

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

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/lvyou/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 主题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 区域的经济发展水平

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 江苏福禄贝尔科幻乐园

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/lvyou/225134225134.html>