2019年中国主题公园行业分析报告-市场深度调研与未来商机分析

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国主题公园行业分析报告-市场深度调研与未来商机分析》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：http://baogao.chinabaogao.com/wentiyule/395152395152.html

报告价格：电子版: 7200元　纸介版：7200元　电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联 系 人: 客服

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、报告目录及图表目录

主题公园是为了满足旅游者多样化休闲娱乐需求和选择而建造的一种具有创意性活动方式的现代旅游场所。它是根据特定的主题创意，主要以文化复制、文化移植、文化陈列以及高新技术等手段、以虚拟环境塑造与园林环境为载体来迎合消费者的好奇心、以主题情节贯穿整个游乐项目的休闲娱乐活动空间。

在中国旅游市场呈现出蓬勃的生机时，迪士尼、环球已纷纷在中国圈定自己的“地盘”，福克斯乐园也早早表达出落户中国的意愿，而同样拥有大量知名IP资源的索尼却迟迟没有动作。为了获得中国这个巨大市场，索尼加快了在中国的布局。

全球知名主题公园企业在中国布局情况

信息来源：互联网

尽管索尼在中国建设主题公园前途未知，但中国主题市场无疑是巨大的。数据显示，在全球尤其是近年来主题公园发展速度放缓的时候，中国主题公园呈现出了良好的发展态势。过去十年（2008-2017年）主题公园游客量每年平均增长13%，至2017年达到近1.9亿人次，是2008年6300万人的3倍左右。

2008-2017年中国主题公园游客数量增长情况
数据来源：文化委

与中国主题公园游客量增长迅速同步，中国主题公园数量也成快速发展态势，目前中国主题公园已经有近3000家，但主要以中小主题公园为主，而规模性的主题公园却不足400家。其中大型主题公园主要集中在经济发达的大中城市或者旅游业发达的城市，如上海迪士尼乐园、深圳东部华侨城、广东长隆、北京环球影城等，这些大型的主题乐园由于拥有成熟的运营经验、资本优势以及地理位置优势，使得其能够吸引绝大部分的客流，形成寡头垄断之势。

数据显示，2017年全国主题公园客流量约为1.9亿人次，其中华侨集团、华强方特和长隆集团三大主题公园运营商分别达到4288万人次、3850万人次和3100万人次，合计达到1.1亿人次，占全国比重的57.8%，加上上海迪士尼，则达到63.2%。我国主题公园集中度非常高。

2017年中国主题公园运营商竞争格局
数据来源：文化委

尽管我国规模性主题公园偏少，但众多中小的主题公园的存在，使得我国主题公园的概念较其他国家较为宽泛，主题分类更加多样。按照当前我国主题公园的主流形式，主要可划分为动物/海洋动物、历史/文化、奇幻/卡通人物、影视/媒体、无明显主题/器械、自然/景观、其他主题以及无明显主题共计8种类型。其中“无明显主题”指没有或仅有少量主题内容的主题公园，其园区内故事线或主题设计薄弱，且不针对任何特定的细分市场。

由于我国当前主要以中小主题公园为主，主题公园的运营不足、规模偏小，使得其大多主题公园定位不清晰，并无明显主题。数据显示，目前我国无明显主题的主题公园占比高达53%，有明显主题类公园仅占比47%。

国际经验表明，具有明显主题的公园整体表现优于无明显主题的公园，这也解释了我国主题公园高度集中的原因。而对索尼公司来说，无疑是一大利好，因为其拥有丰富的国际知名的IP资源，因此尽管中国主题公园竞争激烈，但索尼主题公园在中国发展也值得期待。

中国主题公园主题类型分别情况

数据来源：文化委

中国主题公园主题类型（有明显主题）分别情况

数据来源：文化委

2017年中国主题公园游客总量达到近1.9亿人次，按照14亿人口的基数计算，人均访问量为0.13次。美国为全球最大的主题公园市场，2017年其主题公园游客总量约为2.1亿人次，人均访问量为0.65次，是中国的五倍。因此未来，随着旅游市场的持续快速发展，以及中国中产阶级人口的不断增加、交通系统的持续改善，中国旅游市场对休闲和主题公园的需求将持续上升。预计随着国内各大型主题公园的陆续营业，到2020年，中国主题公园游客总量有望达到2.3亿人，超越美国，成为全球主题公园第一大市场。

此外，从发展空间来看，以美国当前的水平为标准，即使未来中国人口保持在14亿的水平，中国主题公园的年访问量也可望达到9.1亿人次，想象空间十分巨大。

中国主题公园未来发展空间

数据来源：文化委（YZ）

告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国主题公园行业分析报告-市场深度调研与未来商机分析》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国主题公园行业发展概述
第一节 主题公园行业发展情况概述
一、主题公园行业相关定义
二、主题公园行业基本情况介绍
三、主题公园行业发展特点分析
第二节中国主题公园行业上下游产业链分析
一、产业链模型原理介绍
二、主题公园行业产业链条分析
三、中国主题公园行业产业链环节分析
1、上游产业
2、下游产业

第三节 中国主题公园行业生命周期分析
一、主题公园行业生命周期理论概述
二、主题公园行业所属的生命周期分析
第四节 主题公园行业经济指标分析
一、 主题公园行业的赢利性分析
二、 主题公园行业的经济周期分析
三、主题公园行业附加值的提升空间分析
第五节 中国主题公园行业进入壁垒分析
一、主题公园行业资金壁垒分析
二、主题公园行业技术壁垒分析
三、主题公园行业人才壁垒分析
四、主题公园行业品牌壁垒分析
五、主题公园行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球主题公园行业市场发展现状分析
第一节 全球主题公园行业发展历程回顾
第二节 全球主题公园行业市场区域分布情况
第三节 亚洲主题公园行业地区市场分析
一、亚洲主题公园行业市场现状分析
二、亚洲主题公园行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲主题公园行业市场前景分析
第四节 北美主题公园行业地区市场分析
一、北美主题公园行业市场现状分析
二、北美主题公园行业市场规模与市场需求分析
三、北美主题公园行业市场前景分析
第五节 欧盟主题公园行业地区市场分析
一、欧盟主题公园行业市场现状分析
二、欧盟主题公园行业市场规模与市场需求分析
三、欧盟主题公园行业市场前景分析
第六节 2019-2025年世界主题公园行业分布走势预测
第七节 2019-2025年全球主题公园行业市场规模预测

第三章 中国主题公园产业发展环境分析
第一节 我国宏观经济环境分析
一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析
三、社会固定资产投资分析
四、全社会消费品主题公园总额
五、城乡居民收入增长分析
六、居民消费价格变化分析
七、对外贸易发展形势分析
第二节 中国主题公园行业政策环境分析
一、行业监管体制现状
二、行业主要政策法规
第三节 中国主题公园产业社会环境发展分析
一、人口环境分析
二、教育环境分析
三、文化环境分析
四、生态环境分析
五、消费观念分析

第四章 中国主题公园行业运行情况
第一节 中国主题公园行业发展状况情况介绍
一、行业发展历程回顾
二、行业创新情况分析
三、行业发展特点分析
第二节 中国主题公园行业市场规模分析
第三节 中国主题公园行业供应情况分析
第四节 中国主题公园行业需求情况分析
第五节 中国主题公园行业供需平衡分析
第六节 中国主题公园行业发展趋势分析

第五章 中国主题公园所属行业运行数据监测
第一节 中国主题公园所属行业总体规模分析
一、企业数量结构分析
二、行业资产规模分析
第二节 中国主题公园所属行业产销与费用分析
一、流动资产
二、销售收入分析
三、负债分析

四、利润规模分析
五、产值分析
第三节 中国主题公园所属行业财务指标分析
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

第六章 2016-2018年中国主题公园市场格局分析
第一节 中国主题公园行业竞争现状分析
一、中国主题公园行业竞争情况分析
二、中国主题公园行业主要品牌分析
第二节中国主题公园行业集中度分析
一、中国主题公园行业市场集中度分析
二、中国主题公园行业企业集中度分析
第三节 中国主题公园行业存在的问题
第四节 中国主题公园行业解决问题的策略分析
第五节 中国主题公园行业竞争力分析
一、生产要素
二、需求条件
三、支援与相关产业
四、企业战略、结构与竞争状态
五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国主题公园行业需求特点与动态分析
第一节 中国主题公园行业消费市场动态情况
第二节 中国主题公园行业消费市场特点分析
一、需求偏好
二、价格偏好
三、品牌偏好
四、其他偏好
第三节 主题公园行业成本分析
第四节 主题公园行业价格影响因素分析
一、供需因素
二、成本因素

三、渠道因素
四、其他因素
第五节 中国主题公园行业价格现状分析
第六节 中国主题公园行业平均价格走势预测
一、中国主题公园行业价格影响因素
二、中国主题公园行业平均价格走势预测
三、中国主题公园行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国主题公园行业区域市场现状分析
第一节 中国主题公园行业区域市场规模分布
第二节 中国华东地主题公园市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区主题公园市场规模分析
四、华东地区主题公园市场规模预测
第三节 华中地区市场分析
一、华中地区概述
二、华中地区经济环境分析
三、华中地区主题公园市场规模分析
四、华中地区主题公园市场规模预测
第四节 华南地区市场分析
一、华南地区概述
二、华南地区经济环境分析
三、华南地区主题公园市场规模分析

第九章 2016-2018年中国主题公园行业竞争情况
第一节 中国主题公园行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、现有企业间竞争
二、潜在进入者分析
三、替代品威胁分析
四、供应商议价能力
五、客户议价能力
第二节 中国主题公园行业SWOT分析
一、行业优势分析
二、行业劣势分析

三、行业机会分析
四、行业威胁分析
第三节 中国主题公园行业竞争环境分析（PEST）
一、政策环境
二、经济环境
三、社会环境
四、技术环境

第十章 主题公园行业企业分析（随数据更新有调整）
第一节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
1、主要经济指标情况
2、企业盈利能力分析
3、企业偿债能力分析
4、企业运营能力分析
5、企业成长能力分析
四、公司优劣势分析
第二节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第三节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第四节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第五节 企业

一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国主题公园行业发展前景分析与预测
第一节 中国主题公园行业未来发展前景分析
一、主题公园行业国内投资环境分析
二、中国主题公园行业市场机会分析
三、中国主题公园行业投资增速预测
第二节 中国主题公园行业未来发展趋势预测
第三节 中国主题公园行业市场发展预测
一、中国主题公园行业市场规模预测
二、中国主题公园行业市场规模增速预测
三、中国主题公园行业产值规模预测
四、中国主题公园行业产值增速预测
五、中国主题公园行业供需情况预测
第四节 中国主题公园行业盈利走势预测
一、中国主题公园行业毛利润同比增速预测
二、中国主题公园行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国主题公园行业投资风险与营销分析
第一节 主题公园行业投资风险分析
一、主题公园行业政策风险分析
二、主题公园行业技术风险分析
三、主题公园行业竞争风险分析
四、主题公园行业其他风险分析
第二节 主题公园行业企业经营发展分析及建议
一、主题公园行业经营模式
二、主题公园行业销售模式
三、主题公园行业创新方向
第三节 主题公园行业应对策略
一、把握国家投资的契机
二、竞争性战略联盟的实施
三、企业自身应对策略

第十三章2019-2025年中国主题公园行业发展策略及投资建议
第一节 中国主题公园行业品牌战略分析
一、主题公园企业品牌的重要性
二、主题公园企业实施品牌战略的意义
三、主题公园企业品牌的现状分析
四、主题公园企业的品牌战略
五、主题公园品牌战略管理的策略
第二节 中国主题公园行业市场的重点客户战略实施
一、实施重点客户战略的必要性
二、合理确立重点客户
三、对重点客户的营销策略
四、强化重点客户的管理
五、实施重点客户战略要重点解决的问题
第三节 中国主题公园行业战略综合规划分析
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、业务组合战略
四、区域战略规划
五、产业战略规划
六、营销品牌战略
七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国主题公园行业发展策略及投资建议
第一节 中国主题公园行业产品策略分析
一、服务产品开发策略
二、市场细分策略
三、目标市场的选择
第二节 中国主题公园行业定价策略分析
第三节 中国主题公园行业营销渠道策略
一、主题公园行业渠道选择策略
二、主题公园行业营销策略
第四节 中国主题公园行业价格策略
第五节 观研天下行业分析师投资建议
一、中国主题公园行业重点投资区域分析

二、中国主题公园行业重点投资产品分析

图表详见正文·····

详细请访问：http://baogao.chinabaogao.com/wentiyule/395152395152.html