

2017-2022年中国主题公园行业运营现状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《2017-2022年中国主题公园行业运营现状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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/289381289381.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

一、定义

主题公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。主要以文化复制、文化移植、文化陈列以及高新技术等手段、以虚拟环境塑造与园林环境为载体来迎合消费者的好奇心、以主题情节贯穿整个游乐项目的休闲娱乐活动空间。

图：当代中国投资规模大于10亿的大型主题公园(含已建、在建) 资料来源：公开资料，中国报告网整理

二、主题公园的类型

我国目前的主题公园按所能提供的旅游体验类型(产品形态)对其进行分类，主要有以下几种：1.情景模拟型：各种影视城类型的主题公园，比如无锡三国影视城、西安大唐芙蓉园。

2.游乐型：比如苏州乐园、珠海梦幻水城。

3.观光型：深圳锦绣中华、世界之窗等。

4.主题型：深圳明斯克航空母舰、各种水族馆。

5.风情体验型：各种民族村、民俗村，比如西双版纳傣族园。

以上分类仅仅是一种简单的分析，如果从严格意义上的主题公园分类来说，主题公园的“主题”本身就意味着一种关于文化的命题，可以衍生出许多类型的主题公园。

表：主题公园与资源基础型的旅游发展对比分析 资料来源：公开资料，中国报告网整理

图：从外部效应看主题公园与宜居宜旅城市的建设 资料来源：公开资料，中国报告网整理

三、主题公园取得经营优势的策略分析

尽管近年来部分已建成的主题公园出现亏损的状况，但这并没有完全遏制住我国大举建造主题公园的势头。如何调整经营策略、在新环境下重新建立竞争优势，从众多的主题公园中脱颖而出，是当前各个主题公园所面临的重要问题。笔者认为，主题公园只有根基于准确主题选择、恰当的园址选择、独特的主题创意、灵活的营销策略和深度的主题产品开发，才能脱颖而出。

1.准确的主题选择。主题公园的开发建设是一种综合能力和创新能力的反映，它要求具有敏锐的市场感觉以捕捉潜在的市场机会，并运用娴熟的商业运作经验，组织专业人员对主

题进行提炼、包装和设计。同时主题公园的选择还依赖有关专业人员所作的市场调查结果。市场调查可以帮助主题公园的主题主动迎合或引导消费者的需求，从而跳脱简单抄袭、模仿的阴影。

我国早期主题公园抓住国门大开、渴望了解外面世界而不能的心理，推出集中反映世界各国精华旅游景观的微缩景观主题公园，使得国民不出国门便可以领略到世界风情，主题公园的主题选择和市场切入点均十分准确，因此获得巨大成功。近几年出现的以健康娱乐为主题的游乐园、阳光健身广场通过引进国外先进游乐设备和高科技技术，帮助游客在休闲娱乐中达到锻炼身体的目的，迎合当前国民普遍追求生活质量和身体素质的需求，因此这类主题公园同样很受市场欢迎。

2.恰当的园址选择。主题公园园址的确定必须根基于对周边客源市场的详尽分析和实地考察基础上。大型主题公园要求要有较独立的客流来源，这和周边地区常住人口和流动人口数量紧密相关。比较倾向于定位在大都市的中心或近邻地区，以方便包容预定客源市场所需的绝对人口数量。一般来说，主题公园周围1小时车程内的地区是其主打市场区位，因此这些地区人口数至少要达到200万人。2至3小时车程内的地区为其次要市场区位，人口也要超过200万人。除此之外，我国绝大部分游客仍主要依赖大众交通工具，因此主题公园一般选择在经济较发达、旅游人数多的大城市周边或交通基础设施便利、有公共交通系统连接的地区。除了人口因素外，潜在客源市场经济发展水平、居民可支配收入、消费习惯等也是园址选择决策时必须要考虑的因素。

3.独特的主题创意。主题公园的主题选择需要创新思维，主题公园的经营更需要不断推陈出新。只有这样，主题公园才能永远保持对游客的新鲜感，生命周期得以延长。为此，主题公园在景观设计、旅游产品后续更新方面必须走在市场前列。

3.1景观设计。

主题公园的主题需要借助形象的景观来表达，因此园内的景观设计十分重要。我国早期主题公园建造的多数是静态景观，游客进行的是走马观花的纯观光型活动，比较容易感到乏味。这种直观性强的静态景观，游客参观完一次后缺乏重复消费的动力。这种状况迫使主题公园开始对园内的静态景观进行改造，设法在静态景观中注入动态元素。如深圳华侨城在民俗文化村等三个主题公园度过高峰期后就对其景区进行重新设计，将一些观光性的街区（苏州街、欧风街）改造成小吃街、酒吧街，更新了民俗村中心剧场、世界之窗的广场节目，而且通过游乐广场的建设来带动更活跃的参与气氛，从而提升了票房收入。随后一段时间内我国建成的观赏性主题公园在布局上更讲究动静结合，纯粹静态景观在建造上更注重它的实用性，并预留出后期改造空间。最近几年兴起的水上乐园、阳光健身广场等主题公园在设计

时以游客参与性项目为主，园内布置的各种人造景观和设施演变成为一种功能性器械设施，游客本人的活动成为园内最重要的景观，有力地吸引了本地游客。

3.2产品更新。 主题公园静态人造景观一旦建成后具有一定的稳定性，后续可塑空间毕竟有限，而动态的景观设计却可随专业人员的主观创造性的发挥得到无尽的开发和更新。如西安大唐芙蓉园在编排广场演出节目上就不断创新，其推出的大型仿唐舞蹈表演，美不胜收；组织的民俗节庆狂欢、主题晚会如七夕中国情人节、中秋赏月、啤酒节精彩纷呈，这些引人入胜的节目设计极大地提高了主题公园重游率，也创下了我国主题公园延长生命周期的成功范例。

3.3灵活的营销策略。

一般认为，主题公园的有效客源市场半径在200 - 300公里之内，有效客源半径内的潜在消费者是最有条件和最有可能进行二次游览消费的群体。因此主题公园需要针对有效客源半径市场采用灵活的营销策略，如加快信息传递、灵活定价、细分市场等着力构造培育稳定的重复消费群体。

(1) 快速信息传递。要将主题公园新的旅游内容通过有效的传播手段，及时传递给潜在消费者；利用高频度的广告提高主题公园的曝光率，加深其在潜在消费者心中的印象；或通过主题公园内拍摄影视作品的方法激发潜在消费者的好奇心。总之，要重视主题公园的各种正面信息向市场传送，以保持其对消费者的持久魅力。

(2) 灵活定价。针对主题公园所在地的经济消费水平和客流的淡旺季波动情况，进行灵活定价，以提高本地市场的重游率。如对本地游客发放公园年票；设计系列套票，对二次游览的本地游客给予价格优惠；拉大淡旺季价格差距等。

(3) 细分市场。我国的主题公园客源市场定位一般比较广泛，随着市场竞争的加剧，一些发展商开始面对特定市场订身设计制作主题公园，在营销上全力争取细分市场客源。与此同时，一些大的主题公园发展商为防止新兴建的主题公园分流客源，在新主题公园的主题选择、旅游项目设计上也有意识地加强了客源市场针对性。如华侨城的欢乐谷就将主要市场定位于儿童家庭市场。这种细分市场、培育稳定消费群体的做法是十分明智的。

四、小结

综上所述，从国内外主题公园成功的运作经验可以得出：独特的旅游文化是主题公园成功发展的核心和灵魂。成功的主题公园能灵活的使用盈利方式，完美组合成自己独特的盈利模式，紧紧吸引住每一位入园游客，但是最重要的还是把盈利方式巧妙的通过特色文化内涵串联起来。打造自己的品牌，赋予主题公园这个旅游产品以丰富的文化内涵，从而创造出具有鲜明特色的主题公园文化。

中国报告网发布的《2017-2022年中国主题公园行业运营现状调查及发展定位分析报告》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。

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。

目录：

第一章：中国主题公园行业发展综述

1.1 主题公园行业定义

1.1.1 主题公园定义

1.1.2 主题公园分类

1.1.3 主题公园特征

- (1) 主题的独特性
- (2) 特色的大众化
- (3) 效益的广泛性
- (4) 参与的体验性
- (5) 经营的要求高

1.2 主题公园行业发展环境分析

1.2.1 主题公园行业政策环境分析

- (1) 行业管理体制
- (2) 行业相关政策

1.2.2 主题公园行业经济环境分析

- (1) 宏观经济环境分析
 - 1) 国际宏观经济环境分析
 - 2) 国内宏观经济环境分析

- (2) 城市化进程分析

1.2.3 主题公园行业消费环境分析

- (1) 居民收入水平分析
- (2) 居民消费水平分析
- (3) 居民旅游消费分析
- 1) 居民出游率变化
- 2) 居民人均旅游消费情况
- 3) 居民出游目的分析
- 1.2.4 主题公园行业社会环境分析
 - (1) 法定节假日和带薪假期实施
 - (2) 人口年龄结构
 - (3) 社会结构
- 1.2.5 主题公园行业交通环境分析
 - (1) 铁路投资建设情况
 - (2) 公路投资建设情况
 - (3) 机场投资建设情况
 - (4) 交通行业客货运输情况
- 1.3 主题公园行业设计分析
 - 1.3.1 主题公园行业规划设计
 - (1) 设计目标
 - (2) 设计主体
 - (3) 设计技能
 - 1.3.2 中国主题公园行业设计步骤
 - (1) 探询市场化商业运作模式
 - (2) 设计全新的游憩方式
 - (3) 树立整合营销传播理念
 - (4) 加快经营管理人才的培养
 - (5) 实现多元化的盈利模式
 - 1.3.3 主题公园行业成功开发要素
 - (1) 准确的主题定位
 - (2) 恰当的园址选择
 - (3) 独特的主题创意
 - (4) 主题文化内涵
 - (5) 灵活的营销策略
 - (6) 深度的主题产品开发

第二章：国内外主题公园行业发展状况分析

2.1 国际主题公园行业发展分析

2.1.1 国际主题公园行业发展现状

2.1.2 国际典型主题公园分析

- (1) 迪斯尼乐园发展简介
- (2) 迪斯尼乐园经营情况
- (3) 迪斯尼乐园盈利模式
- (4) 迪斯尼乐园营销管理
- (5) 迪斯尼乐园园区设计
- (6) 迪斯尼乐园全球布局
- (7) 迪斯尼乐园发展动态
- (8) 迪斯尼乐园兴盛原因

2.1.3 国际主题公园行业发展前景

2.1.4 国际主题公园行业发展经验探讨

- (1) 国际主题公园行业发展经验借鉴
- (2) 国际主题公园发展对中国的启示

2.2 中国主题公园行业发展分析

2.2.1 旅游行业发展分析

- (1) 旅游人数分析
- (2) 旅游收入规模分析
- (3) 旅游行业发展前景分析
- (4) 旅游行业对本行业的影响

2.2.2 主题公园行业发展分析

- (1) 主题公园行业发展阶段分析
- (2) 中国主题公园行业特性分析
- (3) 主题公园行业发展现状分析
- (4) 主题公园行业影响因素分析

2.3 中国主题公园行业经营分析

2.3.1 主题公园数量规模分析

2.3.2 主题公园价格情况分析

- (1) 主题公园价格形成机制
- (2) 主题公园价格现状分析
- (3) 主题公园价格趋向预测

2.3.3 主题公园收入规模分析

2.3.4 主题公园效益情况分析

- (1) 主题公园经济效益分析

- (2) 主题公园社会效益分析
- 2.4 中国主题公园行业竞争分析
 - 2.4.1 主题公园竞争焦点分析
 - (1) 空间竞争
 - (2) 市场体系
 - (3) 主导品牌
 - (4) 文化内涵
 - (5) 生命周期
 - 2.4.2 主题公园竞争因素分析
 - (1) 主题因素分析
 - (2) 品牌因素分析
 - (3) 创新因素分析
 - (4) 高新技术应用因素分析
 - (5) 选址因素分析
 - 2.4.3 主题公园竞争对策分析
 - (1) 培育核心能力
 - (2) 开展文化经营
 - (3) 构造顾客矩阵
 - (4) 提升品牌形象
 - (5) 推进营销创新
 - (6) 实施战略管理
 - 2.4.4 主题公园竞争现状分析
 - 2.4.5 中国主题公园核心竞争力分析
 - (1) 主题公园评价指标体系
 - (2) 部分主题公园比较分析
 - (3) 主题公园核心竞争力
- 2.5 中国主题公园行业重游率分析
 - 2.5.1 主题公园重游率情况分析
 - 2.5.2 主题公园重游率低的原因
 - 2.5.3 主题公园重游率提高策略
- 2.6 中国主题公园行业存在问题及发展建议
 - 2.6.1 主题公园行业存在问题分析
 - (1) 对开发条件缺乏全面分析
 - (2) 大部分主题公园主题重复
 - (3) 资金实力不足影响后续发展

(4) 门票价格相对过高

第三章：江苏省主题公园行业发展分析

3.1 中国主题公园行业区域分布

3.2 江苏主题公园行业发展分析

3.2.1 江苏旅游行业发展情况分析

(1) 江苏旅游收入与结构

(2) 江苏游客旅游消费情况

(3) 江苏旅游业发展前景

3.2.2 江苏主题公园行业客源分析

3.2.3 江苏主题公园行业发展现状

3.2.4 江苏主题公园行业竞争分析

3.2.5 江苏主题公园行业发展规划

第四章：江苏省主题公园行业领先个案经营分析

4.1 中国主题公园行业企业总体发展状况

4.2 江苏省主题公园行业领先企业经营分析

4.2.1 苏州乐园经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

4.2.2 环球动漫嬉戏谷经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

4.2.3 淹城春秋乐园经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

4.2.4 龙城旅游控股集团经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网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/hulianwang/289381289381.html>