



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国游乐设施市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2022年中国游乐设施市场发展现状及战略咨询报告》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/282875.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

游乐设施是指用于经营目的，在封闭的区域内运行，承载游客游乐的载体。随着科学的发展，社会的进步，现代游艺机和游乐设施充分运用了机械、电、光、声、水、力等先进技术。集知识性、趣味性、科学性、惊险性于一体，深受广大青少年、儿童的普遍喜爱。对丰富人们的娱乐生活，锻炼人们的体魄陶冶人们的情操，美化城市环境，游乐设备发挥了积极的作用。

我国游乐业起步较晚，20世纪80年代以前，现代大型游乐设施在我国几乎是一片空白。往前可追溯到1951年由北京机械厂设计制造，安装在北京中山公园的电动小乘椅，那可能是我国的第一台游艺机。20世纪80年代初，随着改革开放的深入，国民经济迅速发展，人们生活水平不断提高，人们对游乐活动的需求也越来越旺盛。在这种形势下，山东、江苏、浙江温州等地开创出各种户外游乐设施，其中以外游乐设备[2]、淘气宝、儿童桌面玩具等发展最为迅猛，在国家政策鼓励下，各个企业迅猛发展，产品远销国外，被称之为《中国教玩具之都》。随着游乐设备[2]行业的发展，我国的游乐设施无论从设计到制造水平都不断提高。设备种类也越来越多，从旋转类到滑行类、从有动力到无动力、从固定式到移动式、从地面到空中、从室内到室外、从以前的单一型向复合型都在转变。国家标准中却没有对其进行规范。

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。

报告目录：

第一部分 产业环境分析

第一章 2016年全球游乐设施行业宏观环境分析 1

第一节 全球游乐设施行业定义分析 1

一、行业定义 1

二、行业产品分类 1

1、大型游乐设施 1

2、中小型游乐设施 2

3、充气玩具系列 2

4、水上游乐设施 2

5、电子游艺机系列 2

6、小型幼教系列 2

7、蹦床系列 2

8、蹦极系列 2

第二节 2016年全球游乐设施行业宏观环境分析 3

一、政策环境 3

1、移动式游乐设施安全监督管理制度 3

2、转马类游艺机通用技术条件 6

3、《特种设备安全监察条例》 7

4、游乐设施行业其他相关政策 11

5、游乐行业十三五规划 23

二、经济环境 29

1、中国GDP分析 29

2、社会消费品零售总额 31

3、工业发展形势 32

4、固定资产投资分析 33

三、技术环境 37

1、技术现状 37

2、技术发展趋势 37

四、社会环境 38

1、人口环境分析 38

2、教育环境分析 41

3、消费购买水平 44

4、城镇化扩张 49

第二部分 行业现状透视

第二章 2013-2016年全球游乐设施行业经济指标分析 51

第一节 2013-2016年全球游乐设施行业发展概述 51

一、2014年游乐设施行业发展概述 51

二、2015年游乐设施行业发展概述 51

三、2016年游乐设施行业发展概述 53

第二节 2013-2016年全球游乐设施行业经济运行状况 53

一、游乐设施行业企业数量分析 53

二、游乐设施行业资产规模分析 54

三、游乐设施行业销售收入分析	55
四、游乐设施行业利润总额分析	55
第三节 2013-2016年全球游乐设施行业成本费用分析	56
一、游乐设施行业营销成本分析	56
二、游乐设施行业销售费用分析	56
三、游乐设施行业管理费用分析	57
四、游乐设施行业财务费用分析	57
第四节 2013-2016年全球游乐设施行业运营效益分析	58
一、游乐设施行业盈利能力分析	58
二、游乐设施行业运营能力分析	59
三、游乐设施行业偿债能力分析	61
四、游乐设施行业成长能力分析	62
第三章 国外竞争对手分析	64
第一节 国外竞争策略分析	64
第二节 企业优势劣势 (SWOT) 分析	65
一、优势	65
二、劣势	66
三、机会	66
四、威胁	66
第三节 国外主要竞争对手	66
一、意大利赞培拉游乐设施公司(Zamperla)	66
1、企业发展概况	66
2、市场定位情况	67
3、企业竞争优劣势分析	67
4、企业经营模式分析	67
5、企业发展战略与规划	68
二、日本世嘉游乐设施公司	69
1、企业发展概况	69
2、市场定位情况	75
3、企业竞争优劣势分析	75
4、企业经营模式分析	75
5、企业发展战略与规划	77

三、美国乐道儿童游乐场设备有限公司 78

- 1、企业发展概况 78
- 2、市场定位情况 78
- 3、企业竞争优势劣势分析 78
- 4、企业经营模式分析 78
- 5、企业发展战略与规划 79

四、POLIN公司 79

- 1、企业发展概况 79
- 2、市场定位情况 79
- 3、企业竞争优势劣势分析 79
- 4、企业经营模式分析 79
- 5、企业发展战略与规划 79

五、国际其他企业 80

- 1、TRIOTECH 80
- 2、Zierer 80

第四节 竞争策略 81

- 一、全球竞争现状 81
- 二、竞争策略 82

第四章 游乐设施行业核心财务能力调查 84

第一节 行业偿债能力预测 84

- 一、2014-2016年行业资产与负债指标 84
- 二、2014-2016年行业资产负债率变化 85
- 三、2014-2016年行业流动比率变化 85
- 四、2014-2016年行业速动比率变化 86

第二节 行业盈利能力预测 87

- 一、2014-2016年行业主营业务收入统计 87
- 二、2014-2016年行业利润总额统计 87
- 三、2014-2016年行业销售净利率变化 88
- 四、2014-2016年行业净资产收益率变化 88

第三节 行业经营能力预测 89

- 一、2014-2016年行业总资产周转率 89
- 二、2014-2016年行业流动资产周转率 89

第四节 行业成长能力分析	90
一、2014-2016年行业收入增长率	90
二、2014-2016年行业总资产收益率	90
三、2014-2016年行业净利润增长率	91
第五节 各项财务能力综合评价	91
第五章 2016年全球游乐设施行业市场与竞争分析	92
第一节 游乐设施行业上下游市场分析	92
一、游乐设施行业产业链简介	92
1、产业链结构分析	92
2、主要环节的增值空间	92
3、与上下游产业之间的关联性	92
二、上游供给市场分析	93
1、塑料	93
2、钢铁	96
3、电子	100
4、橡胶	102
三、下游需求市场分析	106
1、国外主题公园发展现状	106
2、美国大型主题公园的发展现状	107
3、欧洲大型主题公园发展现状	108
4、亚洲大型主题公园发展现状	108
5、世界主题公园业发展状况对比	109
6、国内主题公园发展现状	109
第二节 2016年游乐设施行业市场供需分析	115
一、游乐设施行业供应总量	115
二、游乐设施行业市场总量	116
三、游乐设施行业产品价格分析	117
1、游乐设施市场定价机制组成	117
2、游乐设施市场价格影响因素	118
3、游乐设施产品价格走势分析	118
4、游乐设施产品价格走势预测	118
第三节 游乐设施行业五力竞争分析	118

- 一、上游议价能力分析 118
- 二、下游议价能力分析 119
- 三、替代品威胁分析 119
- 四、新进入者威胁分析 119
- 五、行业竞争现状分析 120
- 第四节 游乐设施行业市场集中度分析 120
 - 一、行业市场集中度分析 120
 - 二、行业主要竞争者分析 121
- 第三部分 行业竞争格局
- 第六章 游乐设施行业竞争格局分析 122
 - 第一节 行业竞争结构分析 122
 - 一、现有企业间竞争 122
 - 二、潜在进入者分析 122
 - 三、替代品威胁分析 123
 - 四、供应商议价能力 123
 - 五、客户议价能力 123
 - 第二节 行业集中度分析 124
 - 一、市场集中度分析 124
 - 二、企业集中度分析 124
 - 三、区域集中度分析 125
 - 第三节 行业国际竞争力比较 126
 - 一、生产要素 126
 - 二、需求条件 126
 - 三、支援与相关产业 127
 - 四、企业战略、结构与竞争状态 127
 - 五、政府的作用 127
 - 第四节 游乐设施行业主要企业竞争力分析 128
 - 一、重点游乐设施企业面临的困境及对策 128
 - 二、中小游乐设施企业发展困境及策略分析 128
 - 三、国内游乐设施企业的出路分析 132
 - 第五节 2013-2016年游乐设施行业竞争格局分析 133
 - 一、2013-2016年国内外游乐设施竞争分析 133

二、2013-2016年我国游乐设施市场竞争分析	134
三、2013-2016年国内主要游乐设施企业动向	135
1、金马	135
2、金龙	135
第七章 游乐设施企业竞争策略分析	137
第一节 游乐设施市场竞争策略分析	137
一、2016年游乐设施市场增长潜力分析	137
二、2016年游乐设施主要潜力品种分析	137
三、现有游乐设施产品竞争策略分析	140
四、潜力游乐设施品种竞争策略选择	140
第二节 游乐设施企业竞争策略分析	141
一、2016-2021年我国游乐设施市场竞争趋势	141
二、2016-2021年游乐设施行业竞争格局展望	141
三、2016-2021年游乐设施行业竞争策略分析	142
四、2016-2021年游乐设施企业竞争策略分析	143
五、游乐设施企业发展策略的建议	145
1、行业发展策略建议	145
2、行业投资方向建议	147
3、行业投资方式建议	147
第四部分 行业商业模式	
第八章 全球游乐设施行业传统商业模式分析	149
第一节 游乐设施行业原料采购模式	149
一、原材料的采购	149
1、原材料的类型	149
2、原材料采购的含义	149
3、原材料采购的模式	149
二、原材料采购流程	151
三、原材料采购物流作业	152
1、制定原材料采购计划	153
2、实施原材料采购	153
3、发出原材料采购订单	154
4、监督原材料采购合同履行	154

- 5、原材料验收与入库管理 154
- 6、结算 155
- 第二节 游乐设施行业经营模式 155
- 第三节 游乐设施行业盈利模式 156
- 第四节 OEM、ODM、OBM模式分析 160
 - 一、OEM模式 160
 - 1、OEM模式盛行的原因 161
 - 2、OEM生产模式的弊端 162
 - 3、我国代工产业升级的策略选择 163
 - 二、ODM模式 165
 - 三、OBM模式 166
 - 1、模式含义 166
 - 2、重要作用 167
 - 3、实施条件 167
 - 4、实施步骤 168
- 第九章 全球游乐设施行业商业模式构建与实施策略 171
 - 第一节 游乐设施行业商业模式要素与特征 171
 - 一、商业模式的构成要素 171
 - 1、定位 171
 - 2、业务系统 172
 - 3、关键资源能力 172
 - 4、盈利模式 173
 - 5、自由现金流结构 174
 - 6、企业价值 174
 - 二、商业模式的模式要素 175
 - 三、成功商业模式的特征 178
 - 1、十大成功案例 178
 - 2、成功商业模式的要素 181
 - 第二节 游乐设施行业企业商业模式构建步骤 182
 - 一、挖掘客户价值需求 182
 - 1、消费需求的三个层次 182
 - 2、如何超越现有需求 183

- 3、超越现有需求的构想 184
- 二、产业价值链再定位 187
 - 1、客户价值公式 187
 - 2、产业价值定位 187
 - 3、商业形态定位 188
- 三、寻找利益相关者 191
 - 1、利益相关者企业价值 191
 - 2、利益主体诉求 193
 - 3、产业创新的利益均衡路径 193
- 四、构建盈利模式 195
- 第三节 游乐设施行业商业模式的实施策略 196
 - 一、企业价值链管理的目标 196
 - 二、企业价值链管理系统建设 197
 - 三、企业文化建设 198
 - 四、基于价值链的多元战略联盟体系 199
 - 1、价值链的概念 199
 - 2、价值链的作用分析 200
 - 3、多元合作战略联盟体系 200
- 第十章 中国游乐设施行业商业模式创新转型分析 205
 - 第一节 互联网思维对行业的影响 205
 - 一、互联网思维四大特征 205
 - 1、用户至上 205
 - 2、体验为王 206
 - 3、免费的商业模式 206
 - 4、颠覆式创新 207
 - 二、基于互联网思维的行业发展 208
 - 第二节 互联网时代七大商业模式 209
 - 一、平台模式 209
 - 1、构成平台模式的6个条件 209
 - 2、平台模式的战略定位 210
 - 3、平台模式成功的四大要素 211
 - 4、平台模式案例 212

二、免费模式 214

- 1、免费商业模式解析 214
- 2、免费战略的实施条件 214
- 3、免费战略的类型 217

三、软硬一体化模式 227

- 1、软硬一体化商业模式案例 227
- 2、软硬一体化模式受到市场追捧 228
- 3、软硬一体化模式是一项系统工程 231
- 4、成功打造软硬一体化商业模式的关键举措 231

四、O2O模式 232

- 1、O2O模式爆发巨大力量 232
- 2、O2O模式分类 233
- 3、O2O模式的盈利点分析 238
- 4、O2O模式的思考 239

五、品牌模式 240

- 1、品牌模式的内涵及本质 240
- 2、成功的移动互联网品牌 241
- 3、如何推进品牌经营 243

六、双模模式 245

- 1、双模模式概述 245
- 2、移动互联网：用户规模是关键 245
- 3、双模模式案例 246

七、速度模式 254

- 1、什么是速度模式 254
- 2、速度模式的主要表现 254
- 3、速度模式应注意的几个问题 254

第三节 互联网背景下游乐设施行业商业模式选择 255

- 一、游乐设施行业与互联网思维的结合 255
- 二、互联网背景下游乐设施行业商业模式选择 256
 - 1、垂直电商 256
 - 2、互联网+ 257

第十一章 2016年游乐设施国内企业经营情况与商业模式分析 259

第一节 凯奇集团有限公司 259

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第二节 中山市金马游艺机有限公司 264

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析 266

第三节 济南巨源游乐设施制造有限公司 266

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第四节 台山市志高休闲用品制造有限公司 269

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第五节 郑州市万乐游艺设备有限公司 270

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第六节 沈阳大通娱乐设备有限公司 272

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第五部分 投资发展建议

第十二章 2016-2021年全球游乐设施行业发展前景预测分析 274

第一节 2016-2021年游乐设施行业发展前景及趋势预测分析 274

第二节 2016-2021年游乐设施行业发展前景预测 275

一、2016-2021年游乐设施行业市场规模预测 275

二、2016-2021年游乐设施行业盈利前景预测 275

第十三章 2016-2021年中国游乐设施行业投融资战略规划分析 277

第一节 游乐设施行业关键成功要素分析 277

一、中国游乐设施产品竞争力优势分析 277

1、生产技术优势 277

2、决策管理优势 277

3、市场占有优势 278

二、游乐设施行业盈利因素分析 278

三、游乐设施行业盈利模式分析 279

四、相关产业的支持作用 283

五、企业发展战略的实施 284

六、政府的产业支持政策 285

第二节 游乐设施行业投资壁垒分析 287

一、游乐设施行业进入壁垒 287

二、游乐设施行业退出壁垒 287

第三节 游乐设施行业投资风险与规避 288

一、宏观经济风险与规避 288

二、行业政策风险与规避 289

1、政策风险的产生 289

2、政策风险的内容 289

3、政策风险管理 289

4、政策风险防范 290

三、原料市场风险与规避 291

四、市场竞争风险与规避 295

五、技术风险分析与规避 296

六、区域风险与规避 297

第四节 游乐设施行业融资渠道与策略 298

一、游乐设施行业融资渠道分析 298

1、行业资金渠道分析 298

2、兼并重组情况分析 298

二、游乐设施行业融资策略分析 298

1、融资问题 298

2、融资策略 299(AK HT)

部分图表目录：

图表：中国游乐设施行业相关标准 6

图表：2014-2016年二季度我国GDP增长速度情况 30
图表：2016年1-2季度GDP初步核算数据 30
图表：2016年1-2季度GDP环比和同比增长速度 31
图表：2016年1-6月我国规模以上工业增加值同比增长速度 33
图表：2016年上半年我国固定资产投资（不含农户）同比增速 34
图表：我国房地产开发完成额（不含农户）同比增长率 34
图表：全国房地产开发企业本年到位资金增速 35
图表：全国商品房销售面积及销售额增速 36
图表：2016年1-6月固定资产投资到位资金同比增速 36
更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282875.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。