广州海洋馆 112
- 5、杭州极地海洋世界 113
- 6、苏州海洋馆 115
- 7、武汉海昌极地海洋世界 116
- 8、大连老虎滩海洋公园 118
- 9、德州泉城海洋极地世界 119
- 10、大连圣亚海洋世界 121
- 11、成都海昌极地海洋世界 122
- 12、无锡海底世界 123
- 13、北京太平洋海底世界博览馆 123
- 14、台州海洋世界 124
- 15、杭州海底世界 124
- 16、西安曲江海洋极地公园 125
- 17、洛阳龙门海洋馆 126
- 18、义乌海洋世界 127
- 19、北京富国海底世界 127
- 20、徐州水族展览馆 128
- 21、大丰港海洋世界 129
- 22、常州金鹰海洋世界 130
- 23、武汉东湖海洋世界 132
- 24、郑州海洋馆 132
- 25、洛阳王城公园海底世界 133
- 26、北海涠洲岛潜水 133
- 27、天汇海洋馆 134
- 28、天津极地海洋世界 134

29、其他	136
30、小结	137
二、2014-2015年新建海洋主题公园情况分析	140
1、济南大明湖海底世界	140
2、珠海长隆海洋王国	141
3、青岛蓝色硅谷海洋主题公园	142
4、海南陵水海洋主题公园	142
5、芜湖海洋公园	143
6、潍坊滨海海洋公园	144
7、营口市北海国家级海洋公园	144
8、南昌海洋馆	145
9、重庆巴南龙洲湾海洋公园	146
第二节 我国海洋主题公园市场供需分析	146
一、2014-2015年我国海洋主题公园供给情况	146
二、2014-2015年我国海洋主题公园行业需求情况	147
三、2014-2015年我国海洋主题公园行业供需分析	148
第三节 海洋主题公园市场需求预测	148
一、海洋主题公园市场总体需求分析	148
二、2016-2021年海洋主题公园区域需求预测	150
三、重点城市海洋主题公园需求分析预测	151
第六章 海洋主题公园设计建设行业产业结构分析	155
第一节 海洋主题公园产业结构分析	155
一、市场细分充分程度分析	155
二、各细分市场占总市场的结构比例	156
第二节 产业价值链的结构分析及整体竞争优势分析	157
一、产业价值链的构成	157
二、产业链条的竞争优势分析	158
三、产业链条的竞争劣势分析	158
四、产业链条的发展趋势分析	159
第三部分 海洋主题公园市场竞争格局	

第七章 海洋主题公园产业重点区域及企业分析 160

第一节 中国海洋主题公园产业集群发展特色分析 160

一、环渤海地区海洋主题公园产业发展特色分析 160

二、中西部地区海洋主题公园建产业发展特色分析 164

第二节 海洋主题公园重点区域市场分析 165

一、行业总体区域结构特征及变化 165

二、海洋主题公园重点区域市场分析 167

三、海洋主题公园重点市场消费分析 168

第三节 海洋主题公园重点企业分析 169

第八章 2016-2021年主题公园行业竞争形势及策略 173

第一节 行业总体市场竞争状况分析 173

一、海洋主题公园行业竞争结构分析 173

1、现有企业间竞争 173

2、潜在进入者分析 174

3、替代威胁分析 175

4、供应商议价能力 176

5、客户议价能力 177

6、竞争结构特点总结 178

二、海洋主题公园行业企业间竞争格局分析 179

1、不同地域企业竞争格局 179

2、不同规模企业竞争格局 179

3、不同所有制企业竞争格局 179

三、海洋主题公园行业集中度分析 179

1、市场集中度分析 179

2、企业集中度分析 180

3、区域集中度分析 181

4、集中度变化趋势 181

四、海洋主题公园行业SWOT分析 183

1、海洋主题公园行业优势分析 183

2、海洋主题公园行业劣势分析 183

3、海洋主题公园行业机会分析 185

4、海洋主题公园行业威胁分析	186
第二节 中国海洋主题公园行业竞争格局综述	186
一、海洋主题公园行业竞争概况	186
1、中国海洋主题公园行业品牌竞争格局	186
2、海洋主题公园业未来竞争格局和特点	187
3、竞争与周期	189
4、海洋主题公园市场进入及竞争对手分析	191
二、中国海洋主题公园行业竞争力分析	192
1、我国海洋主题公园企业市场竞争的优势	192
2、国内海洋主题公园企业竞争能力提升途径	195
第三节 2014-2015年海洋主题公园行业竞争格局分析	198
一、2014-2015年我国海洋主题公园市场竞争分析	198
二、2014-2015年国内主要海洋主题公园企业动向	199
三、行业投资兼并与重组趋势分析	202
第四节 海洋主题公园市场竞争策略分析	203
一、海洋主题公园持续发展的影响因子系统	203
二、海洋主题公园风格竞争策略分析	204
三、海洋主题公园影响力竞争策略分析	206
四、主题公园竞争力策略分析	208
五、中外主题公园战略比较	213
第九章 2016-2021年海洋主题公园领先企业经营形势分析	220
第一节 富国海底世界	220
一、主题公园发展分析	220
二、主题公园经济指标分析	221
三、主题公园区位优势及人群分析	221
四、主题公园发展战略规划	222
五、主题公园营销战略分析	222
第二节 太平洋海底世界	225
一、主题公园发展分析	225
二、主题公园经济指标分析	226
三、主题公园区位优势及人群分析	226

四、主题公园营销战略分析	227
第三节 香港海洋公园	228
一、主题公园发展分析	228
二、主题公园经济指标分析	229
三、主题公园区位优势及人群分析	230
四、主题公园发展战略规划	232
五、主题公园营销战略分析	234
第四节 长隆海洋主题公园	237
一、主题公园发展分析	237
二、主题公园经济指标分析	238
三、主题公园区位优势及人群分析	239
四、主题公园发展战略规划	242
五、主题公园营销战略分析	242
第五节 北海海底世界	245
一、主题公园发展分析	245
二、主题公园经济指标分析	245
三、主题公园区位优势及人群分析	246
四、主题公园发展战略规划	246
五、主题公园营销战略分析	246
第六节 新澳海底世界	249
一、主题公园发展分析	249
二、主题公园经济指标分析	250
三、主题公园区位优势及人群分析	250
四、主题公园发展战略规划	251
五、主题公园营销战略分析	251
第七节 圣亚海洋世界	252
一、主题公园发展分析	252
二、主题公园经济指标分析	253
三、主题公园区位优势及人群分析	254
四、主题公园发展战略规划	255
五、主题公园营销战略分析	255
第八节 珠海蓝海湾主题公园	257

- 一、主题公园发展分析 257
- 二、主题公园经济指标分析 257
- 三、主题公园区位优势及人群分析 257
- 四、主题公园发展战略规划 258
- 五、主题公园营销战略分析 258

第九节 博鳌主题公园 259

- 一、主题公园发展分析 259
- 二、主题公园经济指标分析 259
- 三、主题公园区位优势及人群分析 259
- 四、主题公园发展战略规划 260
- 五、主题公园营销战略分析 260

第十节 上海长风海洋世界 260

- 一、主题公园发展分析 260
- 二、主题公园区位优势及人群分析 260
- 四、主题公园发展战略规划 261
- 五、主题公园营销战略分析 261

第四部分 海洋主题公园行业发展前景展望

第十章 海洋主题公园所属旅游行业“十三五”发展规划分析 271

第一节 旅游行业“十二五”发展分析 271

- 一、“十二五”发展回顾 271
- 二、旅游业在服务贸易和对外交分析 274
- 三、旅游业全面融入国家战略体系 277
- 四、体制机制创新成效显著 278
- 五、旅游产业竞争力进一步提升 279

第二节 “十三五”旅游行业发展环境 281

- 一、“十三五”旅游业发展面临的战略机遇 281
- 二、“十三五”旅游业发展面临的主要挑战 283
- 三、发展要求 284

第三节 “十三五”旅游行业发展总体思路 284

- 一、指导思想 284
- 二、基本原则 285

三、发展方向 286

第四节 “十三五”发展主要目标 287

一、发展目标 287

二、规划指标 287

三、“十三五”期间旅游市场开发 295

第五节 “十三五”期间发展国内旅游 297

一、发展思路 297

二、工作重点 297

三、提升发展质量积极发展入境旅游 301

四、培育市场主体提升企业竞争力 304

五、保护资源环境实现可持续发展 306

六、加强分类指导促进区域协调发展 309

七、深化开放程度推进国际化发展 316

八、支撑保障 319

九、促进旅游产业信息化发展 334

第十一章 2016-2021年海洋主题公园行业前景及趋势预测 338

第一节 2016-2021年海洋主题公园市场发展前景 338

一、2016-2021年海洋主题公园市场发展潜力 338

二、2016-2021年海洋主题公园市场发展前景展望 339

三、2016-2021年海洋主题公园竞争趋势 341

第二节 2016-2021年海洋主题公园市场发展趋势预测 344

一、2016-2021年海洋主题公园行业发展趋势 344

二、2016-2021年海洋主题公园设计发展趋势 349

三、2016-2021年海洋主题公园经营规模预测 352

四、2016-2021年海洋主题公园行业扩张趋势预测 352

第三节 2016-2021年中国海洋主题公园供需预测 355

一、2016-2021年中国海洋主题公园需求预测 355

二、2016-2021年中国海洋主题公园供给预测 358

三、2016-2021年中国海洋主题公园供需平衡预测 358

第十二章 2016-2021年海洋主题公园行业投资价值评估分析 360

第一节 海洋主题公园行业投资特性分析 360

一、海洋主题公园行业进入壁垒分析 360

二、海洋主题公园行业盈利因素分析 360

三、海洋主题公园行业盈利模式分析 364

第二节 2016-2021年海洋主题公园行业发展的影响因素 368

一、有利因素 368

二、不利因素 368

第三节 2016-2021年海洋主题公园行业投资价值评估分析 369

一、行业投资效益分析 369

二、新进入者应注意的障碍因素 371

第十三章 2016-2021年海洋主题公园行业投资机会与风险防范 373

第一节 2016-2021年海洋主题公园行业投资机会 373

一、海洋主题公园行业未来发展方向 373

二、产业链投资机会 374

三、重点区域投资机会 374

四、海洋主题公园行业投资机遇 375

第二节 2016-2021年海洋主题公园行业投资风险及防范 375

一、政策风险及防范 375

二、设计技术风险及防范 377

三、宏观经济波动风险及防范 379

四、金融风险及防范 380

五、财务分析及防范 384

第五部分 海洋主题公园行业发展战略研究

第十四章 海洋主题公园行业发展战略研究 389

第一节 海洋主题公园行业发展战略研究 389

一、战略综合规划 389

二、技术开发战略 389

三、区域战略规划 393

四、竞争战略规划 406

五、信息化战略规划 409

第二节 对我国海洋主题公园品牌的战略思考 411

一、海洋主题公园品牌的重要性 411

二、海洋主题公园实施品牌战略的意义 413

三、海洋主题公园企业品牌的现状分析 416

四、儿童我国主题公园企业的品牌战略 419

五、海洋主题公园品牌战略管理的策略 422

第三节 海洋主题公园经营策略分析 423

一、海洋主题公园创新策略 423

二、品牌定位与品类规划 426

三、海洋主题公园新项目差异化战略 429

第四节 主题公园行业投资战略研究 430

一、2016-2021年主题公园行业投资战略 430

二、2016-2021年主题公园融资战略 434

第十五章 研究结论及发展资建议 436

第一节 海洋主题公园行业研究结论及建议 436

第二节 海洋主题公园行业发展建议 443

一、行业发展策略建议 443

二、行业投资布局建议 444

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/X05043O7N5.html>