

2023-2029年中国主题公园 行业前景展望与市场全景评估报告

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

《2023-2029年中国主题公园行业前景展望与市场全景评估报告》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/202305/363817.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国主题公园行业前景展望与市场全景评估报告》共十四章。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主题公园的定义和内涵

1.1.1主题公园的概念

1.1.2主题公园的涵义

1.1.3主题公园产业链构成

1.1.4主题公园是商业和旅游业结合的产物

1.2主题公园的起源和发展

1.2.1主题公园的起源

1.2.2主题公园的历史沿革

1.2.3主题公园的特点

1.2.4主题公园的类型

1.3主题公园产业特性分析

1.3.1高投入高成本

1.3.2明显的生命周期性

1.3.3主题产品衍生产业尚未形成

1.3.4客源市场集中在国内和亚洲文化圈

1.4著名主题公园分布

1.4.1美洲地区

1.4.2欧洲地区

1.4.3亚洲地区

第二章2019-2022年国外主题公园发展分析

2.12019-2022年世界主题公园发展概况

2.1.1区域格局分析

2.1.2运营现状分析

2.1.3企业模式分析

2.1.4投资建设近况

2.1.5运营趋势剖析

2.22019-2022年世界主题公园项目发展动态

2.2.12019年项目动态

2.2.22020年项目动态

2.2.32022年项目动态

2.32019-2022年发达国家主题公园的发展

2.3.1美国

2.3.2日本

2.3.3英国

2.3.4德国

2.3.5澳大利亚

2.4世界主题公园发展的成功经验分析

2.4.1选址的重要性

2.4.2充分展现主题及强调游客参与

2.4.3娱乐与教育相结合

2.4.4主题公园与零售业相结合

2.4.5价格策略多元化

2.4.6完善的服务系统

2.4.7经营规模化

第三章2019-2022年中国主题公园的发展环境分析

3.1一般环境分析

3.1.1技术环境

3.1.2社会文化环境

3.1.3自然环境

3.2政策环境分析

3.2.1政治环境综述

3.2.2主题公园政策规范

3.2.3主题公园相关政策

3.3经济环境分析

3.3.1国际经济运行现状

3.3.2中国经济运行现状

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

3.3.3中国经济发展趋势

3.3.4经济环境对景区的影响

3.4产业环境分析

3.4.1旅游业发展成就综述

3.4.2旅游消费现状及潜力

3.4.3旅游业经济运行现状

3.4.4旅游业运行特征剖析

3.4.5旅游业发展前景展望

3.5中国主题公园发展的重要性

3.5.1中国主题公园建设发展的意义

3.5.2主题公园对区域经济发展具有推动作用

3.5.3主题公园日益成为城市旅游形象的新名片

第四章2019-2022年中国主题公园的发展

4.1中国主题公园的发展综述

4.1.1发展历程回顾

4.1.2建设运营情况

4.1.3发展特征分析

- 4.1.4行业融资形势
- 4.1.5基本态势判断
- 4.22019-2022年中国主题公园的发展分析
- 4.2.1行业建设态势
- 4.2.2行业运营现状
- 4.2.3投资开发状况
- 4.2.4行业业态升级
- 4.3中国主题公园的SWOT分析
- 4.3.1优势分析
- 4.3.2劣势分析
- 4.3.3机遇分析
- 4.3.4挑战分析
- 4.4中国主题公园盈利能力分析
- 4.4.1盈利能力现状
- 4.4.2现行盈利模式
- 4.4.3盈利不佳原因
- 4.4.4国外盈利启示
- 4.4.5盈利模式提升路径
- 4.5主题公园与都市旅游目的地吸引力的互动浅析
- 4.5.1都市旅游及都市旅游目的地吸引力分析
- 4.5.2主题公园是都市旅游目的地的重要旅游吸引物
- 4.5.3主题公园能有效诠释都市旅游目的地独特的文化底蕴
- 4.5.4主题公园的良性发展促进都市旅游目的地特色商业发展
- 4.6中国主题公园体验价值的创造分析
- 4.6.1主题公园核心竞争力在于“体验价值”;
- 4.6.2体验价值在主题公园经营中的重要意义
- 4.6.3影响主题公园体验价值的主要因素分析
- 4.6.4华侨城主题公园体验价值的创造模式
- 4.7体验经济时代中国主题公园的服务创新分析
- 4.7.1主题公园迎合旅游者对旅游体验的多元化追求
- 4.7.2体验经济的涵义及基本特征
- 4.7.3主题公园服务内涵与现状分析

4.7.4体验经济下主题公园服务创新思路

第五章2019-2022年中国主题公园的建设

5.1主题公园的建设开发条件

5.1.1资源条件

5.1.2区位条件

5.1.3市场条件

5.1.4规模条件

5.2主题公园建设应该注意的问题

5.2.1主题公园的主题

5.2.2管理与服务

5.2.3主题公园的产品

5.32020年中国主题公园建设状况

5.42022年中国主题公园建设状况

5.5主题公园建设中的景观设计分析

5.5.1主题公园景观的构成要素

5.5.2主题公园地形设计

5.5.3主题公园建筑设计

5.5.4主题公园植物设计

5.5.5主题公园小品设计

5.6主题公园之景观要素在北方地区的表现浅析

5.6.1中国主题公园建设热潮概述

5.6.2主题公园景观要素表现手法

5.6.3实践案例的分析

第六章2019-2022年主题公园细分市场的发展

6.1中国主题公园市场细分探析

6.1.1中国主题公园主题雷同或缺失

6.1.2主题公园市场细分的必要性

6.1.3主题公园的市场细分类型

6.1.4主题公园细分市场的差异化战略

6.22019-2022年雕塑主题公园的建设发展

- 6.2.1 雕塑主题公园的起源简析
- 6.2.2 国内外雕塑主题公园分析
- 6.2.3 雕塑主题公园的公共性分析
- 6.2.4 中国雕塑主题公园建设动态
- 6.3 2019-2022年影视主题公园的建设发展
- 6.3.1 影视主题公园的基本概念及发展
- 6.3.2 中国影视主题公园的起步与发展
- 6.3.3 中国影视主题公园呈快速扩张态势
- 6.3.4 中国影视主题公园的建设动态
- 6.3.5 中国影视主题公园的盈利策略
- 6.4 2019-2022年海洋主题公园的建设发展
- 6.4.1 中国海洋主题公园发展阶段
- 6.4.2 中国海洋主题公园布局特点
- 6.4.3 中国海洋主题公园市场容量
- 6.4.4 中国海洋主题公园建设动态
- 6.4.5 中国海洋主题公园发展的启示
- 6.5 2019-2022年汽车主题公园的建设发展
- 6.5.1 德国汽车城主题公园的景观设计
- 6.5.2 中国汽车主题公园引资建设的设想
- 6.5.3 中国汽车主题公园的投资建设现状
- 6.5.4 中国汽车主题公园的建设动态

第七章 2019-2022年中国部分地区及城市主题公园的发展

- 7.1 2019-2022年长三角地区主题公园发展分析
- 7.1.1 发展阶段
- 7.1.2 空间分布解析
- 7.1.3 投资开发态势
- 7.1.4 市场格局分析
- 7.1.5 竞争状况分析
- 7.1.6 存在问题分析
- 7.1.7 发展趋势分析
- 7.2 2019-2022年珠三角主题公园产业集群剖析

- 7.2.1 集群发展状况
- 7.2.2 集群演进路径
- 7.2.3 集群发展条件
- 7.2.4 集群演进模式
- 7.3 2019-2022年深圳主题公园发展分析
 - 7.3.1 整体发展综述
 - 7.3.2 发展成就总结
 - 7.3.3 运行态势良好
 - 7.3.4 存在问题分析
 - 7.3.5 创新发展分析
- 7.4 2019-2022年海南主题公园发展分析
 - 7.4.1 必要性及可行性
 - 7.4.2 规划布局区域
 - 7.4.3 建设规划探析
 - 7.4.4 开发政策解读
- 7.5 2019-2022年其他地区主题公园的发展
 - 7.5.1 山东省
 - 7.5.2 福建省
 - 7.5.3 安徽省

第八章 2019-2022年国内外著名主题公园的发展

- 8.1 迪士尼乐园
 - 8.1.1 园区基本简介
 - 8.1.2 发展战略解析
 - 8.1.3 成功经营策略
 - 8.1.4 发展启示分析
 - 8.1.5 东京迪士尼运营现状
 - 8.1.6 香港迪士尼运营现状
 - 8.1.7 上海迪士尼进展情况
- 8.2 香港海洋公园
 - 8.2.1 园区基本简介
 - 8.2.2 发展战略解析

- 8.2.3定位战略分析
- 8.2.4经营状况分析
- 8.2.5市场拓展情况
- 8.3华侨城主题公园
 - 8.3.1园区基本简介
 - 8.3.2园区规模分析
 - 8.3.3发展模式分析
 - 8.3.4发展态势分析
 - 8.3.5战略重心分析
- 8.4长隆欢乐世界
 - 8.4.1园区基本简介
 - 8.4.2园区规模分析
 - 8.4.3营销思维分析
 - 8.4.4战略动向分析
 - 8.4.5新建及改造状况
- 8.5中华恐龙园
 - 8.5.1园区基本简介
 - 8.5.2园区发展状况
 - 8.5.3产品优势及特点
 - 8.5.4成功模式分析
 - 8.5.5创新发展解析
 - 8.5.6挑战及开发建议

第九章中国主题公园市场投资主体分析

- 9.1迪士尼公司
 - 9.1.1企业发展概况
 - 9.1.2企业经营状况
 - 9.1.3业务经营分析
- 9.2深圳华侨城股份有限公司
 - 9.2.1企业发展概况
 - 9.2.2企业经营状况
 - 9.2.3业务经营分析

9.3宋城演艺发展股份有限公司

9.3.1企业发展概况

9.3.2企业经营状况

9.3.3业务经营分析

9.4海昌控股有限公司

9.4.1企业发展概况

9.4.2企业经营状况

9.4.3业务经营分析

9.5华谊兄弟传媒股份有限公司

9.5.1企业发展概况

9.5.2企业经营状况

9.5.3业务经营分析

第十章2019-2022年中国主题公园的发展策略研究

10.1中国主题公园发展存在的问题

10.1.1主要矛盾分析

10.1.2数量多而规模小

10.1.3主题不鲜明及重复建设

10.1.4收入单一

10.1.5产品单一且缺乏创新

10.2从规划设计的角度分析主题公园的发展对策

10.2.1设计目标

10.2.2设计主体

10.2.3设计技能

10.3从经营管理的角度分析主题公园的发展对策

10.3.1强化战略管理

10.3.2在主题公园生命周期各阶段实施不同产营销策略

10.3.3降低季节性影响

10.3.4提高员工素质及加强内部管理

10.4从宏观调控的角度分析主题公园的发展对策

10.4.1依据城市（地区）规划约束主题公园的投资建设

10.4.2旅游主管部门实施严格的审批制度

10.4.3对重大主题公园的建设给予有力支持

10.5中国主题公园文化精致化发展的对策

10.5.1以文化内涵突破重围

10.5.2主题公园文化特色探析

10.5.3主题开发

10.5.4精致的规划设计和施工

10.5.5经营管理

10.6主题公园的开发经营策略

10.6.1市场导向策略

10.6.2文化主导策略

10.6.3本土特色策略

10.6.4系统经济策略

10.6.5资源整合策略

10.7主题公园的发展模式思考

10.7.1区位选择

10.7.2开发模式选择

10.7.3商业模式选择

第十一章2019-2022年中国主题公园竞争分析

11.1主题公园产业竞争模型解析

11.1.1产业竞争强度分析

11.1.2退出障碍和转移成本经济障碍

11.1.3产业供应方

11.1.4买方

11.1.5潜在进入者

11.1.6替代品

11.2现代主题公园竞争的五大焦点

11.2.1空间竞争

11.2.2市场体系

11.2.3主导品牌

11.2.4文化内涵

11.2.5生命周期

11.3主题公园企业取得竞争优势的必备要素

11.3.1准确的主题选择

11.3.2恰当的园址选择

11.3.3独特的主题创意

11.3.4深度的主题产品开发

11.3.5灵活的营销策略

11.4中国主题公园的竞争对策分析

11.4.1培育核心能力

11.4.2开展文化经营

11.4.3构造顾客矩阵

11.4.4提升品牌形象

11.4.5推进营销创新

11.4.6实施战略管理

11.4.7打造差异化和特色化

第十二章2019-2022年中国主题公园的营销分析

12.1中国主题公园的主要营销方式分析

12.1.1广告

12.1.2数据库营销

12.1.3活动策划

12.1.4网络营销

12.2中国主题公园营销中的文化缺失

12.2.1前期规划

12.2.2中期管理经营

12.2.3后期主题公园产品的延续

12.2.4文化是主题公园营销的灵魂

12.3中国主题公园营销流程及推广策略选择

12.3.1体验营销是主题公园营销的最好选择

12.3.2主题公园营销的积木流程

12.3.3强势品牌塑造

12.3.4新产品开发

12.3.5主题系列产品开发

12.4中国主题公园营销模式的构建

12.4.1有效的主题定位

12.4.2激活市场的产品策略

12.4.3灵活多变的价格策略

12.4.4推拉结合的促销策略

12.5中国主题公园的营销渠道策略分析

12.5.1营销渠道策略构建概述

12.5.2销售代理渠道

12.5.3产品直销渠道

第十三章中国主题公园投资分析

13.1中国主题公园的投资背景

13.1.1中国主题公园投资迎来黄金时点

13.1.2消费市场对主题公园投资建设的支撑

13.1.3国外资本对中国主题公园产业的影响

13.2中国主题公园的投资现状

13.2.1外资、民营和国有资本进入旅游业以主题公园为突破口

13.2.2中国主题公园的投资主体

13.2.3中国主题公园的投资模式

13.2.4政府收紧主题公园信贷

13.2.5中国主题公园存在盲目投资开发现象

13.3水上主题公园的商业投资模式分析

13.3.1国内外水上主题公园发展概况

13.3.2水上主题公园的主要功能和载体

13.3.3投资策略

13.3.4投资步骤

13.3.5投资模式

13.4主题公园投资案例分析

13.4.1案例1——方特欢乐世界

13.4.2案例2——欢乐谷连锁主题公园

13.4.3案例3——迪士尼主题公园

13.4.4案例4——环球嘉年华主题公园

13.5中国主题公园的投资风险及建议

13.5.1主题公园投资开发具有特殊性

13.5.2主题公园经营形势依旧严峻

13.5.3主题公园衍生产品开发仍处于启蒙阶段

13.5.4中国主题公园的投资建议

13.6主题公园成功开发的因素分析

13.6.1主题选择与定位

13.6.2主题公园区位选择

13.6.3主题创意

13.6.4主题产品开发与更新

13.6.5主题公园文化内涵

13.7中国主题公园投资开发建设的策略分析

13.7.1探询市场化商业运作模式

13.7.2设计全新的游憩方式

13.7.3树立整合营销传播理念

13.7.4加快公园经营管理人才的开发

13.7.5实现多元化的盈利模式

第十四章中国主题公园的前景趋势分析

14.1中国主题公园未来增长驱动因素

14.1.1经济持续增长

14.1.2人均收入增加

14.1.3城镇化率攀升

14.1.4政府支持

14.1.5基建改善

14.2中国主题公园的前景展望

14.2.1中国主题公园市场发展潜力巨大

14.2.2中国主题公园市场未来规模预测

14.2.3中国主题公园发展将迎来“黄金时代”；

14.2.4中国主题公园持续发展的积极因素

14.2.52023-2029年中国主题公园行业预测分析

14.3中国主题公园的发展趋势

14.3.1发展趋势预测

14.3.2未来发展格局

14.3.3行业走势分析

14.3.4战略趋势分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202305/363817.html>