

2019年中国主题公园行业分析报告- 市场深度分析与投资前景预测

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-市场深度分析与投资前景预测》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/wentiule/371960371960.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

主题公园集中在经济发达区域，东部地区占比达到半数以上。

截至 2016 年，除港澳台以外，国内主题公园区域分布为东部地区占比 58%、中部 23.3%、西部 18.7%；主题公园最多的三个省份分别为江苏 295 个、山东 231 个、广东 219 个。国内欢乐谷，迪士尼以及方特欢乐世界园等大型主题公园，基本都布局于经济发达地区，这是主题公园布局的重要原则。如长三角、京津冀以及珠三角地区，既是区域的经济中心，同时交通四通八达，在人们消费转型升级的今天拥有大量的目标游客。本土主题公园以连锁化方式在各大区域经济中心进行项目建设，一定程度上构建了主题公园体系，也产生了有利的协同效应。同时，园区的建设带动了周边区域的经济与就业，这将是中心周边区域发展的有利契机。据不完全统计，目前长三角地区的大型主题公园已超十家，包括欢乐谷、华强方特、宋城演艺、海昌海洋公园、常州恐龙园、万达乐园、hello Kitty 主题公园、安徒生主题公园、室内乐园 JOYPOLIS 等。继迪士尼之后，乐高、六旗等海外主题公园巨头也选择从长三角入驻中国市场，也选址长三角地区。此外，位于浙江海盐的六旗乐园项目建设已经在推进中，预计明年对外开放。众多的主题公园聚集在长三角，构成了显而易见的竞争态势。

图表：我国主题公园分布

资料来源：观研天下整理

图表：我国主题公园区域分布

资料来源：观研天下整理

资料来源：观研天下整理

主题公园类型趋向多样化，按照规模大小可以分为大型主题公园、地区性主题公园、小规模公园（家庭娱乐中心）等；按照设施类型可以分为游乐园、影视基地（特色小镇）、文化园、科普教育馆等；按照主题可以分为以动植物为主题，以动漫、影视为主题，以历史文化为主题，以科学文化为主题的乐园等。

按照规模大小和辐射范围可以分为大型主题公园、地区性主题公园、小规模公园（家庭娱乐中心）等。大型主题公园年游客量在 500 万人次以上，游客市场为全国市场和国际市场。主题鲜明并且有明确的品牌吸引力，有舒适的旅游住所，如迪斯尼公园、环球影城等。地区性主题公园年游客量在 100 万~500 万，具有一定主题的路线和表演，有潜在的品牌，游客市场为省内市场和邻省市场。小规模公园家庭娱乐中心）年游客量在 20 万人次到 100 万人次以下，位于城市周围、室内或室外，游客停留时间更短，游客市场为所在城区，有时可以到达整个城市，投资在 300 万~8000 万美元。按照设施类型可以分为游乐园、影视基地（特色小镇）、文化园、科普教育馆等。游乐园是以多种游戏项目构成的一种以游乐为主题的公园，其项目包括但不限于大型惊险项目、经典射击、智力比赛项目、原始世界模拟以及未来世界幻想型项目等。项目齐全或者以单一类型游乐项目为主因游乐园而异。包括迪

士尼集团旗下的迪士尼乐园，国内的长隆集团旗下的长隆水上公园、华侨城集团的欢乐谷、华强方特的方特游乐园等。

影视基地（特色小镇），影视基地一般是指集影视拍摄、旅游、休闲观光等为一体的大型综合性旅游区，通过专业影视拍摄的场景拓展为具有历史文化底蕴以及 IP 吸引力的新型旅游景点。特色小镇则主要以某种主题或者 IP 作为核心进行建设，融入特定的内容要素，建造成为具有特定效应的主题小镇。目前国内这方面最著名的影视基地就是享有“中国好莱坞”美誉之称的横店影视城，其作为国家 5A 级景区，这里共拍摄过 500 余部影视作品。华谊兄弟打造的电影小镇以其众多的影视 IP 为链条，通过电影艺术创意，在小镇中展现出经典的电影场景，实现主体旅游和电影的有机结合。

文化园是依托文化底蕴来吸引流量和重塑旅游格局的主题公园。文化旅游势不可挡，以文化为载体的旅游模式使得旅游更能触及游客的精神。安徽的孔雀东南飞文化园通过历史爱情故事，打造历史场景再现动人爱情故事，配合影视剧的播出，以爱情为主题，充分再现了爱情文化的坚贞与质朴。宋城乐园主题公园集群包含千古情系列演出，包括《宋城千古情》、《三亚千古情》、《丽江千古情》等。

科普教育类主要包括科技馆与博物馆。现当代的科技馆与一般均以科普展览为主，配以相应的模型或者实物供参观者体验和操作，集科教、展示、普及与交流为一体。以上海科技馆为例，以相应主题设置不同展区，包括地质变化、儿童科技、科学现象等等，能够给予游客日常生活之外较为高端的认知体验。博物馆通常以收藏品展览为主，主题不一，包括历史文物、主题相应展品、个人展品等等。以大英博物馆为例，分大洲设立了不同地区的历史文物展区，充分展示了不同国度的历史文化发展和特点。：

图表：国内主要的主题公园及游客数

资料来源：观研天下整理

国内主题公园收入仍然以门票收入为主，收入结构需要向多样化发展。从收入结构上看，国外知名的主题公园收入结构更加多样化，根据《2017 中国主题公园发展报告》，国外主题公园收入主要包括三部分，其中门票占比 30%，购物占比 30%，衍生品及其他占到 40%以上。从默林集团收入结构上看，其门票收入占比 58%，商品销售 28%，住宿 10%，其他 4%。国内主题公园收入仍以门票收入和游乐项目收入为主，通常占比在 70% 左右，如 2000 年正式开业的常州恐龙园，其 2014 年、2015 年、2016 年及 2017 前三季度园区运营收入占比分别为 82.47%、77.79%、79.37%和 76.80%，园区经营收入主要为门票收入及与园区经营直接相关的收入（园区餐饮、自营项目收入和租赁收入等），文化创意及衍生品收入占比逐年增长分别为 14.75%、19.20%、16.89%和 22.13%。总体来看，未来国内主题公园的盈利结构将更加多样化，围绕 IP 运营深度的开发衍生品等市场。

图表：常州恐龙园收入占比

资料来源：观研天下整理（TC）

观研天下发布的《2019年中国主题公园行业分析报告-市场深度分析与投资前景预测》

内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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 国中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价格走势分析

第一节 中国主题公园行业消费特点

第二节 中国主题公园行业消费偏好分析

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

- 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

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/371960371960.html>