

2021-2027年中国主题公园 行业发展态势与战略咨询报告

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

《2021-2027年中国主题公园行业发展态势与战略咨询报告》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/202101/199928.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

我国主题公园门票价格整体呈现上涨态势，从2011年的150元/张增长到2017年的均价250元/张，主题公园收入也从2011年的672亿元增长到2017年的2437.5亿元。2011-2017年中国主题公园门票均价及门票收入情况数据来源：公开资料整理2019年国内部分主题公园门票情况数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国主题公园行业发展态势与战略咨询报告》共八章。首先介绍了主题公园行业市场发展环境、主题公园整体运行态势等，接着分析了主题公园行业市场运行的现状，然后介绍了主题公园市场竞争格局。随后，报告对主题公园做了重点企业经营状况分析，最后分析了主题公园行业发展趋势与投资预测。您若想对主题公园产业有个系统的了解或者想投资主题公园行业，本报告是您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。

报告目录：

第一章主题公园相关概述

1.1主题公园简述

1.1.1主题公园的定义

1.1.2主题公园的起源

1.1.3主题公园的分类

1.1.4主题公园的意义

1.1.5主题公园文化特色分析

1.2中国主题公园产业特性分析

1.2.1主题公园是高投入高成本产业

1.2.2主题公园有明显的生命周期性

1.2.3主题产品衍生产业尚未形成

1.2.4客源市场集中在亚洲文化圈

1.3主题公园对旅游业的作用及意义

1.3.1主题公园与旅游业的关系

1.3.2主题公园与城市发展的关系

第二章2019年中国主题公园发展环境分析

2.1经济环境

2.1.12019年中国宏观经济运行情况

2.1.22019年中国经济运行情况

2.1.3中国宏观经济形势展望

2.2政策环境

2.2.1中国旅游业政策发展导向分析

2.2.2国务院通过《关于加快发展旅游业的意见》

2.2.3国务院出台推进海南国际旅游岛建设意见

2.2.4旅游总局出台《东北地区旅游业发展规划》

2.2.5未来几年中国将进入旅游鼓励政策出台密集期

2.3社会环境

2.3.1中国居民旅游消费的主要特征

2.3.22019年中国居民收入水平分析

2.3.32017年中国居民旅游消费意愿分析

2.3.4主题公园在旅游产品中的地位分析

2.42014-2019年中国旅游业发展情况

2.4.12019年中国旅游经济运行总体情况

2.4.22019年中国旅游业重点回顾

2.4.32019年游客满意度调查

2.4.42014-2019年中国旅游总人数统计

2.4.52014-2019年中国旅游总收入统计

2.4.62014-2019年中国国内旅游人数统计

2.4.72014-2019年中国国内旅游消费统计

2.4.82014-2019年中国入境旅游人数统计

2.4.92019年中国森林旅游市场规模统计

第三章2019年全球主题公园发展情况分析

3.12019年全球主题公园发展情况统计

3.1.12019年全球主题公园发展情况统计

3.1.22019年北美主题公园发展情况统计

- 3.1.32019年欧洲主题公园发展情况统计
- 3.1.42019年亚洲主题公园发展情况统计
- 3.1.52019年拉美主题公园发展情况统计
- 3.1.62019年全球水上乐园发展情况统计
- 3.2全球主题公园发展情况分析
 - 3.2.1国际主题公园的行业特征分析
 - 3.2.2主体公园的市场竞争因素分析
 - 3.2.3国际主题公园的经营模式分析
 - 3.2.4国际主题公园的发展趋势分析
- 3.3国际主题公园发展经验分析
 - 3.3.1选址的重要性
 - 3.3.2充分展现主题
 - 3.3.3强调游客参与
 - 3.3.4娱乐与教育相结合
 - 3.3.5公园与零售相结合
 - 3.3.6多元的价格策略
 - 3.3.7完善的服务系统
 - 3.3.8规模化经营策略
- 3.4国际主题公园发展对中国的启示
 - 3.4.1提高主题公园的科技含量
 - 3.4.2主题公园多产业联动发展
 - 3.4.3注重主体公园品牌化营销
 - 3.4.4深化主题公园的体制改革
 - 3.4.5提高科学管理和人文营销

第四章中国主题公园发展情况分析

- 4.1中国主题公园发展现状分析2011-2017年我国主题公园市场需求数据来源：公开资料整理
 - 4.1.1中国主题公园的发展历程
 - 4.1.2中国主题公园同现“亏损潮”与“投资热”
 - 4.1.3中国主题公园进入连锁化经营时代
 - 4.1.4中国进入大型主题公园发展新时期
 - 4.1.5华侨城已成中国主题公园发展模式

4.2中国主题公园顾客需求调查分析

4.2.1中国主题公园顾客需求调查分析

4.2.2中国文化型主题公园顾客需求调查分析

4.2.3中国动态型主题公园顾客需求调查分析

4.2.4中国静态型主题公园顾客需求调查分析

4.3中国主题公园发展存在的问题分析

4.3.1公园主题趋同缺乏独特性

4.3.2盲目投资缺乏有效市场意识

4.3.3管理理念陈旧管理水平低下

4.3.4收入结构单一周边收益不足

4.4中国各地区主题公园发展分析

4.4.1珠江三角洲主题公园消费调查分析

4.4.2长江三角洲主题公园投资分析

4.4.3深圳占据主题公园发展制高点

4.4.4上海重现主题公园投资热潮

4.4.5武汉规划建设大型主题公园

4.4.6北京延庆建成苹果主题公园

4.4.7西部最大水上主题公园开园

4.4.8海南建设航天育种主题公园

4.4.9北京市环球城主题公园奠基

4.4.10海州露天矿国家矿山公园开园

4.4.11常州全球首个网络游戏公园建成

4.4.12上海市农业主题公园渐受欢迎

4.4.13广州番禺将建成海洋主题公园

第五章中国主题公园经营管理分析

5.1影响中国主题公园发展的外部因素

5.1.1政策环境

5.1.2客源市场

5.1.3区域的经济发展水平

5.1.4交通配置和季节性的影响

5.1.5公园的空间集聚和竞争状况

5.2影响中国主题公园发展的内部因素

5.2.1主题公园的旅游产品

5.2.2主题公园的消费水平

5.2.3主题公园的文化内涵

5.3主题公园市场化商业运作模式分析

5.3.1主题公园发展现状分析

5.3.2中国主题公园经营现状分析

5.3.3中外主题公园的SWOT分析

5.3.4主题公园商业模式设计分析

5.3.5国产主题公园经营策略分析

5.4主题公园的盈利模式分析

5.4.1主题公园盈利模式

5.4.2主题公园的文化内涵

5.4.3主题公园主要盈利模式

5.4.4主题公园盈利模式规划

5.5中国主题公园的竞争策略

5.5.1主题选择

5.5.2选址

5.5.3创意

5.5.4产品开发

5.5.5营销策略

第六章中国主题公园案例分析

6.1成功案例分析

6.1.1华侨城集团

6.1.2深圳欢乐谷

6.1.3深圳东部华侨城

6.1.4长隆欢乐世界

6.1.5浙江杭州宋城

6.1.6无锡太湖影视基地

6.1.7天津京津新城

6.1.8成都芙蓉古城

6.1.9西安曲江新城

6.2失败案例分析

6.2.1江苏福祿贝尔科幻乐园

6.2.2海南中华民族文化村

6.2.3广州飞龙世界主题公园

6.2.4广州世界大观主题公园

6.2.5内蒙根河“天工部落”

6.2.6杭州千岛湖凤凰度假村

6.2.7内蒙古通辽莫力庙水库

6.3中国主题公园成败案例的启示

6.3.1商业成功是文化社会环境成功的基础

6.3.2独特吸引力及品牌是主题园的生命力

6.3.3主题园开发成功需要更多的产业要素

6.3.4主题公园应加强产业链周边产品收益

第七章中国主题公园发展趋势分析

7.1主题公园总体发展趋势分析

7.1.1主题突出文化性

7.1.2技术体现互动性

7.1.3内容追求娱乐性

7.1.4项目偏重参与性

7.1.5氛围张扬刺激性

7.1.6景观回归真实性

7.1.7付款刷卡便捷性

7.1.8规模凸现扩张性

7.2中国主题公园发展前景分析

7.2.1中国主题公园将迎来黄金时代

7.2.2中国主题公园的发展趋势分析

7.2.3中国主题公园的发展方向分析

7.2.4中国主题公园未来市场格局分析

7.2.5中国大型主题公园集团连锁发展分析

第八章中国主题公园产业投资策略分析

8.1迪斯尼主题公园成功经营策略（ ）

8.1.1品牌经营策略

8.1.2服务制胜策略

8.1.3产品创新策略

8.1.4灵活定价策略

8.1.5营销管理策略

8.1.6迪斯尼经营分析

8.1.7迪斯尼财务分析

8.1.8迪斯尼上海项目

8.2迪斯尼对中国主题公园发展的启示

8.2.1主题公园品牌文化推广

8.2.2快乐王国的氛围营造

8.2.3强大的整体营销策略

8.3主题公园成功开发的要素

8.3.1定位

8.3.2区位选择

8.3.3创意

8.3.4产品

8.3.5文化内涵

8.3.6营销策略

8.3.7策划推广

8.4主题公园营销模式

8.4.1主题定位

8.4.2产品策略

8.4.3价格策略

8.4.4促销策略

8.4.5渠道策略

8.5主题公园营销方式分析

8.5.1直复营销

8.5.2内部营销

8.5.3品牌营销

- 8.5.4合作营销
- 8.5.5网络营销
- 8.5.6体验营销
- 8.5.7事件营销
- 8.5.8整合营销（ ）

部分图表目录：

- 图表12010-2019年中国国内生产总值增长趋势图
- 图表22010-2019年中国居民消费价格涨跌幅度
- 图表32019年中国居民消费价格比上年涨跌幅度
- 图表42010-2019年中国年末国家外汇储备情况
- 图表52010-2019年中国财政收入情况
- 图表62010-2019年中国粮食产量情况
- 图表72010-2019年中国工业增加值情况
- 图表82019年中国主要工业产品产量及其增长速度
- 图表92019年中国规模以上工业企业实现利润及其增长速度
- 图表102010-2019年中国建筑业增加值情况
- 图表112010-2019年中国全社会固定资产投资情况
- 图表122019年中国分行业城镇固定资产投资及其增长速度
- 图表132019年中国固定资产投资新增主要生产能力
- 图表142019年中国房地产开发和销售主要指标完成情况
- 图表152010-2019年中国社会消费品零售总额情况
- 图表162019年中国货物进出口总额及其增长速度
- 图表172019年中国主要商品出口数量、金额及其增长速度
- 图表182019年中国主要商品进口数量、金额及其增长速度
- 图表192019年中国对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度
- 图表202010-2019年中国货物进出口总额情况
- 图表212019年中国分行业外商直接投资及其增长速度
- 图表222019年中国各种运输方式完成货物运输量及其增长速度
- 图表232019年中国各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度
- 图表242010-2019年中国年末电话用户数情况
- 图表252019年中国全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表262010-2019年中国城乡人民币储蓄存款余额情况

图表272010-2019年中国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表282019年中国人口数及其构成情况

图表292010-2019年中国农村居民人均纯收入情况

图表302010-2019年中国城镇居民人均纯收入情况

图表312019年中国居民人均收入、消费及存款统计

图表322010-2019年中国旅游人数统计

图表332010-2019年中国旅游人数增长趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/199928.html>