



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008中国主题公园及旅游地产行业投资分析报告

## 一、调研说明

《2008中国主题公园及旅游地产行业投资分析报告》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/47387.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](mailto: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

### 【目录】

#### 第一部分

##### 第一章 中国主题公园及旅游地产行业投资环境分析

###### 第一节 2008年中国宏观经济环境分析

- 一、2008年GDP增长将有所放缓
- 二、旅游及地产业占GDP的比重不断增加
- 三、人均GDP同旅游行业相关性分析
- 四、人均可支配收入不断提高

###### 第二节 2008年中国主题公园及旅游地产行业政策环境分析

- 一、“十一五”宏观政策我国对旅游业的影响
- 二、促进我国旅游业发展的税收政策取向
- 三、“先行赔付”将成为我国旅游业新行规

###### 第三节 2008年中国主题公园及旅游地产行业社会环境分析

- 一、居民恩格尔系数正在朝好的方向变化
- 二、中国居民旅游消费心理趋于成熟
- 三、中国居民旅游消费处于爆发性增长前夜

###### 第四节 2008年中国主题公园及旅游地产行业技术动态与营销模式分析

- 一、中国主题公园及旅游地产业发展创新导向
- 二、中国主题公园及旅游地产业差异化虚拟经营模式的建立
- 三、2008年中国主题公园及旅游地产业国际经验借鉴

#### 第二部分主题公园

##### 第二章 主题公园概述

###### 第一节 主题公园的起源与产生

- 一、主题公园的起源
- 二、主题公园的产生
- 三、主题公园的发展

###### 第二节 主题公园的定义、特征及分类

一、主题公园的定义

二、主题公园的基本特征

三、主题公园的分类

第三节 主题公园对旅游业的作用及意义

第三章 2008年中国主题公园发展现状分析

第一节 我国主题公园的产生和发展分析

第二节 年中国主题公园的发展所取得成绩

一、总体发展速度快

二、公园种类齐全

三、发展理念的不断发展

四、投资主体多元化

五、制作手段趋向高科技化

第三节 2008年主题公园差异化虚拟经营模式的建立

一、主题公园分类

二、确定主题公园的核心竞争优势

三、建立信息技术和通讯网络的支撑平台

四、选择合作伙伴

五、实现利益均衡

第四节 2008年国际经验借鉴

第四章 2008年中国主题公园市场需求及价格趋势分析

第一节 2008年中国主题公园区位导向

一、市场导向

二、交通导向

三、环境导向

四、微观区位

第二节 2008年从顾客的角度看主题公园

第三节 2008年中国主题公园目的与目标的设定

第五章 2008-2010年中国主题公园发展趋势及发展战略分析

第一节 2008-2010年中国主题公园的发展趋势

一、中国主题公园市场趋势展望

二、现代中国主题公园市场需求的发展趋势

三、中国主题公园服务的文化趋势

第二节 2008-2010年中国主题公园发展战略与发展对策

一、注重文化内涵的传递过程

二、注重于城市发展的良性互动

三、注重品牌的塑造

四、城市旅游产品的系统开发与差别经营

五、企业行为与政府调控的结合

六、加大宣传促销的力度

第三节 金安明邦分析师观点

第三部分 旅游地产

第六章 旅游地产含义和发展历程

第一节 中国旅游地产的含义及兴起

一、旅游地产的含义

二、地中海的贵族消费阶段

三、分时度假的大力发展

四、海南旅游地产的起伏发展

五、旅游地产的全国开发热

第七章 中国旅游地产现状形势分析

第一节 旅游地产的发展现状分析

第二节 2008年旅游地产的发展态势不容乐观

一、旅游地产的“泡沫问题”

二、2008年旅游地产的“跑马圈地”

三、2008年旅游地产的“群雄混战”

四、旅游地产的“枯井无源”

第三节 旅游地产项目的成功基础分析

第八章 2008年~2010年旅游地产是房地产业发展战略的新定位

第四部分

## 第九章 2007-2008年中国主题公园经营管理策略分析

### 第一节 做好主题公园虚拟经营的配套工作

一、树立全新的经营理念

二、科学论证、精心规划

三、培养核心竞争优势

四、严格的经营管理机制

五、实现经营项目多元化

### 第二节 中国主题公园的营销理念及方式

一、营销模式

1. 产品定位

2. 价格—成本

3. 渠道

4. 促销

二、营销方式

1. 直复营销

2. 内部营销

3. 品牌营销

4. 合作营销

5. 网络营销

6. 体验营销

7. 事件营销

三、广告

1. 广告创意

2. 广告利益

3. 联合广告

### 第三节 中国主题公园营销策略前景分析

### 第四节 中国主题公园战略规划的评价与控制

一、主题公园的营销机构

二、主题公园营销的制约因素

三、主题公园营销的未来

## 第十章 中国主题公园市场竞争及市场集中度分析

## 第一节 中国主题公园的竞争力因素

### 第二节 中国主题公园竞争力因素分析系统

### 第三节 中国主题公园产业竞争力主要评价体系

#### 一、中国企业联合会的评价体系

#### 二、穆荣平等的高技术产业竞争力评价体系

#### 三、国家计委宏观经济研究院产业发展研究所课题组的评价体系

### 第四节 中国构建主题公园竞争力评价体系的原则

### 第五节 中国主题公园竞争力评价指标体系

#### 一、市场竞争力指标

#### 二、技术竞争力指标

#### 三、管理竞争力指标

#### 四、产业活力指标

### 第六节 中国主题公园竞争力评价方法

#### 一、主成分分析法

#### 二、模糊指数法

#### 三、主题公园竞争力评价指标体系的应用

## 第二节 中国主题公园的空间分布

### 一、长江三角洲

### 二、珠江三角洲

### 三、京津地区

### 四、全国其他地区

## 第十一章 中国主题公园价值定位

### 第一节 中国消费者旅游需求分析

#### 一、消费者对主题的选择

#### 二、消费者对服务的需求

#### 三、消费者对配套服务的需求

#### 四、消费者对达到时间及便捷性的需求

#### 五、消费者对娱乐品牌的选择

#### 六、消费者娱乐不同支项的费用和比例

### 第三节 长三角竞争主题公园分析

#### 一、长三角主题公园冰火两重天

## 二、600亿蜂拥长三角市场压力突现

### 第四节 长三角主题公园建设建议

#### 一、一般大型主题公园目标人群选择取向

#### 二、主题的选择建议

#### 三、选址的基本要求（区位、交通、基本配套、环境等）

#### 四、拒绝复制品打造主题文化产业链

## 第十二章 中国主题公园及旅游地产的经典案例分析

### 第一节 成功案例分析

#### 一、华侨城

#### 二、杭州宋城

#### 三、成都芙蓉古城

#### 四、西安曲江新城

#### 五、无锡太湖影视基地

### 第二节 失败案例分析

#### 一、内蒙根河“天工部落”

#### 二、江苏吴江福祿贝尔科幻乐园

#### 三、海南中华民族文化村

#### 四、广东番禺飞龙世界游乐城

### 第三节 结论与启示

## 图表目录

图表：中国主题公园按主题类别划分

图表：三家主题公园上市公司基本情况比较

图表：三家企业股东背景比较

图表：三家企业异同点比较

图表：三家企业竞争优势比较

图表：游客的旅游地选择与决策模型

图表：都市白领对香港旅游的选择与购买决策过程

图表：城市居民旅游需求影响因子分析表

图表：城市居民国内旅游情况统计

图表：城市居民出游率、旅游人均花费与影响因素的灰色关联度分析



图表：旅游城市网络化发展的阶段性特征  
图表：长江三角洲旅游城市网络化发展路径的意见  
图表：长三角旅游产业集群纵向网络化  
图表：长三角旅游产业集群横向网络化  
图表：市场形势、层级形势与网络形势的企业组织比较  
图表：旅游企业市场交换与网络交换对比  
图表：旅游电子商务未来发展趋势  
图表：华侨城前十名股东、前十名流通股股东持股表  
图表：2008年华侨城主要会计数据  
图表：2008年华侨城非经常性损益项目及金额  
图表：2008年华侨城利润表附表  
图表：2008年华侨城主要会计数据及财务指标  
图表：2008年华侨城总体经营状况分析  
图表：2008年华侨城利润构成情况  
图表：2008年华侨城主营业务情况  
略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47387.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](http://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。