

2018-2023年中国主题公园行业市场产销态势分析及投资发展趋势研究报告

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《2018-2023年中国主题公园行业市场产销态势分析及投资发展趋势研究报告》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/shangchang/304425304425.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

主题公园是一种人造旅游资源，它得益于观览主体深化性。成功的主题公园，围绕一个或几个主题创造系列体验项目，拥有时尚的接待环境和欢乐气氛来吸引游客。故此，一个最基本特征就是文化创意领先。因此，对受众面来说，主题公园不仅有观赏意趣，还需有启迪意义。20世纪80年代，主题公园在中国诞生，历经了四个阶段。第一阶段是在80年代中期以前，以兴建游乐场为主。第二阶段是80年代末期开始，以深圳的“锦绣中华”兴建成功为代表，全国各地出现了以民族文化、世界文化、仿古文化为主题的各种主题公园，一时之间，主题公园遍布大江南北。第三阶段是进入新千年以后，经过市场竞争的淘汰与洗礼，主题公园伴随高科技等新兴技术的发展，出现了规模化、集团化、多元化的趋向，形成了以北京、上海、深圳、杭州等大城市为中心的主题公园集中区域。近年，投资巨大的新型主题公园仍不断兴建。运用人工智能、自动控制、数字技术、四维动漫等高科技手段则成为了第四代主题公园的亮点。

国际上按照主题公园的规模大小、项目特征和服务半径的分类。

主题公园按照主题公园的规模大小、项目特征和服务半径的分类 资料来源：公开资料整理

国家旅游局是国务院主管旅游工作的直属机构，实行“中央指导、属地管理”的管理体制，对省、自治区、市、县和区级地方旅游局进行工作指导。地方各级旅游局（或旅游委员会）是当地旅游工作的行业主管部门，直属于各级地方政府管理。

主题公园行业作为旅游业的细分子行业，主要接受旅游业主管部门即国家旅游局和地方旅游管理部门的监督管理。此外，根据《游乐园管理规定》（建设部85号令），住房和城乡建设部负责全国游乐类主题公园的规划、建设和管理工作；国家质量监督检验检疫总局负责全国游乐类主题公园游乐设施的质量监督和安全监察工作；县级以上地方人民政府园林、质量技术监督行政部门，负责该行政区域内相应的工作。

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国主题公园行业市场产销态势分析及投资发展趋势研究报告》主要研究主题公园行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说

说明书等等。

第一章 主题公园相关概述

1.1 主题公园的定义和内涵

1.1.1 主题公园的概念

1.1.2 主题公园的涵义

1.1.3 主题公园产业链构成

1.1.4 主题公园是商业和旅游业结合的产物

1.2 主题公园的起源和发展

1.2.1 主题公园的起源

1.2.2 主题公园的历史沿革

1.2.3 主题公园的特点

1.2.4 主题公园的类型

1.3 主题公园产业特性分析

1.3.1 高投入高成本

1.3.2 明显的生命周期性

1.3.3 主题产品衍生产业尚未形成

1.3.4 客源市场集中在国内和亚洲文化圈

1.4 中国主题公园发展的重要性

1.4.1 中国主题公园建设发展的意义

1.4.2 主题公园对区域经济发展具有推动作用

1.4.3 主题公园成为城市旅游形象的新名片

第二章 2015-2017年国际主题公园发展状况及经验借鉴

2.1 2015-2017年世界主题公园发展综述

2.1.1 市场运营状况

2.1.2 企业模式分析

2.1.3 投资建设近况

2.1.4 运营趋势剖析

2.2 2015-2017年全球部分地区主题公园市场发展状况

2.2.1 美洲地区

2.2.2 亚太地区

2.2.3 欧洲/中东/非洲地区

2.3 世界主题公园发展的成功经验分析

2.3.1 选址的重要性

2.3.2 充分展现主题及强调游客参与

2.3.3 娱乐与教育相结合

2.3.4 主题公园与零售业相结合

2.3.5 价格策略多元化

2.3.6 完善的服务系统

2.3.7 经营规模化

第三章 2015-2017年中国主题公园的发展环境分析

3.1 一般环境分析

3.1.1 技术环境

3.1.2 社会文化环境

3.1.3 自然环境

3.2 政策环境分析

3.2.1 政治环境综述

3.2.2 主题公园政策规范

3.2.3 主题公园相关政策

3.3 经济环境分析

3.3.1 国际经济运行现状

3.3.2 中国经济运行现状

3.3.3 中国经济发展趋势

3.3.4 经济环境对景区的影响

3.4 产业环境分析

3.4.1 旅游业发展成就

3.4.2 旅游业收入状况

3.4.3 旅游业重要发展战略

3.4.4 国际影响力增强

3.4.5 旅游业前景展望

第四章 2015-2017年中国主题公园市场全面发展分析

4.1 中国主题公园的发展综述

4.1.1 发展历程回顾

4.1.2 建设运营特点

4.1.3 发展特征分析

4.1.4 基本态势判断

4.2 2015-2017年中国主题公园市场运行分析

4.2.1 市场发展现状

4.2.2 行业运营分析

4.2.3 区域布局状况

4.2.4 市场发展业态

4.2.5 盈利模式分析

4.2.6 市场热点事件

4.3 中国主题公园的SWOT分析

4.3.1 优势分析

4.3.2 劣势分析

4.3.3 机遇分析

4.3.4 挑战分析

4.4 中国主题公园盈利能力分析

4.4.1 盈利能力现状

4.4.2 现行盈利模式

4.4.3 盈利不佳原因

4.4.4 国外盈利启示

4.4.5 盈利模式提升路径

4.5 中国主题公园运营方式分析

4.5.1 盈利结构待完善

4.5.2 轻资产方式拓展

4.5.3 IP创新寻机遇

4.5.4 泛主题公园项目受关注

4.6 我国主题公园发展制约因素分析

4.6.1 选址

4.6.2 主题文化内涵

4.6.3 产品（项目）设计

4.7 我国主题公园创新发展的路径

4.7.1 产品（项目）创新

4.7.2 服务创新

4.7.3 景观设计的创新

4.7.4 营销手段的创新

第五章 2015-2017年中国主题公园建设状况

5.1 主题公园的建设开发条件

5.1.1 资源条件

5.1.2 区位条件

5.1.3 市场条件

5.1.4 规模条件

5.2 主题公园建设应该注意的问题

5.2.1 主题公园的主题

5.2.2 管理与服务

5.2.3 主题公园的产品

5.3 2015年中国主题公园建设动态

5.3.1 铜仁德江县建成人民主题公园

5.3.2 天津市建成首个航天主题公园

5.3.3 山东齐河泉城欧乐堡主题公园开业

5.3.4 兰州新区打造旅游主题公园

5.3.5 北京环球主题公园项目获批

5.4 2016年中国主题公园建设动态

5.4.1 长三角地区主题公园建设迅速

5.4.2 北京环球影城主题公园即将动工

5.4.3 铜仁仁山文化主题公园开工

5.5 2017年中国主题公园发展动态

5.5.1 上海迪士尼乐园正式开园

5.5.2 南宁中泰主题公园正式动工

5.5.3 荔波冰雪世界主题乐园开工

5.5.4 长城动漫全产业链布局分析

5.5.5 华强方特主题公园发展动态

5.6 主题公园建设中的景观设计分析

5.6.1 主题公园景观的构成要素

5.6.2 主题公园地形设计

5.6.3 主题公园建筑设计

5.6.4 主题公园植物设计

5.6.5 主题公园小品设计

5.7 主题公园之景观要素在北方地区的表现浅析

5.7.1 中国主题公园建设热潮概述

5.7.2 主题公园景观要素表现手法

5.7.3 实践案例的分析

第六章 2015-2017年主题公园细分市场建设发展状况

6.1 2015-2017年雕塑主题公园的建设发展

6.1.1 发展起源简析

6.1.2 代表案例分析

6.1.3 公园的公共性

6.1.4 公园建设动态

6.2 2015-2017年影视主题公园的建设发展

6.2.1 市场发展现状

6.2.2 公园分布特征

6.2.3 公园建设动态

6.2.4 市场扩张态势

6.3 2015-2017年海洋主题公园的建设发展

6.3.1 市场发展阶段

6.3.2 市场竞争态势

6.3.3 公园建设动态

6.3.4 发展启示借鉴

6.4 2015-2017年汽车主题公园的建设发展

6.4.1 德国经验借鉴

6.4.2 市场建设设想

6.4.3 公园建设动态

6.5 其他主题公园

6.5.1 动漫主题公园

6.5.2 历史文化主题乐园

6.5.3 军事主题公园

第七章 2015-2017年中国部分地区及城市主题公园发展状况

7.1 2015-2017年长三角地区主题公园发展分析

7.1.1 发展阶段沿革

7.1.2 市场格局分析

7.1.3 市场竞争状况

7.1.4 存在问题分析

7.1.5 发展趋势分析

7.2 2015-2017年珠三角主题公园产业集群剖析

7.2.1 集群演进路径

7.2.2 集群发展条件

7.2.3 集群演进模式

7.3 2015-2017年深圳主题公园发展分析

7.3.1 整体发展综述

7.3.2 市场发展现状

7.3.3 存在问题分析

7.3.4 创新发展分析

7.3.5 市场发展趋势

7.4 2015-2017年海南主题公园发展分析

7.4.1 市场发展分析

7.4.2 规划布局区域

7.4.3 建设规划探析

7.4.4 开发政策解读

7.4.5 特色公园建设

7.5 其他地区

7.5.1 北京市

7.5.2 山东省

7.5.3 福建省

第八章 2015-2017年国内外著名主题公园发展运营分析

8.1 迪士尼乐园

8.1.1 园区基本简介

8.1.2 发展战略解析

8.1.3 东京迪士尼运营现状

8.1.4 香港迪士尼运营现状

8.1.5 上海迪士尼运营现状

8.1.6 成功经营策略

8.1.7 发展启示分析

8.2 香港海洋公园

8.2.1 园区基本简介

8.2.2 经营状况分析

8.2.3 发展战略解析

8.2.4 未来发展展望

8.3 华侨城主题公园

8.3.1 园区基本简介

8.3.2 园区规模分析

8.3.3 发展模式分析

8.3.4 发展态势分析

8.4 长隆欢乐世界

8.4.1 园区基本简介

8.4.2 园区规模分析

8.4.3 园区规划方案

8.4.4 园区规划项目

8.4.5 园区规划建议

8.5 中华恐龙园

8.5.1 园区基本简介

8.5.2 园区发展历程

8.5.3 园区运营状况

8.5.4 产品优势及特点

8.5.5 成功模式分析

8.5.6 挑战及开发建议

第九章 2015-2017年中国主题公园市场投资主体经营状况分析

9.1 迪士尼公司

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 企业经营状况

9.1.3 授权产品销售额

9.1.4 市场运作模式

9.1.5 品牌价值开发

9.2 深圳华侨城股份有限公司

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 经营效益分析

9.2.3 业务经营分析

9.2.4 财务状况分析

9.2.5 企业发展战略

9.2.6 未来前景展望

9.3 宋城演艺发展股份有限公司

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 经营效益分析

9.3.3 业务经营分析

9.3.4 财务状况分析

9.3.5 未来前景展望

9.4 海昌海洋公园控股有限公司

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 2015年企业经营状况

9.4.3 2016年企业经营状况

9.4.4 2017年企业经营状况

9.5 华谊兄弟传媒股份有限公司

9.5.1 企业发展概况

9.5.2 经营效益分析

9.5.3 业务经营分析

9.5.4 财务状况分析

9.5.5 业务布局战略

9.5.6 未来前景展望

第十章 2015-2017年中国主题公园发展策略研究

10.1 中国主题公园发展存在的问题

10.1.1 主要矛盾分析

10.1.2 数量多而规模小

10.1.3 主题不鲜明及重复建设

10.1.4 收入单一

10.1.5 产品单一且缺乏创新

10.2 从规划设计角度分析主题公园的发展对策

10.2.1 设计目标

10.2.2 设计主体

10.2.3 设计技能

10.3 从经营管理的角度分析主题公园的发展对策

10.3.1 强化战略管理

10.3.2 延迟生命周期策略

10.3.3 降低季节性影响

10.3.4 加强内部管理

10.4 从宏观调控的角度分析主题公园的发展对策

10.4.1 约束主题公园的投资建设

10.4.2 实施严格的审批制度

10.4.3 支持重大主题公园建设

10.5 中国主题公园文化精致化发展的对策

10.5.1 以文化内涵突破重围

10.5.2 主题公园文化特色探析

10.5.3 主题开发

10.5.4 精致的规划设计和施工

10.5.5 经营管理

10.6 主题公园的开发经营策略

10.6.1 市场导向策略

10.6.2 文化主导策略

10.6.3 本土特色策略

10.6.4 系统经济策略

10.6.5 资源整合策略

10.7 主题公园的发展模式思考

10.7.1 区位选择

10.7.2 开发模式选择

10.7.3 商业模式选择

第十一章 2015-2017年中国主题公园竞争分析

11.1 主题公园产业竞争模型解析

11.1.1 产业竞争强度分析

11.1.2 退出障碍和转移成本经济障碍

11.1.3 产业供应方

11.1.4 买方

11.1.5 潜在进入者

11.1.6 替代品

11.2 现代主题公园竞争焦点

11.2.1 空间竞争

11.2.2 市场体系

11.2.3 主导品牌

11.2.4 文化内涵

11.2.5 生命周期

11.3 主题公园企业取得竞争优势的必备要素

11.3.1 准确的主题选择

11.3.2 恰当的园址选择

11.3.3 独特的主题创意

11.3.4 深度的主题产品开发

11.3.5 灵活的营销策略

11.4 中国主题公园竞争对策分析

11.4.1 培育核心能力

11.4.2 开展文化经营

11.4.3 构造顾客矩阵

11.4.4 提升品牌形象

11.4.5 推进营销创新

11.4.6 实施战略管理

11.4.7 打造差异化和特色化

第十二章 2015-2017年中国主题公园营销分析

12.1 中国主题公园的主要营销方式分析

12.1.1 广告营销

- 12.1.2 数据库营销
- 12.1.3 活动策划
- 12.1.4 网络营销
- 12.2 中国主题公园营销中的文化缺失
 - 12.2.1 前期规划
 - 12.2.2 中期管理经营
 - 12.2.3 后期产品延续
 - 12.2.4 文化的价值
- 12.3 中国主题公园营销流程及推广策略选择
 - 12.3.1 体验营销
 - 12.3.2 强势品牌塑造
 - 12.3.3 新产品开发
 - 12.3.4 主题系列产品开发
- 12.4 中国主题公园营销模式的构建
 - 12.4.1 有效的主题定位
 - 12.4.2 激活市场的产品策略
 - 12.4.3 灵活多变的价格策略
 - 12.4.4 推拉结合的促销策略
- 12.5 中国主题公园的营销渠道策略分析
 - 12.5.1 营销渠道策略
 - 12.5.2 销售代理渠道
 - 12.5.3 产品直销渠道
- 第十三章 中国主题公园投资潜力分析
 - 13.1 中国主题公园的投资背景
 - 13.1.1 旅游业前景光明
 - 13.1.2 消费市场支撑
 - 13.1.3 国外资本影响
 - 13.2 中国主题公园的投资现状
 - 13.2.1 投资模式分析
 - 13.2.2 投资领域分布
 - 13.2.3 盲目投资现象
 - 13.3 中国水上主题公园商业投资模式分析
 - 13.3.1 市场发展阶段
 - 13.3.2 主要功能和载体
 - 13.3.3 投资策略分析

- 13.3.4 投资步骤介绍
- 13.3.5 投资模式分析
- 13.4 中国主题公园投资案例分析
 - 13.4.1 方特欢乐世界
 - 13.4.2 欢乐谷连锁主题公园
 - 13.4.3 迪士尼主题公园
 - 13.4.4 环球嘉年华主题公园
- 13.5 中国主题公园的投资风险及建议
 - 13.5.1 投资开发特殊性
 - 13.5.2 衍生产品开发
 - 13.5.3 主题公园投资建议
- 13.6 中国主题公园成功开发的因素分析
 - 13.6.1 主题选择与定位
 - 13.6.2 主题公园区位选择
 - 13.6.3 主题创意设计
 - 13.6.4 主题产品开发与更新
 - 13.6.5 主题公园文化内涵
- 13.7 中国主题公园投资开发建设的策略分析
 - 13.7.1 市场化商业运作模式
 - 13.7.2 设计全新的游憩方式
 - 13.7.3 树立整合营销传播理念
 - 13.7.4 加快公园管理人才开发
 - 13.7.5 实现多元化的盈利模式
- 第十四章 2018-2022年中国主题公园前景趋势预测
 - 14.1 中国主题公园未来增长驱动因素
 - 14.1.1 经济持续增长
 - 14.1.2 人均收入增加
 - 14.1.3 城镇化率攀升
 - 14.1.4 政府支持
 - 14.1.5 基建改善
 - 14.2 中国主题公园发展前景展望
 - 14.2.1 市场发展潜力
 - 14.2.2 未来发展前景
 - 14.2.3 行业发展预测
 - 14.3 中国主题公园发展趋势分析

14.3.1 未来发展格局

14.3.2 未来发展方向

14.3.3 战略趋势分析

14.3.4 商业化运作趋势

图表详见正文（LPJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shangchang/304425304425.html>