

# 中国主题公园产业全景调查及发展定位分析报告

## 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《中国主题公园产业全景调查及发展定位分析报告》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：<https://baogao.chinabaogao.com/lyyou/225134225134.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

## 二、报告目录及图表目录

报告大纲:

### 第一章 主题公园相关概述

#### 1.1 主题公园简述

##### 1.1.1 主题公园的定义

##### 1.1.2 主题公园的起源

##### 1.1.3 主题公园的分类

##### 1.1.4 主题公园的意义

##### 1.1.5 主题公园文化特色分析

#### 1.2 中国主题公园产业特性分析

##### 1.2.1 主题公园是高投入高成本产业

##### 1.2.2 主题公园有明显的生命周期性

##### 1.2.3 主题产品衍生产业尚未形成

##### 1.2.4 客源市场集中在亚洲文化圈

#### 1.3 主题公园对旅游业的作用及意义

##### 1.3.1 主题公园与旅游业的关系

##### 1.3.2 主题公园与城市发展的关系

### 第二章 2013-2015年中国主题公园发展环境分析

#### 2.1 经济环境

##### 2.1.1 2014年中国宏观经济运行情况

##### 2.1.2 2015年一季度中国经济运行情况

##### 2.1.3 2015年中国宏观经济形势展望

#### 2.2 政策环境

##### 2.2.1 中国旅游业政策发展导向分析

##### 2.2.2 2014年国务院通过《关于加快发展旅游业的意见》

##### 2.2.3 2014年国务院出台推进海南国际旅游岛建设意见

##### 2.2.4 2015年旅游总局出台《东北地区旅游业发展规划》

##### 2.2.5 未来几年中国将进入旅游鼓励政策出台密集期

#### 2.3 社会环境

##### 2.3.1 中国居民旅游消费的主要特征

##### 2.3.2 2014年中国居民收入水平分析

##### 2.3.3 2014年中国居民旅游消费意愿分析

##### 2.3.4 主题公园在旅游产品中的地位分析

### 第三章 2014年全球主题公园发展情况分析

### 3.1 2014年全球主题公园发展情况统计

#### 3.1.1 2014年全球主题公园发展情况统计

#### 3.1.2 2014年北美主题公园发展情况统计

#### 3.1.3 2014年欧洲主题公园发展情况统计

#### 3.1.4 2014年亚洲主题公园发展情况统计

#### 3.1.5 2014年拉美主题公园发展情况统计

#### 3.1.6 2014年全球水上乐园发展情况统计

### 3.2 全球主题公园发展情况分析

#### 3.2.1 国际主题公园的行业特征分析

#### 3.2.2 主体公园的市场竞争因素分析

#### 3.2.3 国际主题公园的经营模式分析

#### 3.2.4 国际主题公园的发展趋势分析

### 3.3 国际主题公园发展经验分析

#### 3.3.1 选址的重要性

#### 3.3.2 充分展现主题

#### 3.3.3 强调游客参与

#### 3.3.4 娱乐与教育相结合

#### 3.3.5 公园与零售相结合

#### 3.3.6 多元的价格策略

#### 3.3.7 完善的服务系统

#### 3.3.8 规模化经营策略

## 第四章 2013-2015年中国主题公园发展情况分析

### 4.1 2013-2015年中国主题公园发展现状分析

#### 4.1.1 中国主题公园的发展历程

#### 4.1.2 中国主题公园同现“亏损潮”与“投资热”

#### 4.1.3 2014年中国主题公园进入连锁化经营时代

#### 4.1.4 2015年中国进入大型主题公园发展新时期

#### 4.1.5 华侨城已成中国主题公园发展模式

### 4.2 2010-2014年中国主题公园顾客需求调查分析

#### 4.2.1 中国主题公园顾客需求调查分析

#### 4.2.2 中国文化型主题公园顾客需求调查分析

#### 4.2.3 中国动态型主题公园顾客需求调查分析

#### 4.2.4 中国静态型主题公园顾客需求调查分析

### 4.3 中国主题公园发展存在的问题分析

#### 4.3.1 公园主题趋同缺乏独特性

#### 4.3.2 盲目投资缺乏有效市场意识

#### 4.3.3 管理理念陈旧管理水平低下

#### 4.3.4 收入结构单一周边收益不足

### 第五章 中国主题公园经营管理分析

#### 5.1 影响中国主题公园发展的外部因素

##### 5.1.1 政策环境

##### 5.1.1 客源市场

##### 5.1.2 区域的经济水平

##### 5.1.3 交通配置和季节性的影响

##### 5.1.4 公园的空间集聚和竞争状况

#### 5.2 影响中国主题公园发展的内部因素

##### 5.2.1 主题公园的旅游产品

##### 5.2.2 主题公园的消费水平

##### 5.2.3 主题公园的文化内涵

#### 5.3 主题公园市场化商业运作模式分析

##### 5.3.1 主题公园发展现状分析

##### 5.3.2 中国主题公园经营现状分析

##### 5.3.3 中外主题公园的SWOT分析

##### 5.3.4 主题公园商业模式设计分析

##### 5.3.5 国产主题公园经营策略分析

### 第六章 中国主题公园案例分析

#### 6.1 成功案例分析

##### 6.1.1 华侨城集团

##### 6.1.2 深圳欢乐谷

##### 6.1.3 深圳东部华侨城

##### 6.1.4 长隆欢乐世界

##### 6.1.5 浙江杭州宋城

##### 6.1.6 无锡太湖影视基地

##### 6.1.7 天津京津新城

##### 6.1.8 成都芙蓉古城

##### 6.1.9 西安曲江新城

#### 6.2 失败案例分析

##### 6.2.1 江苏福祿贝尔科幻乐园

##### 6.2.2 海南中华民族文化村

##### 6.2.3 广州飞龙世界主题公园

#### 6.2.4 广州世界大观主题公园

#### 6.2.5 内蒙根河“天工部落”

#### 6.2.6 杭州千岛湖凤凰度假村

#### 6.2.7 内蒙古通辽莫力庙水库

### 6.3 中国主题公园成败案例的启示

#### 6.3.1 商业成功是文化社会环境成功的基础

#### 6.3.2 独特吸引力及品牌是主题园的生命力

#### 6.3.3 主题园开发成功需要更多的产业要素

#### 6.3.4 主题公园应加强产业链周边产品收益

## 第七章 关于中国主题公园发展趋势

### 7.1 2015-2020年主题公园总体发展趋势分析

#### 7.1.1 主题突出文化性

#### 7.1.2 技术体现互动性

#### 7.1.3 内容追求娱乐性

#### 7.1.4 项目偏重参与性

#### 7.1.5 氛围张扬刺激性

#### 7.1.6 景观回归真实性

#### 7.1.7 付款刷卡便捷性

#### 7.1.8 规模凸现扩张性

### 7.2 2015-2020年中国主题公园发展前景分析

#### 7.2.1 中国主题公园将迎来黄金时代

#### 7.2.2 中国主题公园的发展趋势分析

## 第八章 咨询:中国主题公园产业投资策略分析

### 8.1 迪斯尼主题公园成功经营策略

#### 8.1.1 品牌经营策略

#### 8.1.2 服务制胜策略

#### 8.1.3 产品创新策略

#### 8.1.4 灵活定价策略

#### 8.1.5 营销管理策略

#### 8.1.6 迪斯尼经营分析

#### 8.1.7 迪斯尼财务分析

#### 8.1.8 迪斯尼上海项目

### 8.2 迪斯尼对中国主题公园发展的启示

#### 8.2.1 主题公园品牌文化推广

#### 8.2.2 快乐王国的氛围营造

### 8.2.3 强大的整体营销策略

## 8.3 主题公园成功开发的要素

### 8.3.1 定位

### 8.3.2 区位选择

### 8.3.3 创意

### 8.3.4 产品

### 8.3.5 文化内涵

### 8.3.6 营销策略

### 8.3.7 策划推广

## 8.4 主题公园营销模式

### 8.4.1 主题定位

### 8.4.2 产品策略

### 8.4.3 价格策略

### 8.4.4 促销策略

### 8.4.5 渠道策略

## 8.5 主题公园营销方式分析

### 8.5.1 直复营销

### 8.5.2 内部营销

### 8.5.3 品牌营销

### 8.5.4 合作营销

### 8.5.5 网络营销

### 8.5.6 体验营销

### 8.5.7 事件营销

### 8.5.8 整合营销

图表详见正文.....

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/lyyou/225134225134.html>