

2020年中国主题公园市场调研报告- 市场深度分析与投资前景研究

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《2020年中国主题公园市场调研报告-市场深度分析与投资前景研究》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/fangdichang/518938518938.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

主题公园是指以营利为目的兴建的，占地、投资达到一定规模，实行封闭管理，具有一个或多个特定文化旅游主题，为游客有偿提供休闲体验、文化娱乐产品或服务的园区。主题公园的特征主要包括：长期商业运营，有大量资金投入；建设有游乐、餐饮、零售和其他综合服务设施；游客需付费参观游览；有固定经营场所，室内、室外或室内外结合的封闭式园区。

主题公园特征

数据来源：公开资料整理

主题公园始于荷兰一对夫妇为纪念在二战中牺牲的独子，建立的一个微缩了荷兰120处风景名胜的公园，该公园于1952年开业，随即轰动欧洲。1955年，华特迪士尼在美国加利福尼亚州兴建了现代意义上第一座主题公园：迪士尼乐园。近年来，多个主题公园的涌现使得行业竞争较为激烈。

全球主题公园发展史数据来源：公开资料整理

与美国等发达国家相比，我国主题公园起步稍晚。1979年，仿《清明上河图》的香港宋城建成开放标志着我国初代主题公园的出现。2016年开始，科技（VR、直播）兴起带动技术升级，新的模式开始出现，主题公园朝多元化发展，全产业链+新科技+大IP逐渐成为主流。

我国主题公园发展史

阶段

时间

典型事件

特点

第一代主题公园

1979-1988年

1979年，仿《清明上河图》的香港宋城建成开放。

游乐园、以历史或文学为主题建设的园林、影视拍摄基地的利用。

1982年，首家大众游乐园“长江乐园”开门营业。

1983年，因拍摄《红楼梦》而建设大观园，日后开放营业。

第二代主题公园

1989-1997年

1989年，华侨城“锦绣中华”开业；此后，中华民俗文化村、世界之窗均以微缩景观浏览为主题。

文学为主题建设的园林、影视拍摄基地的利用。微缩景观、新型游乐场，娱乐设施互动性加强、影视城辅以节目表演。

1996年，宋城景区开业，此后宋城千古情推出，开启影视城+演艺模式。

第三代主题公园

1998-2008年

1998年，深圳欢乐谷建成营业，娱乐设施文化相结合，有一定主题文化。

现代化娱乐设施+特定主题文化，形成现代的主题公园，演艺特色更加鲜明。

2006年开始，长隆、方特欢乐世界陆续建成，形成故事的植入、娱乐和文化结合的模式，现代化的主题公园遍地开花。

第四代主题公园

2009年至今

2009年开始，万达、融创等地产商转型，新型城镇化、旅游度假区、旅游城。

新的模式开始出现，主题公园多元化，全产业链+新科技+大IP逐渐成为主流。

2008年开始，国际龙头迪士尼、环球影业相继进入中国市场，强大IP成为重中之重。

2016年开始，科技（VR、直播）兴起，带动技术升级。数据来源：公开资料整理

按照主打卖点可以把国内主题公园划分为奇幻/卡通人物、历史/文化、动物/海洋动物、自然/景观、演艺/媒体、游乐场/器械等六大类。

主题公园种类

类型

典型项目

奇幻/卡通人物

迪士尼乐园、方特梦幻王国、熊出没山谷

历史/文化

大唐芙蓉园、开封清明上河图

动物/海洋动物

珠海长隆海洋王国、中华恐龙园、香港海洋公园、澳门渔人码头、海昌海洋公园、长隆野生动物园、大连圣亚

自然/景观

锦绣中华、中国民俗文化村、世界之窗

演艺/媒体

环球影城、长影世纪城、横店影视城、宋城景区、方特东方神话

游乐场/器械

大连发现王国、六旗游乐园、欢乐谷、方特欢乐世界、长隆水上乐园数据来源：公开资料整理

随着我国经济的发展，居民消费结构从生存型消费转向服务型消费，主题公园行业进入快速发展阶段。

从2019年全球主题公园游客量TOP25来看，我国有6个主题公园上榜，分别为长隆海

洋王国、上海迪士尼乐园、香港海洋公园、香港迪士尼乐园、北京欢乐谷、长隆欢乐世界，游客量分别达到1174万人、1121万人、570万人、570万人、516万人、491万人。

2019年全球排名前25位的主题公园游客量及增长率

排名

主题公园名称

所在地

游客量（万人）

增速（%）

1

迪士尼魔法王国

美国

2096

0.5

2

迪士尼乐园

美国

1867

0.0

3

东京迪士尼乐园

日本

1791

0.0

4

东京迪士尼海洋

日本

1465

0.0

5

日本环球影城

日本

1450

1.4

6

迪士尼动物王国

美国

1389

1.0

7

迪士尼未来世界

美国

1244

0.0

8

长隆海洋王国

中国

1174

8.4

9

迪士尼好莱坞影城

美国

1148

2

10

上海迪士尼乐园

中国

1121

-5

11

环球影城

美国

1092

2

12

冒险岛

美国

1038

6

13

迪士尼加州冒险乐园

美国

986

0.0

14

巴黎迪士尼乐园

法国

975

-1

15

好莱坞环球影城

美国

915

0.0

16

爱宝乐园

韩国

661

12.9

17

乐天世界

韩国

595

-0.1

18

长岛温泉乐园

日本

595

0.5

19

欧洲主题公园

德国

575

0.5

20

香港海洋公园

中国

570

-1.7

21

香港迪士尼乐园

中国

570

-15

22

艾夫特琳主题公园

荷兰

526

-1.7

23

华特迪士尼影城

法国

525

-1

24

北京欢乐谷

中国

516

29.6

25

长隆欢乐世界

中国

491

4.8数据来源：公开资料整理

从主题公园行业市场规模来看，2019年我国主题公园行业市场规模为689.6亿元，预计2020年我国主题公园行业市场规模将达956.3亿元。

2015-2019年我国主题公园市场规模

数据来源：公开资料整理

目前我国主题公园行业产业链包含上游环节的游乐设备供应商、文化娱乐IP供给方、土地供应方及其他服务供应方，中游环节的主题公园运营商以及下游游客。

主题公园产业链

数据来源：公开资料整理

产业链中的核心动力是IP。IP作为主题公园内容创意的源泉，是粉丝的情感寄托，能够引起消费者共鸣并提升游客的到访率，粉丝愿意为IP消费打卡，从而拉动主题公园的整体销售业绩。如国际主题乐园迪士尼、环球影城依靠公司多年影视积累的强势IP资源，抓住游客的文化和艺术情结诉求，为游客提供内容体验。

知名主题公园IP资源示例

知名主题公园集团

IP资源示例

迪士尼

米老鼠、白雪公主、冰雪奇缘、海底总动员、加勒比海盗、汽车总动员、阿凡达、银河护卫队、漫威超级英雄系列等

环球影城

哈利波特、蜘蛛侠、辛普森、小黄人、超级马里奥、侏罗纪公园、怪物史莱克、功夫熊猫、变形金刚、星际迷航等等

默林

乐高、小猪佩奇等等

华强方特

熊出没、孟姜女、女娲传奇、雷峰塔、牛郎织女、梁祝等

宋城演艺

千古情、钱塘仙侠会等

华谊兄弟

星光大道、集结号、太极、通天帝国等

华侨城

锦绣中华、欢乐谷、民俗村等数据来源：公开资料整理

当前我国主题公园虽然迅速发展壮大，但也存在着严重的同质化现象，没有强大的IP形成竞争壁垒。华强方特的IP“熊出没”是国内比较成功的案例，但相对于头部集团丰富多样的IP来说还是稍显单一。因此，我国主题公园品牌打造有待升级，从而促进行业持续向好发展。

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国主题公园市场调研报告-市场深度分析与投资前景研究》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 2017-2020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、中国主题公园行业上游环节分析
- 四、中国主题公园行业下游环节分析

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 2017-2020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 2021-2026年世界主题公园行业分布走势预测

第七节 2021-2026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

四、行业发展动态

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 2017-2020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

第六节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国主题公园行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020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者基本情况

第二节 中国主题公园行业消费者属性及偏好调查

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、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 2017-2020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 中国华东地区主题公园市场分析

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 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区主题公园市场规模分析

四、华北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

四、华南地区主题公园市场规模预测

第九章 2017-2020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、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026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 2021-2026年中国主题公园行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 主题公园产业投资面临的机遇

- 一、政策机遇
- 二、技术创新机遇
- 三、市场机遇
- 四、其他机遇

第二节 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

第三节 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

第四节 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 2021-2026年中国主题公园行业发展战略及规划建议

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 2021-2026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

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangdichang/518938518938.html>