



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国主题公园市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2015-2020年中国主题公园市场需求及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/271400.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

主题公园（theme park），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。

主题公园是为了满足旅游者多样化休闲娱乐需求和选择而建造的一种具有创意性活动方式的现代旅游场所。它是根据特定的主题创意，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。

作为专业从事主题公园设计、规划与策划的单位，经验告诉我们只有根基于六大要素：准确的主题公园设计的选择、恰当的主题公园园址的选择、独特的主题公园创意与主题公园文化内涵、灵活的营销策略、深度的主题公园产品开发，主题公园设计才能独具一格。

我国主题公园产业发展始于华侨城于1989年在深圳打造的锦绣中华,但经过20多年发展,目前国内七成左右的主题公园还在为扭亏而努力。当环球影城等国际主题公园巨头纷纷入华时,恰逢国内地产业遭遇阵痛,"公园+地产"的模式再次引发热议。

在香港迪士尼成功运营后,上海迪士尼将于2015年开业;而英国默林娱乐知名品牌杜莎夫人蜡像馆也于今年5月在北京揭幕;6月末,美国六旗娱乐在华首个"山水六旗小镇"项目选址京津冀地区,总投资约300亿元,预计2018年开业。

当国际主题公园巨头纷纷进入中国跑马圈地时,目前国内七成左右的主题公园还在为盈利而努力。目前国内主题公园投资在5000万元以上的有300家左右,其中有一定品牌知名度、有良好经营业绩的主题公园只占比10%,有70%的主题公园亏损,20%持平。

中国正成为世界上日渐崛起的首要主题公园市场，已建成和在建项目众多，但短期内仍难达到饱和，中远期发展潜力巨大。建设有中国本土特色的主题公园，应深入挖掘中国悠久的传统文化。主题公园不是一个简单的旅游产品，而是一个文化产品，所以在经营上不能完全按照旅游市场的套路去经营，必须充分借鉴文化市场的运营规律。主题公园越来越成为大产业链中的一环，其经营应是集“景区游玩，休闲度假，文化体验”三者于一体的综合营销。在中国，主题公园的入场率节节攀升，在过去的二十年里，中国的中产阶级迅速扩大。仅在2011年，中国就新开了六个大型主题公园，许多是开在较小的二线城市。其中包括在青岛和常州（毗邻上海）开设的两个水上乐园、两个海洋公园和主题公园。2012年我国新建各种主题公园超过100家，到2020年，主题公园每年的入场人次将翻倍，增至超过2亿人次。

游乐是一种文化和幸福的产业，它的发展可以满足新形势下人们日益增长的精神文化需求，为群众提供又好又多的精神文化产品，丰富群众文化生活，提高群众幸福指数。当前，随着城乡居民收入的不断提高，我国已进入游乐、娱乐文化消费的快速增长期，人们的精神文

化需求更加旺盛，求知、求美、求乐的愿望更加强烈。目前我国城市居民收入中每增加100元，30%用于物质消费，30%用于储蓄，其余40%用于精神文化方面的消费。

从空间分布上来看，我国的大型主题公园主要集中在以广州、深圳为主体的珠江三角洲，以上海、苏州和无锡为代表的长江三角洲以及环渤海地区，此外，在长沙、武汉、成都等中西部地区城市也分布有较大规模的主题公园。这种空间布局与我国的区域经济发展水平和国内旅游市场结构是基本相符的。综观国内外经营出色的大型主题公园，无一不拥有增长持续、结构合理的客源市场。据美国城市土地研究所的研究结果，一个大型主题公园的一、二级客源市场一般分别在80km(或1小时车程)和240km(或3小时车程)内，人口均需要达到200万，除此之外的三级市场也比较重要，但不能过分依赖。深圳华侨城之所以能获得巨大成功，除了四大主题公园定位明确、相得益彰外，在很大程度上要得益于优良旅游客源市场体系。"得市场者得天下"。

2020年中国将成为世界第一大旅游目的地，每年吸引1.4亿之多的国际游客，占全球国际游客总量的8.6%。主题公园作为旅游资源的一个重要补充和现代旅游产品中的一个重要类型，我国主题公园的发展又开始跟随世界潮流，不断的发展创新，以高科技为主导的"迪斯尼"乐园。诸如上海迪斯尼乐园、苏州乐园和福祿贝尔科技乐园的建成，完全体现了当今时代主题公园的发展态势。可以说，我国的主题公园正向着一条高速、健康的道路发展，主题公园将逐渐成为人们休闲娱乐的主要消费对象。

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。

报告目录：

第一部分 主题公园产业环境透视

第一章 中国主题公园行业发展综述 1

第一节 主题公园行业定义 1

一、主题公园定义 1

二、主题公园分类 2

三、主题公园特征 3

1、主题的独特性 3

2、特色的大众化 4

3、效益的广泛性 4

4、参与的体验性 5

5、经营的要求高	5
第二节 主题公园行业发展环境分析	6
一、主题公园行业政策环境分析	6
1、行业管理体制	6
2、行业相关政策	10
二、主题公园行业经济环境分析	13
1、国际宏观经济环境分析	13
2、国内宏观经济环境分析	21
3、城市化进程分析	44
三、主题公园行业消费环境分析	46
1、居民收入水平分析	46
2、居民消费水平分析	48
3、居民出游率变化	58
4、居民人均旅游消费情况	58
5、居民出游目的分析	59
四、主题公园行业社会环境分析	59
1、法定节假日和带薪假期实施	59
2、人口年龄结构	60
3、社会结构	64
五、主题公园行业交通环境分析	69
1、铁路投资建设情况	69
2、公路投资建设情况	69
3、机场投资建设情况	70
4、交通行业客货运输情况	71
第三节 主题公园行业设计分析	74
一、主题公园行业规划设计	74
1、设计目标	74
2、设计主体	75
3、设计技能	76
二、中国主题公园行业设计步骤	78
1、探询市场化商业运作模式	78
2、设计全新的游憩方式	79

- 3、树立整合营销传播理念 79
- 4、加快经营管理人才的培养 80
- 5、实现多元化的盈利模式 80
- 三、主题公园行业成功开发要素 81

- 1、准确的主题定位 81
- 2、恰当的园址选择 82
- 3、独特的主题创意 84
- 4、主题文化内涵 86
- 5、灵活的营销策略 87
- 6、深度的主题产品开发 88

第二部分 主题公园行业深度分析

第二章 我国主题公园规划建设运行现状分析 90

第一节 我国主题公园规划建设发展状况分析 90

- 一、我国主题公园规划建设发展阶段 90
- 二、我国主题公园规划建设发展总体概况 91
- 三、我国主题公园规划建设发展特点分析 92
- 四、我国主题公园规划建设商业模式分析 92

第二节 2013年主题公园规划建设发展现状 94

- 一、2013年我国主题公园规划建设市场规模 94
- 二、2013年我国主题公园规划建设发展分析 94
- 1、主题公园的发展目标 94
- 2、主题公园的效果分析 95
- 3、主题公园的经营分析 95
- 三、2013年中国主题公园设计企业发展分析 96

- 1、杭州园林设计院股份有限公司 96
- 2、北京市园林古建筑设计研究院 96
- 3、广州南方建筑设计研究院 97
- 4、深圳市兴邦景观设计有限公司 98
- 5、深圳市红源景观集团 100

第三节 2013年中国主题公园市场情况分析 101

- 一、2013年中国主题公园市场总体概况 101
- 1、中国城市公园整体规划 101

- 2、中国主题公园发展方向 102
- 3、中国主题公园经营发展方式 103
- 二、2013年中国主题公园设计建设市场发展分析 103
 - 1、主题公园设计企业发展分析 103
 - 2、主题公园建设企业发展分析 106
 - 3、主题公园运营模式发展分析 107
- 第四节 我国主题公园规划建设市场费用走势分析 107
 - 一、主题公园规划建设市场定价机制组成 107
 - 二、主题公园规划建设市场定价影响因素 107
 - 三、主题公园设计建设费用走势分析 108
 - 四、2015-2020年主题公园建设费用走势预测 109
 - 1、2015-2020年主题公园设计费用走势预测 109
 - 2、2015-2020年主题公园项目设备费用走势预测 109
- 第三章 我国主题公园行业整体运行指标分析 110
 - 第一节 2013年中国主题公园行业总体规模分析 110
 - 一、企业数量结构分析 110
 - 二、人员规模状况分析 111
 - 三、行业资产规模分析 111
 - 四、行业市场规模分析 112
 - 第二节 2013年中国主题公园行业指标总体分析 113
 - 一、行业盈利能力分析 113
 - 1、我国主题公园行业盈利率 113
 - 2、我国主题公园行业成本费用 114
 - 3、我国主题公园行业亏损面 115
 - 二、行业偿债能力分析 115
 - 1、我国主题公园行业资产负债比率 115
 - 2、我国主题公园行业利息保障倍数 116
 - 三、行业营运能力分析 116
 - 1、我国主题公园行业应收款周转率 116
 - 2、我国主题公园行业总资产周转率 117
 - 3、我国主题公园行业流动资产周转率 117
 - 四、行业发展能力分析 118

1、我国主题公园行业总资产增长率	118
2、我国主题公园行业利润总额增长率	118
3、我国主题公园行业主营业务收入增长率	119
4、我国主题公园行业资本保值增值率	119
第三部分 主题公园市场全景调研	
第四章 2015-2020年我国主题公园细分市场分析预测	120
第一节 主题型主题公园市场分析预测	120
一、主题型主题公园技术发展进程	120
二、主题型主题公园市场规模分析	122
三、主题型主题公园市场结构分析	122
四、主题型主题公园市场竞争格局	123
五、主题型主题公园市场趋势预测	124
第二节 情景模拟主题公园市场分析预测	124
一、情景模拟主题公园技术发展进程	124
二、情景模拟主题公园市场规模分析	129
三、情景模拟主题公园市场结构分析	129
四、情景模拟主题公园市场竞争格局	129
五、情景模拟主题公园市场趋势预测	130
第三节 游乐型主题公园市场分析预测	131
一、游乐型主题公园技术发展进程	131
二、游乐型主题公园市场规模分析	131
三、游乐型主题公园市场结构分析	131
四、游乐型主题公园市场竞争格局	132
五、游乐型主题公园市场趋势预测	132
第四节 观光型主题公园市场分析预测	132
一、观光型主题公园技术发展进程	132
二、观光型主题公园市场规模分析	132
三、观光型主题公园市场结构分析	133
四、观光型主题公园市场竞争格局	133
五、观光型主题公园市场趋势预测	133
第五节 风情体验型主题公园市场分析预测	133
一、风情体验型主题公园技术发展进程	133

二、风情体验型主题公园市场规模分析	134
三、风情体验型主题公园市场结构分析	134
四、风情体验型主题公园市场竞争格局	134
五、风情体验型主题公园市场趋势预测	134
第四部分 主题公园市场竞争格局分析	
第五章 主题公园产业集群发展及区域市场分析	135
第一节 中国主题公园产业集群发展特色分析	135
一、长江三角洲主题公园产业发展特色分析	135
二、珠江三角洲主题公园产业发展特色分析	143
三、环渤海地区主题公园产业发展特色分析	152
四、中西部地区主题公园建产业发展特色分析	162
第二节 主题公园重点区域市场分析	165
一、行业总体区域结构特征及变化	165
1、区域结构总体特征	165
2、行业区域集中度分析	165
3、行业区域分布特点分析	166
4、行业规模指标区域分布分析	166
5、行业效益指标区域分布分析	166
6、行业企业数的区域分布分析	166
二、主题公园重点区域市场分析	167
三、主题公园重点市场消费分析	176
四、主题公园重点区域导向分析	176
第六章 2015-2020年主题公园行业发展及竞争竞争形势	177
第一节 中国主题公园行业发展分析	177
一、旅游行业发展分析	177
1、旅游人数分析	177
2、旅游收入规模分析	183
3、旅游行业发展前景分析	185
4、旅游行业对本行业的影响	188
二、主题公园行业发展分析	189
1、主题公园行业发展阶段分析	189
2、中国主题公园行业特性分析	202

- 3、主题公园行业发展现状分析 202
- 4、主题公园行业影响因素分析 205
- 第二节 中国主题公园行业经营分析 207
 - 一、主题公园数量规模分析 207
 - 二、主题公园价格情况分析 207
 - 1、主题公园价格形成机制 207
 - 2、主题公园价格现状分析 207
 - 3、主题公园价格趋向预测 208
 - 三、主题公园收入规模分析 208
 - 四、主题公园效益情况分析 208
 - 1、主题公园经济效益分析 208
 - 2、主题公园社会效益分析 209
- 第三节 中国主题公园行业竞争分析 210
 - 一、主题公园竞争焦点分析 210
 - 1、空间竞争 210
 - 2、市场体系 211
 - 3、主导品牌 211
 - 4、文化内涵 211
 - 5、生命周期 212
 - 二、主题公园竞争因素分析 214
 - 1、主题因素分析 214
 - 2、品牌因素分析 215
 - 3、创新因素分析 215
 - 4、高新技术应用因素分析 216
 - 5、选址因素分析 217
 - 三、主题公园竞争对策分析 219
 - 1、培育核心能力 219
 - 2、开展文化经营 219
 - 3、构造顾客矩阵 220
 - 4、提升品牌形象 221
 - 5、推进营销创新 222
 - 6、实施战略管理 223

四、主题公园竞争现状分析	224
五、中国主题公园核心竞争力分析	224
1、主题公园评价指标体系	224
2、部分主题公园比较分析	225
3、主题公园核心竞争力	229
第四节 中国主题公园行业重游率分析	230
一、主题公园重游率情况分析	230
二、主题公园重游率低的原因	230
三、主题公园重游率提高策略	231
第五节 中国主题公园行业存在问题及发展建议	232
一、对开发条件缺乏全面分析	232
二、大部分主题公园主题重复	232
三、资金实力不足影响后续发展	233
四、门票价格相对过高	233
第七章 2015-2020年主题公园领先公园经营形势分析	234
第一节 香港海洋公园	234
一、主题公园发展简介	234
二、主题公园主题特色	235
三、主题公园投资规模	237
四、主题公园园区设计模式	238
五、主题公园的盈利模式	238
六、主题公园游客规模	239
七、主题公园收费情况	240
八、主题公园交通条件	240
九、主题公园成功因素	242
第二节 澳门渔人码头	244
一、主题公园发展简介	244
二、主题公园主题特色	244
三、主题公园投资规模	245
四、主题公园园区设计模式	247
五、主题公园的盈利模式	248
六、主题公园游客规模	248

- 七、主题公园收费情况 249
- 八、主题公园交通条件 249
- 九、主题公园成功因素 250
- 第三节 香港迪士尼乐园 250
 - 一、主题公园发展简介 250
 - 二、主题公园经营情况 252
 - 三、主题公园盈利模式 253
 - 四、主题公园营销管理模式 254
 - 五、主题公园园区设计模式 257
 - 六、主题公园竞争优劣势 258
 - 七、主题公园游客规模 261
 - 八、主题公园收费情况 261
 - 九、主题公园成功因素 263
- 第四节 小人国主题公园 275
 - 一、主题公园发展简介 275
 - 二、主题公园主题特色 275
 - 三、主题公园园区设计模式 277
 - 四、主题公园收费情况 277
- 第五节 长影世纪城 278
 - 一、主题公园发展简介 278
 - 二、主题公园主题特色 281
 - 三、主题公园投资规模 281
 - 四、主题公园园区设计模式 281
 - 五、主题公园的盈利模式 285
 - 六、主题公园游客规模 285
 - 七、主题公园收费情况 285
 - 八、主题公园发展动态 287
 - 九、主题公园成功因素 287
- 第六节 发现王国 288
 - 一、主题公园发展简介 288
 - 二、主题公园盈利模式 289
 - 三、主题公园园区设计模式 290

- 四、主题公园竞争优劣势 292
- 五、主题公园收费情况 295
- 六、主题公园成功因素 295
- 第七节 深圳锦绣中华民族村 296
 - 一、主题公园发展简介 296
 - 二、主题公园经营情况 298
 - 三、主题公园盈利模式 299
 - 四、主题公园营销管理模式 299
 - 五、主题公园园区设计模式 300
 - 六、主题公园竞争优劣势 302
 - 七、主题公园游客规模 302
 - 八、主题公园收费情况 302
 - 九、主题公园成功因素 303
- 第八节 世界之窗 305
 - 一、主题公园发展简介 305
 - 二、主题公园经营情况 305
 - 三、主题公园营销管理模式 305
 - 五、主题公园园区设计模式 309
 - 六、主题公园竞争优劣势 309
- 第九节 武汉欢乐谷 313
 - 一、主题公园发展简介 313
 - 二、主题公园经营情况 314
 - 三、主题公园主题特色 315
 - 四、主题公园收费情况 315
- 第十节 北京世界公园 316
 - 一、主题公园发展简介 316
 - 二、主题公园主题特色 317
 - 三、主题公园投资规模 318
 - 四、主题公园园区设计模式 318
- 第十一节 长隆水上乐园 319
 - 一、主题公园发展简介 319
 - 二、主题公园主题特色 319

三、主题公园收费情况	321
四、主题公园交通条件	322
五、主题公园成功因素	323
第十二节 方特欢乐世界	324
第十三节 大唐芙蓉园	326
一、主题公园发展简介	326
二、主题公园主题特色	328
三、主题公园园区设计模式	329
四、主题公园收费情况	329
五、主题公园成功因素	329
第十四节 圆明新园	332
一、主题公园发展简介	332
二、主题公园经营情况	334
三、主题公园盈利模式	335
四、主题公园游客规模	335
五、主题公园营销管理模式	336
第十五节 横店影视城	340
一、主题公园发展简介	340
二、主题公园特色优势	341
三、主题公园营销管理模式	344
四、主题公园收费情况	347
第十六节 清明上河园	348
一、主题公园发展简介	348
二、主题公园经营情况	348
四、主题公园营销管理模式	349
四、主题公园发展动态	353
第十七节 西双版纳傣族园	354
一、主题公园发展简介	354
二、主题公园经营情况	354
三、主题公园营销管理模式	354
第十八节 弘阳欢乐世界	357
第十九节 中华恐龙园	359

- 一、主题公园发展简介 359
- 二、主题公园经营情况 359
- 三、主题公园营销管理模式 359
- 五、主题公园发展动态 364
- 第二十章 淹城春秋乐园 365
 - 一、主题公园发展简介 365
 - 二、主题公园投资规模 365
 - 三、主题公园收费情况 366
 - 四、主题公园交通条件 366
- 第二十一章 环球动漫嬉戏谷 369
 - 一、主题公园发展简介 369
 - 二、主题公园投资规模 369
 - 三、主题公园游客规模 369
 - 四、主题公园竞争优势分析 370
- 第二十二章 苏州乐园 372
 - 一、主题公园发展简介 372
 - 二、主题公园盈利模式分析 373
 - 三、主题公园园区设计模式 373
 - 四、主题公园营销管理模式 374
 - 五、主题公园收费情况 380
 - 六、主题公园交通条件 381
- 第二十三章 花鼓灯嘉年华 381
 - 一、主题公园发展简介 381
 - 二、主题公园主题特色 382
- 第二十四章 重庆龙门阵魔幻山主题乐园 383
 - 一、主题公园发展简介 383
 - 二、主题公园投资规模 383
 - 三、主题公园游客规模 384
 - 四、主题公园收费情况 384
- 第二十五章 珍珠乐园 385
- 第二十六章 金领欢乐世界 386
 - 一、主题公园发展简介 386

- 二、主题公园投资规模 387
- 三、主题公园主题特色 387
- 四、主题公园营销管理模式 388
- 第二十七节 深圳东部华侨城 389
 - 一、主题公园发展简介 389
 - 二、主题公园投资规模 389
 - 三、主题公园游客规模 390
 - 四、主题公园营销管理模式 390
- 第二十八节 珠海神秘岛 391
- 第二十九节 桂林乐满地主题乐园 392
- 第三十节 北京海洋馆 392
 - 一、主题公园发展简介 392
 - 二、主题公园园区设计模式 393
 - 三、主题公园竞争优势 394
 - 四、主题公园成功因素 395
- 第五部分 主题公园行业发展前景展望
- 第八章 2015-2020年主题公园行业前景及趋势预测 397
 - 第一节 2015-2020年主题公园市场发展前景 397
 - 一、2015-2020年主题公园市场发展潜力 397
 - 二、2015-2020年主题公园市场发展前景展望 397
 - 三、2015-2020年主题公园细分行业发展前景分析 399
 - 1、2015-2020年游乐型主题公园前景分析 399
 - 2、2015-2020年观光型主题公园前景分析 400
 - 3、2015-2020年情景模拟主题公园前景分析 401
 - 4、风情体验型主题公园前景分析 401
 - 第二节 2015-2020年主题公园市场发展趋势预测 402
 - 一、2015-2020年主题公园行业发展趋势 402
 - 1、设计技术发展趋势分析 402
 - 2、文化内涵发展趋势分析 402
 - 3、品牌化和连锁化趋势分析 403
 - 二、2015-2020年主题公园经营规模预测 403
 - 1、主题公园行业经营市场容量预测 403

2、主题公园行业营业收入预测	404
三、2015-2020年主题公园行业扩张趋势预测	404
四、2015-2020年细分市场发展趋势预测	405
第三节 2015-2020年中国主题公园供需预测	405
一、2015-2020年中国主题公园需求预测	405
二、2015-2020年中国主题公园供给预测	406
三、2015-2020年中国主题公园区域饱和度预测	406
四、2015-2020年中国主题公园供需平衡预测	407
第四节 影响公园经营的趋势	407
一、市场整合成长趋势	407
二、需求变化趋势及新的商业机遇预测	407
三、区域市场拓展的趋势	408
四、主题公园开发趋势及替代进展	409
第九章 2015-2020年主题公园行业投资机会与风险防范	411
第一节 中国主题公园行业投资特性分析	411
一、主题公园行业进入壁垒分析	411
二、主题公园行业投资风险分析	411
三、主题公园行业发展有利及不利因素分析	412
1、有利因素	412
2、不利因素	413
第二节 中国主题公园行业投资热点分析	413
一、主题公园主流投资模式分析	413
1、公园+地产	413
2、公园+演艺	414
3、公园+科技	414
二、主题公园投资热深层原因分析	415
三、各省市主题公园投资动向分析	416
第三节 2015-2020年主题公园行业投资风险及防范	417
一、政策风险及防范	417
二、设计技术风险及防范	419
三、区域供求风险及防范	421
四、宏观经济波动风险及防范	421

五、关联产业风险及防范	422
六、市场竞争风险及防范	422
七、其他风险及防范	423
第四节 中国主题公园行业发展建议	426
一、主题公园行业未来发展方向	426
二、主题公园行业主要投资建议	427
三、中国主题公园投资企业融资分析	429
第六部分 主题公园行业发展战略研究	
第十章 2015-2020年主题公园行业面临的困境及对策	441
第一节 2014年主题公园行业面临的困境	441
一、中国主题公园行业发展的主要困境	441
二、投资企业资金实力困难	443
三、项目建设及市场不稳定性把握困难	443
四、政策优惠及选址困难	444
第二节 主题公园投资企业面临的困境及对策	444
一、重点主题公园投资企业面临的困境及对策	444
1、重点主题公园投资企业面临的困境	444
2、重点主题公园投资企业对策探讨	445
二、中小主题公园投资企业发展困境及策略分析	445
1、中小主题公园投资企业面临的困境	445
2、中小主题公园投资企业对策探讨	445
三、国内主题公园投资企业的出路分析	445
第三节 中国主题公园投资行业存在的问题及对策	447
一、中国主题公园投资行业存在的问题	447
二、主题公园行业发展的建议对策	449
1、把握国家投资的契机	449
2、竞争性战略联盟的实施	450
3、企业自身应对策略	451
第四节 中国主题公园行业发展面临的挑战与对策	453
一、中国主题公园行业发展面临的挑战	453
二、中国主题公园行业挑战与瓶颈的对策	453
第十一章 中国主题公园行业成功运营模式分析	454

第一节 中国主题公园行业运营模式分析 454

一、主题公园经营模式分析 454

1、华侨城模式 454

2、吴文化园模式 454

3、第三极模式 454

二、主题公园盈利模式分析 455

1、盈利方式 455

2、经营增长盈利模式 455

3、物业增值盈利模式 457

4、品牌延伸盈利模式 457

5、客源共享盈利模式 458

6、"主题公园产业化发展"盈利模式 459

第二节 中国主题公园行业营销分析 460

一、主题公园行业营销模式 460

1、有效的主题定位 460

2、激活市场的产品策略 460

3、灵活多变的价格策略 462

4、推拉结合的促销策略 463

5、双管齐下的渠道策略 464

二、主题公园行业营销方式策略 466

1、直复营销 466

2、内部营销 467

3、品牌营销 468

4、合作营销 469

5、网络营销 470

6、体验营销 471

7、事件营销 471

8、整合营销 473

第三节 中国主题公园运营建议 473

一、主题公园运营存在的问题分析 473

二、主题公园行业运营管理建议 475

第四节 中国主题公园行业运营战略 476

一、主题公园六力互动模型分析	476
二、竞争格局下主题公园经营战略	478
1、差异化经营战略	478
2、空间集聚战略	478
3、战略联盟	479
第十二章 主题公园行业发展战略研究	480
第一节 主题公园行业发展战略研究	480
一、战略综合规划	480
二、技术开发战略	481
三、业务组合战略	483
四、区域战略规划	486
五、产业战略规划	495
六、经营品牌战略	497
七、竞争战略规划	499
第二节 对我国主题公园品牌的战略思考	502
一、主题公园品牌的重要性	502
二、主题公园实施品牌战略的意义	503
三、主题公园企业品牌的现状分析	505
四、我国主题公园企业的品牌战略	508
五、主题公园品牌战略管理的策略	511
第三节 主题公园经营策略分析	512
一、主题公园细分市场策略	512
二、主题公园创新策略	514
三、品牌定位与品类规划	517
四、主题公园新项目差异化战略	519
第四节 主题公园行业发展战略研究	520
一、2015-2020年主题公园融资并购战略	520
二、2015-2020年主题公园行业投资战略	522
三、2015-2020年细分行业发展战略	525
第十三章 研究结论及投资建议	527
第一节 主题公园行业研究结论及建议	527
第二节 主题公园子行业研究结论及建议	528

第三节 主题公园投资热深层原因分析及建议 529

第四节 主题公园行业投资建议 534

一、主题公园行业发展趋势分析 534

1、向主题原创方向发展 534

2、向突出教育功能转换 534

3、与衍生产业结合趋势 535

4、培育可持续发展的空间 535

5、主题公园内涵的不断丰富 535

6、技术配置向高、精、尖递进 536

7、市场竞争强度进一步加剧 536

二、主题公园行业发展前景分析 537

1、主题公园消费需求前景 537

2、主题公园发展前景分析 537

三、主题公园投资前景分析 538

四、主题公园行业投资建议 539

1、行业发展策略建议 539

2、行业投资布局建议 541

图表目录:

图表：按旅游体验类型分类 3

图表：按功能和用途分类 3

图表：2013年第一季度主要经济体GDP增速 13

图表：2013年4月份二十国集团CPI变化情况 14

图表：2013年4月份中美日欧制造业PMI 14

图表：2013年5月份中美日欧零售变化情况 15

图表：2013年5月份美日欧等发达经济体失业率 15

图表：2013年5月世界主要股指月度环比涨跌幅 16

图表：2013年5月主要商品期货价格月度环比涨跌幅 16

图表：2008-2012国内生产总值及其增长速度 22

图表：2011-2012年全国产业增长值及变化 22

图表：2011-2012国内生产总值同比增长速度 23

图表：2013年上半年国内生产总值 23

图表：2011-2013年GDP环比增长速度 24

图表：2001-2011年规模以上工业企业主要效益 24

图表：2001-2011年工业增加值 25

图表：2011-2012年固定资产投资（不含农户）同比增速 26

图表：2011-2012年分地区投资相邻两月累计同比增速 27

图表：2012年1-12月份固定资产投资（不含农户）主要数据 28

图表：2011-2012年固定资产到位资金同比增速 29

图表：2011-2012社会消费品零售总额比较 31

图表：2012年消费零售总额城乡比较 31

图表：2011-2012年社会消费零售总额名义增速 32

图表：2012-2013年上半年社会消费零售总额变化 32

图表：2011-2012年全国对外贸易总额及变化 33

图表：2011-2012年全国出口额及变化 34

图表：2011-2012年全国进口额及变化 34

图表：2012年1月国内PPI指数 39

图表：2012年2月国内PPI指数 39

图表：2012年3月国内PPI指数 39

图表：2012年4月国内PPI指数 39

图表：2012年5月国内PPI指数 40

图表：2012年6月国内PPI指数 40

图表：2012年7月国内PPI指数 40

图表：2012年8月国内PPI指数 40

图表：2012年9月国内PPI指数 40

图表：2012年10月国内PPI指数 40

图表：2012年11月国内PPI指数 40

图表：2012年12月国内PPI指数 40

图表：2013年1月国内PPI指数 41

图表：2013年2月国内PPI指数 41

图表：2013年3月国内PPI指数 41

图表：2013年4月国内PPI指数 41

图表：2013年5月国内PPI指数 41

图表：2013年6月国内PPI指数 41

图表：2012年1月国内CPI同比增幅 41

图表：2012年2月国内CPI同比增幅 41

图表：2012年3月国内CPI同比增幅 42

图表：2012年4月国内CPI同比增幅 42

图表：2012年5月国内CPI同比增幅 42

图表：2012年6月国内CPI同比增幅 42

图表：2012年7月国内CPI同比增幅 42

图表：2012年8月国内CPI同比增幅 42

图表：2012年9月国内CPI同比增幅 42

图表：2012年10月国内CPI同比增幅 42

图表：2012年11月国内CPI同比增幅 43

图表：2012年12月国内CPI同比增幅 43

图表：2013年1月国内CPI同比增幅 43

图表：2013年2月国内CPI同比增幅 43

图表：2013年3月国内CPI同比增幅 43

图表：2013年4月国内CPI同比增幅 43

图表：2013年5月国内CPI同比增幅 43

图表：2013年6月国内CPI同比增幅 43

图表：2002-2012年全国城镇人口比重 45

图表：2000-2012年我国城镇化水平变化情况 45

图表：2011-2012年中国农村人均收入变化 47

图表：2011-2012年中国城镇人均收入变化 47

图表：2012年居民每个月文化消费支出分析 48

图表：2011-2012年全国人口变化 61

图表：2011-2012年中国人口性别变化 62

图表：2011-2012年中国人口各年龄段变化 62

图表：2011-2012年中国人口城乡结构变化 63

图表：2011-2012年全国人户分离人口变化 63

图表：2011-2012年全国流动人口变化 64

图表：人口及其自然增长率变化情况 64

图表：2011-2012年全国参加城镇职工基本养老保险情况 66

图表：2011-2012年全国参加城镇基本医疗保险情况 66

图表：2011-2012年中国参加失业保险情况 67

图表：2011-2012年中国参加工伤保险情况 67

图表：2011-2012年中国参加生育保险情况 68

图表：2011-2012年中国农村扶贫对象人数情况 68

图表：2010-2013年上半年中国主题公园数量 110

图表：2010-2013年上半年中国主题公园游客数量 111

图表：2010-2013年上半年中国主题公园资产规模 111

图表：2010-2013年上半年中国主题公园市场规模 112

图表：2010-2013年上半年主题公园企业总体利润率 113

图表：2010-2013年上半年主题公园企业总体成本费用率 114

图表：标准主题公园大型设备配置参考表 114

图表：2013年上半年中国主题公园企业盈利情况 115

图表：2010-2013年上半年主题公园企业总体资产负债率 115

图表：2010-2013年上半年主题公园行业利息保障倍数 116

图表：2010-2013年上半年主题公园企业总应收账款周转率 116

图表：2010-2013年上半年中国主题公园企业总资产周转率 117

图表：2010-2013年上半年中国主题公园企业流动资产周转率 117

图表：2010-2013年上半年主题公园企业总资产增长率 118

图表：2010-2013年上半年中国主题公园企业利润总额增长率 118

图表：2010-2013年上半年中国主题公园企业主营收入增长率 119

图表：2010-2013年上半年主题公园行业资本保值增值率 119

图表：长江三角洲主题公园发展阶段分析 135

图表：长江三角洲主题公园类型分布 136

图表：不同类型主题公园建设时间 137

图表：长江三角地区主题公园类型和功能较差分析 138

图表：珠江三角洲旅游和文化创意重大项目和基地 151

图表：行业企业数的区域分布分析 166

图表：我国大型主题公园数量广东统计 168

图表：我国大型主题公园数量山东统计 168

图表：我国大型主题公园数量海南统计 168

图表：我国大型主题公园数量辽宁统计 168

图表：我国大型主题公园数量黑龙江统计 168

图表：我国大型主题公园数量天津统计 169

图表：我国大型主题公园数量四川统计 169

图表：我国大型主题公园数量安徽统计 169

图表：我国大型主题公园数量江苏统计 169

图表：我国大型主题公园数量厦门统计 169

图表：我国大型主题公园数量吉林统计 169

图表：我国大型主题公园数量甘肃统计 170

图表：我国大型主题公园数量浙江统计 170

图表：我国大型主题公园数量湖南统计 170

图表：我国大型主题公园数量湖北统计 170

图表：我国大型主题公园数量上海统计 170

图表：我国大型主题公园数量山西统计 171

图表：我国大型主题公园数量北京统计 171

图表：我国大型主题公园数量四川统计 171

图表：我国大型主题公园数量陕西统计 172

图表：我国大型主题公园数量云南统计 172

图表：我国大型主题公园数量江西统计 173

图表：我国大型主题公园数量河南统计 173

图表：我国大型主题公园数量河北统计 174

图表：我国大型主题公园数量广西统计 174

图表：我国大型主题公园数量香港统计 175

图表：我国大型主题公园数量澳门统计 175

图表：我国大型主题公园数量台湾统计 176

图表：2012年主要客源国入境旅游情况 178

图表：2012年我国旅游接待人数全国统计 179

图表：2012年我国旅游接待人数北京统计 179

图表：2012年我国旅游接待人数天津统计 179

图表：2012年我国旅游接待人数河北统计 179

图表：2012年我国旅游接待人数山西统计 179

图表：2012年我国旅游接待人数内蒙古统计 180

图表：2012年我国旅游接待人数辽宁统计 180

图表：2012年我国旅游接待人数吉林统计 180

图表：2012年我国旅游接待人数黑龙江统计 180

图表：2012年我国旅游接待人数上海统计 180

图表：2012年我国旅游接待人数江苏统计 180

图表：2012年我国旅游接待人数浙江统计 180

图表：2012年我国旅游接待人数安徽统计 181

图表：2012年我国旅游接待人数福建统计 181

图表：2012年我国旅游接待人数江西统计 181

图表：2012年我国旅游接待人数山东统计 181

图表：2012年我国旅游接待人数河南统计 181

图表：2012年我国旅游接待人数湖北统计 181

图表：2012年我国旅游接待人数湖南统计 181

图表：2012年我国旅游接待人数广东统计 182

图表：2012年我国旅游接待人数广西统计 182

图表：2012年我国旅游接待人数海南统计 182

图表：2012年我国旅游接待人数重庆统计 182

图表：2012年我国旅游接待人数四川统计 182

图表：2012年我国旅游接待人数贵州统计 182

图表：2012年我国旅游接待人数云南统计 182

图表：2012年我国旅游接待人数西藏统计 183

图表：2012年我国旅游接待人数陕西统计 183

图表：2012年我国旅游接待人数甘肃统计 183

图表：2012年我国旅游接待人数青海统计 183

图表：2012年我国旅游接待人数宁夏统计 183

图表：2012年我国旅游接待人数新疆统计 183

图表：中国主题公园发展历程 201

图表：国内外主题公园对比分析表 205

图表：主题公园持续发展的影响因子系统 205

图表：主题公园数量规模分析 207

图表：主题公园生命周期 212

图表：产品生命周期特征与策略 213

图表：主题公园顾客价格 220

图表：A、B主题公园的PUV排序比较 221

图表：基于主题公园业务能力的战略矩阵 223

图表：部分主题公园指标比较 225

图表：2012年我国主题公园重游率 230

图表：主题公园重游率提高策略 232

图表：2012年国内外主题公园预期投资回报期 233

图表：迪士尼效应 257

图表：迪士尼公司的品牌文化 259

图表：长影世纪城票务信息 285

图表：发现王国门票价格情况 295

图表：发现王国年卡情况 295

图表：深圳锦绣中华民族村门票价格情况 302

图表：世界之窗业务组合分析 311

图表：世界之窗SWOT分析 312

图表：武汉欢乐谷门票收费情况 315

图表：长隆水上乐园门票收费情况 321

图表：淹城春秋乐园门票收费情况 366

图表：重庆龙门阵魔幻山主题乐园门票收费情况 384

图表：2013年我国城市居民新增收入分配 399

图表：2013-2017年主题公园市场容量规模及增长 403

图表：2013-2017年主题公园营业收入规模及增长 404

图表：2013-2017年主题公园市场需求规模及增长 405

图表：2013-2017年主题公园和主题公园式景点数量规模及增长 406

图表：2013年我国人造景观数量 407

图表：迪士尼“三三制”经营原则 410

图表：“主题公园产业化发展”盈利模式 459

图表：国内主题公园收入结构 462

图表：国内外主题公园门票价格 462

图表：区域发展战略咨询流程图 492

图表：区域SWOT战略分析图 494

图表：以出游动机为划分标准的细分市场 513

图表：华侨城旗下的主题公园投资回报期 539

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/271400.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。