

# 2021年中国主题乐园产业分析报告- 市场深度调研与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国主题乐园产业分析报告-市场深度调研与发展趋势预测》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/532046532046.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

主题乐园，是根据某个特定的主题，采用现代科学技术和多层次活动设置方式，集诸多娱乐活动、休闲要素和服务接待设施于一体的现代旅游目的地。

国际上按照主题乐园的规模大小、项目特征和服务半径的分类。

### 主题乐园的类型

#### 类型

#### 具体内容

#### 大型目的地公园

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。主题鲜明或有多个部分构成主要的品牌吸引力，有舒适的旅游住所，主要提供参与性娱乐项目，投资达10亿美元以上，如迪斯尼公园、环球影城等。

#### 地区性主题乐园

年游客量在150万人次到350万人次，具有一定主题的路线和表演，在项目设置上以观赏性的静态景观为主，有潜在的品牌，游客市场为省内市场和邻省市场，投资2亿美元左右。

#### 游乐园

年游客量在100万人次到200万人次以上，位于城市周围，游客市场主要为所在城市，以提供机械类的参与性游乐项目为主，主题比较单一，品牌影响有限。投资约8000万至1亿美元。

#### 小规模主题乐园和景点

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，主要是小规模单一主题的静态人造景观，游客市场为所在城区，有时可以到达整个城市，投资在300-8000万美元。

#### 教育性景点

这一类别是近年来国外主题乐园概念扩大的结果，即从传统的娱乐游览式公园扩张到营业性的科教文化项目也作为主题乐园。这类公园为特定的教育和纪念目标服务，在运营上采用市场化运作的方式。在规模和项目的设定上依据公园建设的目的而定。如教育主题乐园，科技馆等。资料来源：观研天下数据中心整理

目前我国主题乐园按主题类别划分，大致可分为以下几种：

民俗风情：民俗文化村（深圳、海南、云南、桂林、西安、北京）

自然生态：青青世界（深圳）、野生动物园（深圳）、水族馆（北京）、海洋公园（香港）

未来科技：未来时代（深圳）、未来世界（杭州）、天河航天奇观（广州）

历史文化：三国城、水浒城（无锡）、宋城（杭州）、太平天国城（南海）

微缩景观：锦绣中华（深圳）、世界之窗（深圳）、老北京微缩景园（北京）

康乐休闲：水上乐园（深圳）、夏宫（沈阳）、欢乐谷（深圳）

回顾国内主题乐园的发展历程，如下图所示，主要经历以下几个阶段：雏形（游乐园/影视拍摄基地的二次利用）——第一代主题乐园（主要顺应观光游览需求）——第二代主题乐园（有故事/特色，有观光+体验）——第三代主题乐园（新技术/新模式，龙头逐步称雄）。

主题乐园的发展历程 资料来源：观研天下数据中心整理

1982-1988年，主题乐园的雏形。一方面，针对儿童青少年游玩需要，1982-1984年，游乐园开始在当时经济相对较发达的珠三角区域涌现。1982年，首家大众游乐园长江乐园诞生于中山市，1984年深圳湾游乐场建成，1985年深圳香蜜湖中国娱乐城建成，主要系居民周边娱乐配套性质，规模较有限。另一方面，拍摄《红楼梦》带来大观园的建设，此后二次利用转换为游览参观模式，也成为国内主题乐园的雏形。

1989-1996年，顺应观光游需求，第一代现代主题乐园兴起。1989年深圳华侨城投资创建的微缩景观模式的锦绣中华景区建成开业，成为我国第一个现代意义的主题乐园。1989-1990年间，众多微缩景观模式的主题乐园兴起。比如1991年中华民俗文化村开业，1994年，世界之窗开业。此外，影视类拍摄基地类主题乐园也逐步兴起，1991年，三国影视城开业，1996年，横店影视城开业。1996年，宋城景区开业，横店影视城开业等等。这一时期我国进入真正的主题乐园时代，但随之而来全国范围内主题乐园重复建设严重，模仿严重，IP不足，核心竞争力缺失。但经济水平本身又难以支撑足够的重游率，从而也导致了一波主题乐园倒闭潮。

1997-2014年，第二代主题乐园兴起，主题乐园进入大投入大制作时代，通过科技化、动漫卡通化、演艺等各种特色化方式谋发展。经过了前一波主题乐园浪潮的洗礼，主题乐园开始有意识营造故事氛围或提炼自身特色，打造自身的核心竞争力，比如宋城在1997-1998年推出《宋城千古情》，以演艺方面提升主题乐园的核心竞争力；长隆主题乐园1997年开

业，成为以大规模野生动物种群放养和自驾车观赏为特色，集动、植物的保护、研究、旅游观赏、科普教育为一体的主题乐园，并在2000年推出长隆大马戏，不断提升自身的核心竞争力；华强方特2007年在芜湖推出自身第一个主题乐园，依托自身特种电影优势打造文化+科技的主题乐园。

2015年以来，伴随国际主题乐园的进入，地产商的转型，主题乐园龙头的快速扩张，国内主题乐园龙头开始涌现，并进入一个集群式发展新时代。一方面，依托资本支持下的快速扩张和集群式发展，国内主题乐园龙头开始涌现，如下图所示，华侨城集团、长隆集团、华强文化集团、宋城集团等几大主题乐园集团已位列全球主题乐园前十名，成为国内主题乐园巨擎；另一方面，国际主题乐园龙头进入，新技术等的涌现，将给国内主题乐园行业带来新的机遇和挑战。

我国主题乐园主要受国外主题乐园（尤其是美国迪斯尼乐园）建设及运作的影响，以及20世纪80年代初国内相继建成的影视拍摄基地的影响和启发，80年代末期正式建成并开园了深圳“锦绣中华”。以此为标志，我国的主题乐园进入了蓬勃发展时期，至今已有20多个年头，并且还不断有新的个性鲜明的主题乐园在新建。

我国各种主题乐园类型丰富，包括各种森林公园、动植物园、地质公园、温泉公园、文化公园、海洋公园、历史文化公园等。我国主题乐园基本呈三级阶梯结构：东部沿海分布较多规模较大，中部分布次多且规模不大，西部分布较少且规模较小。

我国主题乐园行业发展特点：

### 1、主题重复，不突出

之所以称为主题乐园，主题自然是其灵魂，而创新是主题乐园的生命。主题乐园一定要主题突出、鲜明、与众不同。如好莱坞经久不衰的原因正是因为它代表了好莱坞影视娱乐文化，具有不可替代的独特的个性。如果缺乏个性，处处模仿建设，遍地是同类主题乐园，必然会分散客源，最终难以逃脱失败的结局。这正是90年代以后中国大部分的主题乐园亏损甚至破产的最根本的原因。

### 2、形象塑造缺失，无不可替代性

这里我们有必要说一下形象的两个层次。一是“本色”形象，是全部信息的总和，这些信息不是能够随便有意引导而得来，而是来自于电视的覆盖、地理读物、他人的说法等等，结

合了个人的主观认识，这种形象一旦形成，难以改变；二是“诱导”形象，是经过与旅行社相关的各类机构有意的宣传和促销而形成，可以控制。中国的主题乐园大多重视“诱导”形象，忽视“本色”形象所带来的忠诚顾客，因而游客流失率较高，重游率低。

### 3、被动游憩的经营管理方式

所谓被动游憩形式就是指游客更多的是围在表演场地观看，而不是要求每个游客都积极参与表演。这种经营方式的好处显而易见，一方面游客只需观看的话就会节省精力以便在公园多逗留一段时间，而游客逗留时间长则自然会产生饮食方面的需求，由此产生了更多经济效益。另一方面，观看表演比参与表演所需要的人均面积更小一些，就有利于每个表演场所能容纳更多的游客。但这也存在一个弊端：仅仅只是观看而无法参与活动是维持不了游客长久兴趣的。主题乐园区别于普通公园一个最大的特点就是互动，让游客真正能够身临其境，体验到主人翁的感觉。

### 4、高消费高门票导致重游率较低

由于投资巨大，为了还本付息，维持经营并赚钱，伴随的是高门票和高消费。一般的主题乐园门票都在150左右，这与国内其他娱乐活动的票价相差悬殊，主题乐园的概念还未深入人心，对于这种过过瘾的体验式消费，游客很难从心里接受、认可这个价位。与此相对的是，一些蕴含深厚历史文化的名胜古迹，门票却在40元左右，因此这种高门票高消费必然会影响游客的回头率，重游率，也会影响游客在景区及周边地区的其他附加消费。

### 5、主题乐园需要大的资金投入，后继开发存在问题

美国洛杉矶迪斯尼乐园的一个人工湖的水面面积比上海西郊公园大150亩，此外还精心培育了面积广达30平方公里、拥有众多水禽和水族的森林和沼泽。70年代，新加坡在东西长41公里，南北宽25公里的寸土寸金的土地上辟出4272亩，建设投资了几十个亿的圣淘沙主题乐园，继而又辟出100多公顷土地建造鳄鱼公园和世界上最大的飞禽公园。相比较而言，中国的主题乐园起步晚，大部分项目投资相对较小，限制了公园的后继发展潜力，产品也无法随着游客兴趣的转移与科技进步的速度而更新换代。

目前国内主题乐园投资在5000万元以上的有360家左右，近年来规模以上主题乐园数量变化如下：

2015-2019年中国规模以上主题乐园数量

资料来源：国家统计局、观研天下数据中心整理

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。《2021年中国主题乐园产业分析报告-市场深度调研与发展趋势预测》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。

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年中国主题乐园行业发展概述

#### 第一节 主题乐园行业发展情况概述

##### 一、主题乐园行业相关定义

##### 二、主题乐园行业基本情况介绍

##### 三、主题乐园行业发展特点分析

##### 四、主题乐园行业经营模式

##### 1、生产模式

##### 2、采购模式

##### 3、销售模式

## 五、主题乐园行业需求主体分析

### 第二节 中国主题乐园行业上下游产业链分析

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、主题乐园行业产业链条分析

#### 三、产业链运行机制

##### 1、沟通协调机制

##### 2、风险分配机制

##### 3、竞争协调机制

#### 四、中国主题乐园行业产业链环节分析

##### 1、上游产业

##### 2、下游产业

### 第三节 中国主题乐园行业生命周期分析

#### 一、主题乐园行业生命周期理论概述

#### 二、主题乐园行业所属的生命周期分析

### 第四节 主题乐园行业经济指标分析

#### 一、主题乐园行业的赢利性分析

#### 二、主题乐园行业的经济周期分析

#### 三、主题乐园行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国主题乐园行业进入壁垒分析

#### 一、主题乐园行业资金壁垒分析

#### 二、主题乐园行业技术壁垒分析

#### 三、主题乐园行业人才壁垒分析

#### 四、主题乐园行业品牌壁垒分析

#### 五、主题乐园行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球主题乐园行业市场发展现状分析

### 第一节 全球主题乐园行业发展历程回顾

### 第二节 全球主题乐园行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲主题乐园行业地区市场分析

#### 一、亚洲主题乐园行业市场现状分析

#### 二、亚洲主题乐园行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲主题乐园行业市场前景分析

### 第四节 北美主题乐园行业地区市场分析

#### 一、北美主题乐园行业市场现状分析

#### 二、北美主题乐园行业市场规模与市场需求分析

### 三、北美主题乐园行业市场前景分析

#### 第五节 欧洲主题乐园行业地区市场分析

##### 一、欧洲主题乐园行业市场现状分析

##### 二、欧洲主题乐园行业市场规模与市场需求分析

##### 三、欧洲主题乐园行业市场前景分析

#### 第六节 2021-2026年世界主题乐园行业分布走势预测

#### 第七节 2021-2026年全球主题乐园行业市场规模预测

### 第三章 中国主题乐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、全社会消费品主题乐园总额

##### 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 中国主题乐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 中国主题乐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 中国主题乐园行业运行情况

#### 第一节 中国主题乐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 中国主题乐园行业市场规模分析

#### 第三节 中国主题乐园行业供应情况分析

#### 第四节 中国主题乐园行业需求情况分析

## 第五节 我国主题乐园行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

## 第六节 中国主题乐园行业供需平衡分析

## 第七节 中国主题乐园行业发展趋势分析

## 第五章 中国主题乐园所属行业运行数据监测

### 第一节 中国主题乐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 中国主题乐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 中国主题乐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年中国主题乐园市场格局分析

### 第一节 中国主题乐园行业竞争现状分析

- 一、中国主题乐园行业竞争情况分析
- 二、中国主题乐园行业主要品牌分析

### 第二节 中国主题乐园行业集中度分析

- 一、中国主题乐园行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国主题乐园行业市场集中度分析

### 第三节 中国主题乐园行业存在的问题

### 第四节 中国主题乐园行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国主题乐园行业钻石模型分析

- 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 2017-2020年中国主题乐园行业需求特点与动态分析

第一节 中国主题乐园行业消费市场动态情况

第二节 中国主题乐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 主题乐园行业成本结构分析

第四节 主题乐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 中国主题乐园行业价格现状分析

第六节 中国主题乐园行业平均价格走势预测

一、中国主题乐园行业价格影响因素

二、中国主题乐园行业平均价格走势预测

三、中国主题乐园行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国主题乐园行业区域市场现状分析

第一节 中国主题乐园行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区主题乐园市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区主题乐园市场规模分析

四、华东地区主题乐园市场规模预测

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、华中地区主题乐园市场规模分析

四、华中地区主题乐园市场规模预测

#### 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、华南地区主题乐园市场规模分析
- 四、华南地区主题乐园市场规模预测

#### 第九章 2017-2020年中国主题乐园行业竞争情况

##### 第一节 中国主题乐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 中国主题乐园行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

##### 第三节 中国主题乐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 主题乐园行业企业分析（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 2021-2026年中国主题乐园行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国主题乐园行业未来发展前景分析

- 一、主题乐园行业国内投资环境分析
- 二、中国主题乐园行业市场机会分析
- 三、中国主题乐园行业投资增速预测

### 第二节 中国主题乐园行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国主题乐园行业市场发展预测

- 一、中国主题乐园行业市场规模预测
- 二、中国主题乐园行业市场规模增速预测
- 三、中国主题乐园行业产值规模预测
- 四、中国主题乐园行业产值增速预测
- 五、中国主题乐园行业供需情况预测

#### 第四节 中国主题乐园行业盈利走势预测

- 一、中国主题乐园行业毛利润同比增速预测
- 二、中国主题乐园行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国主题乐园行业投资风险与营销分析

### 第一节 主题乐园行业投资风险分析

- 一、主题乐园行业政策风险分析
- 二、主题乐园行业技术风险分析
- 三、主题乐园行业竞争风险分析
- 四、主题乐园行业其他风险分析

### 第二节 主题乐园行业应对策略

- 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年中国主题乐园行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国主题乐园行业品牌战略分析

- 一、主题乐园企业品牌的重要性
- 二、主题乐园企业实施品牌战略的意义
- 三、主题乐园企业品牌的现状分析
- 四、主题乐园企业的品牌战略
- 五、主题乐园品牌战略管理的策略

### 第二节 中国主题乐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 中国主题乐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

### 第四节 主题乐园行业竞争力提升策略

- 一、主题乐园行业产品差异性策略

- 二、主题乐园行业个性化服务策略
- 三、主题乐园行业的促销宣传策略
- 四、主题乐园行业信息智能化策略
- 五、主题乐园行业品牌化建设策略
- 六、主题乐园行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026年中国主题乐园行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国主题乐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 中国主题乐园行业营销渠道策略

- 一、主题乐园行业渠道选择策略
- 二、主题乐园行业营销策略

### 第三节 中国主题乐园行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国主题乐园行业重点投资区域分析
- 二、中国主题乐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/wentiule/532046532046.html>