

2014-2019年中国游乐园行业 监测与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2019年中国游乐园行业监测与投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201403/102235.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

现代西方国家游乐业的发展主导着整个世界游乐业的发展走向。迪斯尼乐园是世界游乐园当之无愧的龙头老大。此外，美国好莱坞影视城、奥兰多冒险岛乐园、韩国的乐天世界和爱宝乐园、日本东京的迪斯尼乐园和海上迪斯尼乐园，这些都处于世界游乐园的领先水平。中国的游乐业虽发展起步较晚。但也已经走上正轨，目前以深圳欢乐谷、北京石景山游乐园、苏州乐园等为行业代表。

我国游乐园的发展历程虽然不长，但已经逐渐成为一个相对独立的行业。游乐园的核心吸引物是它的参与性和体验性的游艺项目，游客正是从这些体验活动中获取休闲娱乐的满足感。体验是一种参与经历，它能为参与者提供身心享受，留下难以忘怀的回忆，包括娱乐、教育、逃避和审美四个领域；娱乐体验是通过主动的感觉经历而得到愉悦；审美体验就是到达现场，在自然或人工营造的体验中得到真实的审美刺激，进而融于其中获得愉悦。当然，作为旅游休闲的一种方式，游乐园也少不了游览参观这一内容，游艺设备不可能像工厂里的机器一样简单的一字排开，而应该是错落有致地掩映在优美的自然环境和独特的文化氛围之中，以此而形成的整体游乐环境可以带给游客美的享受、增添游玩时的愉悦感。由此可见，游乐园在建设时应该将参与性的游艺项目和游览性的景观氛围相结合，以参与性的游艺项目为其核心。

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，我国的大型游乐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游乐园。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。

游乐园以其吸引人的设施，合理的价格，极具感染力的欢乐氛围，鲜明的主题特色使其成为国家支柱型产业，极大地推动了旅游业的发展，是有的甚至成为国家的象征。2012年旅游业总收入约2.57万亿元，同比增长14%。其中国内旅游约29亿人次，增长10%，国内旅游收入约2.22万亿元，增长15%。出境旅游超过8000万人次，增长15%。入境旅游1.33亿人次，下降1.5%，其中入境过夜旅游5740万人次，与2011年基本持平；旅游外汇收入485亿美元，与2011年基本持平。新增旅游直接就业约50万人。根据国家旅游局预测，到2015年，中国将成

为全球最大的国内旅游市场。随着中国旅游市场的迅猛发展，必将推动我国游乐园的迅速发展。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家旅游局、国家发改委、国务院发展研究中心、中国旅游协会、中国行业研究网、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容详实、统计精确的资料和数据，立足于全国游乐园行业发展概况，从国外游乐园的行业概况、发展方向，到我国游乐园行业的发展策略、游乐园行业的竞争格局、游乐园行业未来发展趋势等多方面进行了深度剖析。本报告内容丰富、数据详细，在撰写的过程中，运用了大量的图、表，分析深入、透彻，且有独到的见解，是游乐园企业、运营管理公司及相关企业和单位、计划投资于游乐园行业的企业等准确了解目前中国游乐园行业市场发展动态，把握游乐园行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品。

报告目录

第一部分 游乐园行业发展现状

第一章 游乐园概述 1

第一节 游乐园的起源与产生 1

一、游乐园的起源 1

二、中国游乐园的发展历程 1

三、游乐园在我国的发展 6

第二节 游乐园的相关概述 7

一、游乐园的定义 7

二、游乐园的分类 7

三、游乐园的意义 8

四、游乐园产业链分析 8

第三节 中国游乐园功能分析 11

一、娱乐及参与功能 11

二、休闲、度假的功能 11

三、增长知识的功能 11

四、客源市场集中在国内和亚洲文化圈 11

第四节 游乐园对旅游业的作用及意义 11

一、游乐园与旅游业的关系 11

二、游乐园与都市旅游目的地吸引力的互动分析 12

第二章 全球游乐园发展概况 14

第一节 全球游乐园业的状况与趋势	14
一、全球游乐园行业特征	14
二、全球市场竞争状况分析	14
三、全球行业发展趋势	15
第二节 国外发达国家游乐园经营现状	17
一、英国	17
二、日本	17
三、美国	18
四、澳大利亚	19
第三节 国外游乐园发展经验探讨	20
一、选址的重要性	20
二、充分展现主题	21
三、强调游客参与	21
四、娱乐与教育相结合	21
五、游乐园与零售业相结合	22
六、价格策略多元化	22
七、完善的服务系统	22
八、经营规模化	22
第四节 世界游乐园的发展及其对中国的启示	23
一、全球游乐园业概况	23
二、全球游乐园的发展分析	23
三、对中国游乐园业的启示	23
第三章 2013年不同角度看中国游乐园发展	25
第一节 从规划设计的角度论游乐园的发展	25
一、设计目标	25
二、设计主体	25
三、设计技能	25
第二节 从经营管理的角度论游乐园的发展	25
一、强化战略管理	25
二、在游乐园生命周期各阶段实施不同产营销策略	26
三、降低季节性影响	28
四、提高员工素质及加强内部管理	28

第三节 从宏观调控的角度论游乐园的发展	29
一、依据城市（地区）总体规划和旅游发展总体规划	29
二、旅游主管部门对游乐园的审批制度	29
三、对重大游乐园的建设给予有力支持	29
第四章 中国游乐园发展现状分析	30
第一节 我国游乐园发展分析	30
一、中国游乐园产业前景分析	30
二、2013年中国进入大型游乐园发展新时期	31
三、2012年我国游乐园顾客需求调查分析	32
四、中国游乐园受到游客热捧	35
五、游乐园的发展出路	35
第二节 大型游乐园发展的影响因素	37
一、客源市场和交通条件	37
二、区域经济发展水平	37
三、城市旅游感知形象	37
四、空间集聚和竞争	38
第三节 游乐园与都市旅游目的地吸引力的互动分析	38
一、游乐园与都市旅游的关系	38
二、游乐园是都市旅游目的地的重要旅游吸引物	38
三、游乐园的建设能有效诠释都市旅游目的地独特的文化底蕴	39
四、游乐园的良性发展促进都市旅游目的地特色商业发展	39
第四节 游乐园差异化虚拟经营探讨	40
一、游乐园差异化虚拟经营的内涵	40
二、游乐园差异化虚拟经营的形式	41
三、游乐园差异化虚拟经营模式的建立流程	42
第五节 游乐园的盈利模式	43
一、游乐园盈利模式分析	43
二、游乐园再认识	48
三、游乐园盈利模式规划	50
第二部分 游乐园行业竞争格局	
第五章 游乐园行业竞争分析	52
第一节 2013年游乐园竞争分析	52

一、2012年游乐园市场竞争情况分析	52
二、2013年游乐园市场竞争形势分析	52
第二节 2014-2019年中国游乐园行业竞争分析及预测	54
一、2014-2019年集中度分析及预测	54
二、2014-2019年SWOT分析及预测	54
三、2014-2019年进入退出状况分析及预测	56
四、2014-2019年生命周期分析及预测	65
第六章 游乐园企业竞争策略分析	66
第一节 游乐园市场竞争策略分析	66
一、2013年游乐园市场增长潜力分析	66
二、2013年游乐园主要潜力项目分析	67
三、现有游乐园竞争策略分析	67
四、游乐园潜力项目竞争策略选择	69
五、典型企业项目竞争策略分析	69
第二节 游乐园企业竞争策略分析	77
一、欧债危机对游乐园行业竞争格局的影响	77
二、欧债危机后游乐园行业竞争格局的变化	78
三、2014-2019年我国游乐园市场竞争趋势	79
四、2014-2019年游乐园行业竞争格局展望	79
五、2014-2019年游乐园行业竞争策略分析	80
第七章 游乐园TOP10竞争分析	85
第一节 香港迪士尼乐园	85
一、项目简介	85
二、竞争优势分析	87
三、经营状况分析	92
四、发展策略分析	98
第二节 香港海洋公园	99
一、项目简介	99
二、竞争优势分析	99
三、经营状况分析	102
四、发展策略分析	104
第三节 深圳欢乐谷	106

- 一、项目简介 106
- 二、竞争优势分析 107
- 三、经营状况分析 109
- 四、发展策略分析 112
- 第四节 广州长隆欢乐世界 114
 - 一、项目简介 114
 - 二、竞争优势分析 114
 - 三、经营状况分析 117
 - 四、发展策略分析 117
- 第五节 苏州乐园 118
 - 一、项目简介 118
 - 二、竞争优势分析 120
 - 三、经营状况分析 122
 - 四、发展策略分析 123
- 第六节 北京欢乐谷 128
 - 一、项目简介 128
 - 二、竞争优势分析 129
 - 三、经营状况分析 131
 - 四、发展策略分析 143
- 第七节 大连老虎滩海洋公园 144
 - 一、项目简介 144
 - 二、竞争优势分析 144
 - 三、经营状况分析 145
 - 四、发展策略分析 146
- 第八节 芜湖方特欢乐世界 147
 - 一、项目简介 147
 - 二、竞争优势分析 148
 - 三、经营状况分析 148
 - 四、发展策略分析 150
- 第九节 宁波北仑凤凰山主题乐园 153
 - 一、项目简介 153
 - 二、竞争优势分析 154

三、经营状况分析	154
四、发展策略分析	155
第十节 深圳东部华侨城	155
一、项目简介	155
二、竞争优势分析	156
三、经营状况分析	157
四、发展策略分析	158
第三部分 游乐园行业前景预测	
第八章 中国游乐园发展趋势	159
第一节 游乐园总体发展趋势	159
一、主题突出文化性	159
二、技术体现互动性	159
三、内容追求娱乐性	160
四、项目偏重参与性	160
五、氛围张扬刺激性	161
六、景观回归真实性	161
七、付款刷卡便捷性	162
八、规模凸现扩张性	162
第二节 2014-2019年中国游乐园发展趋势	163
一、游乐园的发展方向	163
二、2014-2019年中国游乐园将迎来“黄金时代”	164
三、2013年游乐园经营状况预测	165
第九章 2013年中国游乐园的开 发模式研究	167
第一节 我国游乐园的开 发模式分类	167
一、挖掘文化创建主题融合环境	167
二、辐射市场拓展业务领域	168
三、根据区域情况创建合理的园区经营模式	169
四、信息的捕捉和宣传	170
五、创新是乐园经营的永恒主题	170
第二节 我国游乐园的开 发模式瓶颈研究	171
第三节 游乐园发展模式与目标	173
一、开发模式走产业化道路	173

二、产品开发走特色化道路	174
三、收入渠道走多元化道路	174
四、提升形象走品牌化道路	175
五、微观管理走科学化道路	175
六、宏观管理走规范化道路	175
七、产业发展走国际化道路	176
第十章 游乐园行业发展预测	177
第一节 2014-2019年游乐园市场趋势分析	177
一、2012-2013年游乐园市场趋势总结	177
二、2014-2019年游乐园发展趋势分析	179
三、2014-2019年游乐园市场发展空间	181
四、2014-2019年游乐园产业政策趋向	182
五、2014-2019年游乐园行业扩张趋势预测	183
第二节 2014-2019年游乐园市场预测	183
一、2014-2019年游乐园市场结构预测	183
二、2014-2019年游乐园市场需求前景	187
三、2014-2019年游乐园市场供给预测	187
四、2014-2019年游乐园行业集中度预测	187
第四部分 游乐园行业投资战略研究	
第十一章 游乐园行业投资现状分析	189
第一节 2012年游乐园行业投资情况分析	189
一、2012年总体投资及结构	189
二、2012年投资规模情况	189
三、2012年投资增速情况	189
四、2012年分行业投资分析	190
五、2012年分地区投资分析	190
六、2012年外商投资情况	190
第二节 2013年上半年游乐园行业投资情况分析	190
一、2013年上半年总体投资及结构	190
二、2013年上半年投资规模情况	190
三、2013年上半年投资增速情况	191
四、2013年上半年分行业投资分析	191

五、2013年上半年分地区投资分析	191
六、2013年上半年外商投资情况	191
第十二章 游乐园行业投资环境分析	192
第一节 经济发展环境分析	192
一、2012-2013年我国宏观经济运行情况	192
二、2014-2019年我国宏观经济形势分析	208
三、2012-2013年产业宏观经济环境分析	209
第二节 政策法规环境分析	225
一、2013年游乐园行业政策环境	225
二、2013年国内宏观政策对其影响	232
三、2013年行业产业政策对其影响	232
第三节 社会发展环境分析	233
一、国内社会环境发展现状	233
二、2014-2019年社会环境对行业的影响分析	241
三、游乐园产业发展对社会发展的影响	243
第十三章 游乐园行业投资机会与风险	246
第一节 游乐园行业投资效益分析	246
一、2012-2013年游乐园行业投资状况分析	246
二、2014-2019年游乐园行业投资效益分析	246
三、2014-2019年游乐园行业投资趋势预测	247
四、2014-2019年游乐园行业的投资方向	247
五、2014-2019年游乐园行业投资的建议	248
六、新进入者应注意的障碍因素分析	249
第二节 影响游乐园行业发展的主要因素	251
一、2014-2019年影响游乐园行业运行的有利因素分析	251
二、2014-2019年影响游乐园行业运行的稳定因素分析	251
三、2014-2019年影响游乐园行业运行的不利因素分析	251
四、2014-2019年我国游乐园行业发展面临的挑战分析	252
五、2014-2019年我国游乐园行业发展面临的机遇分析	252
第三节 游乐园行业投资风险及控制策略分析	253
一、2014-2019年游乐园行业市场风险及控制策略	253
二、2014-2019年游乐园行业政策风险及控制策略	254

三、2014-2019年游乐园行业经营风险及控制策略	254
四、2014-2019年游乐园同业竞争风险及控制策略	254
五、2014-2019年游乐园行业其他风险及控制策略	255
第十四章 游乐园行业投资战略研究	256
第一节 游乐园行业发展战略研究	256
一、战略综合规划	256
二、业务组合战略	257
三、区域战略规划	257
四、产业战略规划	267
五、营销品牌战略	269
六、竞争战略规划	270
第二节 中研对游乐园品牌的战略思考	271
一、企业品牌的重要性	271
二、游乐园实施品牌战略的意义	272
三、游乐园企业品牌的现状分析	274
四、游乐园企业的品牌战略	277
五、游乐园品牌战略管理的策略	279
第三节 游乐园行业投资战略研究	281
一、2012年游乐园行业投资战略	281
二、2013年游乐园行业投资战略	283
三、2014-2019年游乐园行业投资战略	286
四、2014-2019年细分行业投资战略	288
第十五章 中国游乐园产业发展策略	292
第一节 游乐园市场化商业运作模式分析	292
一、游乐园发展现状分析	292
二、中国游乐园经营现状分析	292
三、我国游乐园与国外游乐园的SWOT分析	293
四、商业设计步骤分析	295
五、国产游乐园经营策略分析	298
第二节 游乐园营销模式分析	304
一、有效的主题定位	304
二、激活市场的产品策略	305

三、灵活多变的价格策略 306

四、推拉结合的促销策略 307

五、双管齐下的渠道策略 308

第三节 游乐园营销方式 308

一、直复营销 308

二、内部营销 311

三、品牌营销 315

四、合作营销 316

五、网络营销 317

六、体验营销 320

七、事件营销 321

八、整合营销 323

第四节 游乐园成功开发的要素 326

一、主题选择与定位 326

二、游乐园区位选择 327

三、主题创意 329

四、主题产品开发与更新 330

五、游乐园文化内涵 331

六、营销策略 332

第五节 游乐园成功案例分析 333

第六节 游乐园失败案例分析 334

第七节 失败和成功案例对我国游乐园的企业 337

图表目录

图表：2010-2012年水泥产量分析 9

图表：2010-2012年水泥、石灰和石膏的制造出口交货值 9

图表：2012水泥产量地区分布 9

图表：2010-2012年钢材产量分析 10

图表：2010-2012年钢材产量分布 10

图表：2010-2012年砖瓦、石材及其他建筑材料制造工业销售产值 10

图表：2008-2012年我国农村居民人均纯收入及实际比增长速度 12

图表：2008-2012年我国城镇居民人均可支配收入及实际比增长速度 12

图表：迪斯尼游乐园全球布局 14

图表：世界著名游乐园分布表 15

图表：2012年居民每个月文化消费支出分析 24

图表：游乐园生命周期 27

图表：游乐园持续发展的影响因子系统 28

图表：游客影响因素选着分析 32

图表：游乐园吸引力项目分析 33

图表：游乐园类型吸引力分析 33

图表：游乐园游客时间选择分析 33

图表：游乐园游客目的选择分析 34

图表：游乐园消费者价格选择意愿 34

图表：受访者最近半年参观游乐园次数 34

图表：参观者中重游分析 35

图表：游客对游乐园了解途径分析 35

图表：2013年中国游乐园十大品牌排行榜 53

图表：2014-2019年我国游乐园参观人数规模预测 66

图表：世界之窗业务组合分析 75

图表：世界之窗SWOT分析 76

图表：游乐园顾客价格 81

图表：A、B游乐园的PUV排序比较 82

图表：基于游乐园业务能力的战略矩阵 84

图表：迪士尼乐园品牌文化 88

图表：2009-2012年香港迪士尼乐园营业收入 93

图表：2012年华特迪士尼经营分析 93

图表：2011年华特迪士尼经营分析 94

图表：2010年华特迪士尼经营分析 94

图表：2012年华特迪士尼公司所属行业分析 94

图表：2012年华特迪士尼公司收益分析 95

图表：2011年华特迪士尼公司收益分析 95

图表：2010年华特迪士尼公司收益分析 95

图表：2009年华特迪士尼公司收益分析 96

图表：2009-2012年华特迪士尼公司收入分析 96

图表：2009-2012年华特迪士尼公司收益分析 96

图表：2012年华特迪士尼公司营业收入比较 97

图表：2012年华特迪士尼公司利润比较 97

图表：2012年华特迪士尼公司雇员比较 97

图表：2012年华特迪士尼公司资产比较 98

图表：深圳欢乐谷SWOT综合分析 107

图表：公司战略选择矩阵 112

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司 132

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司资产负债表摘要 132

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司利润分配表摘要 133

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司现金流量表摘要 133

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司流动资产表 133

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司非流动资产表 134

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司流动负债表 135

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司非流动负债表 136

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司所有者权益表 136

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司利润分配表 137

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司经营活动产生的现金流量 138

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司投资活动产生的现金流量 139

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司筹资活动产生的现金流量 139

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司现金及现金等价物净增加额 140

图表：2012年第四季度深圳华侨城股份有限公司主营业务收入 140

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司偿债能力分析 141

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司资本结构分析 141

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司经营效率分析 141

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司获利能力分析 142

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司发展能力分析 142

图表：2012-2013年深圳华侨城股份有限公司投资收益分析 142

图表：国外游乐园收入结构 174

图表：国内游乐园收入结构 175

图表：2008-2012年我国游乐园企业单位数 178

图表：2008-2012年我国游乐园需求规模 178

图表：2010-2012年主题公园参观人数统计 179

图表：2014-2019年我国游乐园市场规模预测 182

图表：2014-2019年我国游乐园市场需求规模预测 187

图表：2014-2019年我国游乐园供给规模预测 187

图表：2012年国内游乐园收入分析 189

图表：2006-2012年我国国内生产总值及同比增长 192

图表：2012年国内生产总值核算数据 197

图表：2012年国内生产总值环比增速 197

图表：2006-2011年国内生产总值及其增长速度 198

图表：2012年全国居民消费价格涨跌幅 198

图表：2012年居民消费价格分类别同比涨跌幅 199

图表：2012年居民消费价格分类别环比涨跌幅 199

图表：2011-2012年蔬菜环比价格指数 200

图表：2012年各地蔬菜价格环比平均涨幅 200

图表：2011-2012年猪肉、牛肉和羊肉价格指数 201

图表：1978-2012年我国城乡居民家庭人均收入及恩格尔系数 201

图表：2013年3月社会消费品零售总额分月同比增长速度 207

图表：2013年1-3月份社会消费品零售总额主要数据 208

图表：2012年国内旅游行业各季度参观人数统计 210

图表：2012年国内旅游市场居民分析 210

图表：2012年国内旅游市场旅游时长分析 210

图表：2012年国内旅游市场旅游方式分析 211

图表：2012年国内旅游市场旅游本地和外地人数分析 211

图表：2012国内旅游市场旅游方式人数分析 211

图表：2012国内旅游市场旅游结群分析 212

图表：2012年国内旅游行业各季度收入统计 212

图表：2012年国内旅游市场和农村居民旅游花费分析 213

图表：2012年国内旅游市场过夜游客和一日游游客花费分析 213

图表：2012年国内旅游市场社团出游和散客花费分析 213

图表：2012年国内旅游市场外地游客和本地游客花费分析 214

图表：2012年国内旅游行业各季度人居消费 214

图表：2012年旅游市场农村和城镇居民人均消费 215

图表：2012年旅游市场过夜和一日游游客人均消费 215

图表：2012年旅游市场旅行社团出游和散客人均消费 215

图表：2012年旅游市场本地和外地游客人均消费 216

图表：2012年国内旅游市场春节期间游客数量占比 216

图表：2012年国内旅游市场春节期间收入占比 217

图表：2012年国内旅游市场中秋和国庆期间游客数量占比 217

图表：2012年国内旅游市场中秋和国庆期间收入占比 217

图表：2010-2012年国内旅游人数 222

图表：2010-2012年中国出境旅游人数 222

图表：2010-2012年国内旅游收入 223

图表：2010-2012年中国出境旅游消费 223

图表：2010-2012年出境旅游满意指数 223

图表：2010-2012年入境旅游人数 224

图表：2013年1-3月入境旅游人数 224

图表：2013年1-3月入境旅游过夜旅游人数 224

图表：2013年1-3月入境旅游人数 225

图表：2011年年末人口数及其构成 234

图表：2006-2011年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 235

图表：2006-2011年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 235

图表：2011年全国城乡居民收入 236

图表：2011年全国农村居民收入结构 236

图表：2011年全国城镇居民收入结构 236

图表：1978-2010年城乡居民收入增长情况 237

图表：1978-2010年城乡居民收入比 237

图表：2012年我国社会消费品零售总额实际增长12.1% 238

图表：2008-2011年中国城市家庭不同收入群体的人均年可支配收入 238

图表：2006-2011年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 239

图表：游乐园产业链结构 247

图表：我国游乐园发展综合战略 257

图表：两种战略比较 299

图表：游乐园一般价值链 300

图表：事件营销 322

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102235.html>