

2024-2030年中国主题公园 产业发展现状与投资战略研究报告

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

《2024-2030年中国主题公园产业发展现状与投资战略研究报告》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/202404/454239.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《2024-2030年中国主题公园产业发展现状与投资战略研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第1章：主题公园行业综述及数据来源说明 1.1 主题公园界定 1.1.1 主题公园的定义 1.1.2 主题公园的特点 1.1.3 主题公园的发展阶段 1.1.4 《国民经济行业分类与代码》中主题公园行业归属 1.2 主题公园行业分类 1.3 主题公园专业术语说明 1.4 本报告研究范围界定说明 1.5 本报告数据来源及统计标准说明 1.5.1 本报告权威数据来源 1.5.2 本报告研究方法及统计标准说明 第2章：中国主题公园行业发展环境分析 2.1 主题公园行业政策环境分析 2.1.1 中国主题公园行业监管体系及机构介绍 （1）中国主题公园主管部门 （2）中国主题乐园行业自律组织 2.1.2 中国主题公园行业法律及行政法规汇总 2.1.3 中国主题公园行业政策环境对行业发展的影响分析 2.2 主题公园行业经济环境分析 2.2.1 国内宏观经济发展分析 （1）GDP （2）CPI （3）固定资产投资 2.2.2 国内宏观经济发展趋势 （1）国际机构对中国GDP增速预测 （2）国内机构对中国宏观经济指标增速预测 2.2.3 经济环境与行业的相关性 2.3 主题公园行业社会环境分析 2.3.1 中国城镇化发展进程分析 2.3.2 中国城镇化推进政策汇总 2.3.3 城镇化对主题公园的影响 2.4 主题公园行业产业环境分析 2.4.1 居民收入水平分析 2.4.2 城乡居民消费支出 （1）城乡居民消费支出 （2）居民消费信心分析 2.4.3 居民旅游消费分析 （1）居民出游率变化 （2）居民出游目的分析 （3）居民旅游消费分析 （4）国内旅游人数分析 （5）国内旅游收入分析 2.4.4 产业环境对主题公园的影响 2.5 中国主题公园行业发展机遇与挑战 2.5.1 中国主题公园行业发展机遇 2.5.2 中国主题公园行业发展挑战 第3章：中国主题公园行业发展现状与趋势 3.1 主题公园行业发展现状分析 3.1.1 我国主题公园发展数量分析 3.1.2 我国主题公园数量区域分布 3.1.3 我国主题公园区域建设分布 3.1.4 我国主题公园投资金额分布 3.1.5 我国主题公园占地面积分析 （1）动物园类主题公园单位占地面积最大 （2）科普教育类主题公园占地面积最小 3.1.6 主题公园行业重游率分析 （1）主题公园重游调查分析 （2）主题公园重游率情况分析 （3）主题公园重游率低的原因 （4）提高主题公园重游率建议 3.2 主题公园应用VR场景发展情况与趋势分析 3.2.1 VR发展情况 （1）VR行业发展概况 （2）VR设备发展情况 （3）VR软件发展情况 （4）VR技术发展情况 （5）VR行业政策发展情况 3.2.2 主题公园应用VR场景发展情况 （1）主题公园应用VR场景介绍 （2）主题公园的VR场景建设情况 （3）国内主题公园VR项目阶段 （4）主题公园VR技术市场份额 3.2.3 主题公园应用VR的优劣势 3.2.4 主题公园应用VR的商业化分析 3.2.5 主题公园VR场景应用的发展前景 3.3 主题公园轻资产模式运营

分析 3.3.1 主题公园轻资产模式定义 3.3.2 主题公园轻资产模式现状分析 3.3.3 华强方特授权投资扩张模式分析 (1) 合资模式的轻资产扩张 (2) “轰炸”式营销推广品牌 (3) 速度背后需要夯实功课 3.3.4 海昌控股轻资产尝试现状分析 (1) 管理输出业务 (2) 互动科技儿童娱乐项目 (3) 文化IP业务 3.3.5 常州恐龙园轻资产扩张现状分析 (1) 轻资产扩张起步 (2) 业务模式单一, 轻资产扩张路漫漫 3.3.6 主题公园轻资产模式发展前景 3.4 主题公园行业经营情况分析 3.4.1 我国主题公园行业经营效益分析 3.4.2 我国主题公园行业盈利模式分析 (1) 主要盈利来源分析 (2) 经营增长盈利模式 (3) 物业增值盈利模式 (4) 品牌延伸盈利模式 (5) 客源共享盈利模式 (6) “主题公园产业化发展”盈利模式 3.4.3 国外典型主题公园盈利来源分布 (1) 典型主题乐园盈利结构 (2) 迪士尼乐园盈利模式 3.5 主题公园行业投资热点分析 3.5.1 主题公园主流投资模式分析 (1) “公园+地产”投资模式 (2) “公园+演艺”投资模式 (3) “公园+科技”投资模式 3.5.2 主题公园投资热深层原因分析 (1) 旅游业快速发展 (2) 主题公园预期过高, 审批力度不严 (3) 主题公园的“多重角色”特质 (4) 主题公园存在的认识误区 3.6 主题公园行业发展前景和趋势分析 3.6.1 主题公园行业发展趋势分析 3.6.2 主题公园行业发展前景分析 (1) 主题公园行业消费需求前景 (2) 主题公园行业发展前景分析 第4章 : 中国文化类主题公园运营和典型案例分析 4.1 文化类主题公园发展分析 4.1.1 文化类主题公园发展现状 4.1.2 文化类主题公园分布情况 4.1.3 文化类主题公园发展前景 4.2 文化类主题公园特色分析 4.2.1 文化类主题公园设计要素 4.2.2 文化类主题公园开发形式 4.2.3 文化类主题公园特色分析 4.2.4 文化类主题公园消费群体 4.3 文化类主题公园经营分析 4.3.1 文化类主题公园经营情况 (1) 杭州宋城 (2) 清明上河园 4.3.2 文化类主题公园收费对比 4.4 典型文化类主题公园分析 4.4.1 中国民俗文化村分析 (1) 公园简要介绍 (2) 公园主题特色 (3) 公园投资规模 (4) 公园面积规模 (5) 公园游客规模 (6) 公园收费情况 (7) 公园交通条件 (8) 公园成功因素 4.4.2 杭州宋城分析 (1) 公园简要介绍 (2) 公园主题特色 (3) 公园投资规模 (4) 公园面积规模 (5) 公园游客规模 (6) 公园收费情况 (7) 公园交通条件 (8) 公园成功因素 第5章 : 中国游乐类主题公园运营和典型案例分析 5.1 游乐类主题公园发展分析 5.1.1 游乐类主题公园发展现状 (1) 中国游乐类主题公园发展概况 (2) 中国游乐类主题公园规模 5.1.2 游乐类主题公园分布情况 5.1.3 游乐类主题公园发展前景 5.2 游乐类主题公园特色分析 5.2.1 游乐类主题公园设计要素 5.2.2 游乐类主题公园特色分析 5.2.3 游乐类主题公园消费群体 5.2.4 游乐类主题公园重游分析 5.3 游乐类主题公园经营分析 5.3.1 游乐类主题公园经营情况 (1) 欢乐谷 (2) 杭州乐园 (3) 北京石景山游乐园 5.3.2 游乐类主题公园收费对比 5.4 典型游乐类主题公园分析 5.4.1 欢乐谷分析 (1) 公园简要介绍 (2) 公园主题特色 (3) 公园投资规模 (4) 公园面积规模 (5) 公园游客规模 (6) 公园收费情况 (7) 公园

成功因素 5.4.2 芜湖方特欢乐世界分析 (1) 公园简要介绍 (2) 公园主题特色 (3) 公园投资规模 (4) 公园面积规模 (5) 公园游客规模 (6) 公园收费情况 (7) 公园成功因素

第6章：中国观光类主题公园运营和典型案例分析 6.1 观光类主题公园发展分析 6.1.1 观光类主题公园发展现状 6.1.2 观光类主题公园分布情况 6.1.3 观光类主题公园发展前景 6.2 观光类主题公园特色分析 6.2.1 观光类主题公园设计要素 6.2.2 观光类主题公园特色分析 6.2.3 观光类主题公园消费群体 6.3 观光类主题公园经营分析 6.3.1 观光类主题公园经营情况 (1) 东部华侨城 (2) 大连圣亚海洋世界 6.3.2 观光类主题公园收费对比 6.4 典型观光类主题公园分析 6.4.1 东部华侨城分析 (1) 公园简要介绍 (2) 公园主题特色 (3) 公园投资规模 (4) 公园面积规模 (5) 公园游客规模 (6) 公园收费情况 (7) 公园交通条件 (8) 公园成功因素 6.4.2 世界之窗分析 (1) 公园简要介绍 (2) 公园主题特色 (3) 公园投资规模 (4) 公园面积规模 (5) 公园游客规模 (6) 公园收费情况 (7) 公园成功因素

第7章：中国情景模拟类主题公园运营和典型案例分析 7.1 情景模拟类主题公园发展分析 7.1.1 情景模拟类主题公园发展现状 (1) 情景模拟类主题公园发展概况 (2) 影视主题公园 (3) 情景模拟类主题公园规模 7.1.2 情景模拟类主题公园分布情况 7.1.3 情景模拟类主题公园存在问题 7.1.4 情景模拟类主题公园发展前景 7.2 情景模拟类主题公园特色分析 7.2.1 情景模拟类主题公园设计要素 7.2.2 情景模拟类主题公园特色分析 7.2.3 情景模拟类主题公园消费群体 7.3 情景模拟类主题公园经营分析 7.3.1 情景模拟类主题公园经营情况 (1) 收入来源 (2) 盈亏情况 (3) 具体案例 7.3.2 情景模拟类主题公园收费对比 7.4 典型情景模拟类主题公园分析 7.4.1 横店影视城分析 (1) 公园简要介绍 (2) 公园主题特色 (3) 公园投资规模 (4) 公园面积规模 (5) 公园游客规模 (6) 公园收费情况 (7) 公园交通条件 (8) 公园成功因素 7.4.2 中视传媒无锡影视基地分析 (1) 公园简要介绍 (2) 公园主题特色 (3) 公园面积规模 (4) 公园游客规模 (5) 公园收费情况 (6) 公园交通条件 (7) 公园成功因素

第8章：中国主题公园行业经营战略与营销模式分析 8.1 国内外主题公园经营战略比较分析 8.1.1 主题公园集团化经营战略比较 8.1.2 主题公园国际化经营战略比较 8.1.3 主题公园品牌化经营战略比较 8.1.4 主题公园连锁化经营战略比较 8.1.5 主题公园集群化经营战略比较 8.1.6 主题公园多元化经营战略比较 8.1.7 主题公园差异化经营战略比较 8.2 主题公园行业连锁扩张战略分析 8.2.1 主题公园行业连锁扩张并购模式 8.2.2 连锁扩张内容为王 8.2.3 主题公园行业连锁扩张产业链模式 8.2.4 主题公园行业连锁扩张跨界模式 8.2.5 主题公园行业连锁扩张品牌化模式 8.2.6 华强集团方特主题公园的扩张启示 8.3 主题公园行业主要开发模式分析 8.3.1 大型集团公司复合化片区开发模式 8.3.2 地方政府和旅游企业主导开发模式 8.3.3 品牌连锁扩张模式 8.3.4 主题公园的开发策略 (1) 市场导向策略 (2) 文化主导策略 (3) 本土特色策略 (4) 系统经济策略 (5) 资源整合策略 8.4 主题公园行业营销模式分析 8.4.1 主题公园营销主要成功要素 (1) 有效的主题

定位 (2) 激活市场的产品策略 (3) 灵活多变的价格策略 (4) 推拉结合的促销策略 (5) 双管齐下的渠道策略

8.4.2 主题公园行业主要营销策略 (1) 主题公园直复营销策略 (2) 主题公园内部营销策略 (3) 主题公园品牌营销策略 (4) 主题公园合作营销策略 (5) 主题公园网络营销策略 (6) 主题公园体验营销策略 (7) 主题公园事件营销策略 (8) 主题公园整合营销策略

8.5 我国主题公园运作模式探讨

8.5.1 迪士尼乐园运作模式的启示 (1) 稀缺式开发 (2) 复合型产业 (3) 品牌化营销

8.5.2 我国主题公园的运作模式分析 (1) 主题公园如何定位 (2) 主题公园如何创新支撑 (3) 主题公园如何复合型业态发展 (4) 主题公园如何品牌营销

第9章：中国主题公园行业领先个案经营分析

9.1 中国主题公园行业企业总体发展状况

9.1.1 中国主题公园行业企业地域分布 9.1.2 国外主题公园企业竞争优势 9.1.3 国内主题公园企业竞争优势

9.2 中国主题公园行业领先企业经营分析

9.2.1 上海迪士尼乐园经营情况分析 (1) 公园发展简况分析 (2) 公园主题特色分析 (3) 公园发展规模分析 (4) 公园收费情况分析 (5) 公园经营情况分析 (6) 公园交通条件分析 (7) 公园经营优劣势分析 (8) 公园最新发展动向分析

9.2.2 北京环球影城经营情况分析 (1) 公园发展简况分析 (2) 公园主题特色分析 (3) 公园收费情况分析 (4) 公园经营优劣势分析 (5) 公园发展的带动效应

9.2.3 广州长隆集团有限公司经营情况分析 (1) 公司发展简况分析 (2) 公司下属公园分析 (3) 公园经营情况分析 (4) 公司经营优劣势分析 (5) 公司最新发展动向分析

9.2.4 上海海昌海洋公园经营情况分析 (1) 公园发展简况分析 (2) 公司主营业务分析 (3) 公园发展简况分析 (4) 公司经营情况分析 (5) 公司经营优劣势分析

9.2.5 宋城演艺发展股份有限公司经营情况分析 (1) 公司发展简况分析 (2) 公司主营业务分析 (3) 公司下属公园分析 (4) 公司经营情况分析 (5) 公司经营优劣势分析 (6) 公司发展战略规划

9.2.6 大连圣亚旅游控股股份有限公司经营情况分析 (1) 公司发展简况分析 (2) 公司主营业务分析 (3) 公司下属公园分析 (4) 公司经营情况分析 (5) 公司经营优劣势分析

9.2.7 上海乐高探索中心经营情况分析 (1) 游乐园发展简况分析 (2) 游乐园主题特色分析 (3) 游乐园发展规模分析 (4) 游乐园收费情况分析 (5) 游乐园经营优劣势分析

9.2.8 环球动漫嬉戏谷经营情况分析 (1) 公园发展简况分析 (2) 公园主题特色分析 (3) 公园发展规模分析 (4) 公园收费情况分析 (5) 公园交通条件分析 (6) 公园经营优劣势分析

9.2.9 云南民族村经营情况分析 (1) 公园发展简况分析 (2) 公园主题特色分析 (3) 公园发展规模分析 (4) 公园收费情况分析 (5) 公园经营优劣势分析

9.2.10 桂林乐满地度假世界经营情况分析 (1) 公园发展简况分析 (2) 公园主题特色分析 (3) 公园发展规模分析 (4) 公园收费情况分析 (5) 公园交通条件分析 (6) 公园经营优劣势分析

图表目录

图表1：国家发改委对主题公园不同等级的投资及面积要求 (单位：亿元，亩)

图表2：主题公园与其他形式场所的特点及特征区分

图表3：中国主题公园发展阶段

图表4：《国民经济行业分类与代码》中主题公园行

业归属 图表5：主题公园行业分类 图表6：主题公园行业专业术语说明 图表7：本报告主题公园研究范围界定 图表8：本报告权威数据资料来源汇总 图表9：本报告的主要研究方法及统计标准说明 图表10：中国主题公园行业监管体系构成 图表11：中国主题乐园行业主管部门 图表12：中国主题乐园行业自律组织 图表13：截至2022年2月主题公园行业相关指导意见及通知规定一览表 图表14：2005-2022年主题公园相关政策分析 图表15：政策环境对中国主题公园行业发展的影响总结 图表16：2010-2021年中国国内生产总值及增长速度（单位：万亿元，%） 图表17：2019-2022年我国GDP增速与居民消费价格指数走势（单位：%） 图表18：2010-2021年全国固定资产投资（不含农户）变化情况（单位：万亿元，%） 图表19：2010-2021年三类产业投资占固定资产投资增加值（不含农户）比重（单位：%） 图表20：部分国际机构对2022年中国GDP增速的预测（单位：%） 图表21：2022年中国宏观经济核心指标预测（单位：%） 图表22：2010-2021年我国城镇人口规模及城镇化率（单位：万人，%） 图表23：中国城市化进程发展阶段 图表24：2016-2022年年3月推进城镇化建设的政策与重要事件 图表25：2010-2021年我国居民可支配收入情况（单位：元） 图表26：2010-2021年中国城乡居民人均消费支出额（单位：元） 图表27：2019-2022年年1月消费者预期指数、满意指数和信心指数趋势（单位：%） 图表28：2005-2021年中国居民出游率变化（单位：次/年） 图表29：2005-2021年中国城镇和农村居民出游率变化（单位：次/年） 图表30：居民出游目的（单位：%） 图表31：农村居民出游目的（单位：%） 图表32：2009-2021年中国城镇和农村居民人均旅游消费（单位：元） 图表33：2010-2021年中国国内旅游人数（单位：亿人次） 图表34：2018-2021年中国出入境旅游人数（单位：万人次） 图表35：2010-2021年中国国内旅游收入及增速（单位：万亿元，%） 图表36：2011-2021年中国国际旅游收入及增速（单位：亿美元，%） 图表37：人均GDP和旅游需求、旅游形态和出行方式的关系（单位：美元） 图表38：中国主题公园行业的发展机遇 图表39：中国主题公园行业发展挑战 图表40：本报告涉及的我国1208家主题公园数量区域分布（单位：家） 图表41：本报告涉及的我国1208家主题公园在各省市中的数量占比（单位：%） 图表42：截至2022年3月我国主题公园现有及拟建项目区域分布情况（单位：个） 图表43：我国现有主题公园区域分布格局（单位：%） 图表44：本报告涉及的我国1208家不同类型主题公园投资额（单位：亿元） 图表45：本报告涉及的我国1208家不同类型主题公园投资所占比例（单位：%） 图表46：本报告涉及的我国1208家不同类型主题公园平均投资额（单位：亿元/个） 图表47：本报告涉及的我国1208家不同类型主题公园总占地面积（单位：万亩） 图表48：本报告涉及的我国1208家不同类型主题公园平均占地面积（单位：亩/个） 图表49：主题公园重游率情况（单位：%） 图表50：主题公园重游者性别构成情况（单位：%） 图表51：主题公园重游者年龄构成情况（单位：%） 图表52：主题公园调研重游者月收入构成情况（单位：%） 图表53：主题公园重游者职业构成

情况（单位：%） 图表54：主题公园重游率情况分析 图表55：主题公园重游率低的原因分析
图表56：提高主题公园重游率建议 图表57：2013-2021年Steam平台全球新发行VR游戏数（单位：个）
图表58：VR主要设备构成 图表59：2016-2021年全球VR头戴设备出货量（单位：万台）
图表60：2022-2027年AR/VR头戴显示设备全球出货量预测（单位：万套） 图表61：VR头戴设备类型
图表62：VR软件市场现状 图表63：中国VR行业硬件技术发展路径 图表64：中国VR行业软件技术发展路径
图表65：VR技术研究院情况简介 图表66：截至2022年3月VR行业政策汇总及解读 图表67：主题公园VR技术产业链及商业模式图
图表68：2019-2022年主题公园的VR场景建设情况 图表69：2021年VR技术在主题公园的应用比例（单位：%）
图表70：主题公园VR技术应用的优势与不足 图表71：主题公园VR技术应用的商业化案例 图表72：主题公园VR场景应用的发展前景
图表73：主题公园轻资产要素及其投入产出比举例 图表74：2021年方特主题公园各系列分布图
图表75：海昌海洋公园控股有限公司基本情况介绍 图表76：海昌海洋公园轻资产模式合作模式介绍
图表77：恐龙园文化旅游集团股份有限公司基本情况介绍 图表78：我国主题公园经营效益结构（单位：%）
图表79：中国主题公园经营状况不佳的主要原因 图表80：主题公园盈利方式分析 图表81：主题公园经营增长盈利模式分析
图表82：主题公园品牌延伸盈利模式三阶段分析 图表83：主题公园客源共享盈利模式分析
图表84：典型主题乐园盈利结构分布（单位：%） 图表85：2021年上海迪士尼流量IP玲娜贝尔社交媒体数据
图表86：主题乐园IP运营产业链图 图表87：主题公园投资热深层原因分析
图表88：主题公园投资热深层原因分析（审批不严） 图表89：主题公园投资热深层原因分析（“多重角色”特质）
图表90：主题公园投资热深层原因分析（认识误区） 图表91：主题公园行业发展趋势分析
图表92：亚太地区TOP12主题公园游客量（单位：万人次） 图表93：“十四五”主题公园发展前景分析
图表94：我国文化类主题公园投资建设情况（单位：亿元，%，个，亿元/个，亩，亩/个）
图表95：我国文化类主题公园区域分布（单位：个） 图表96：文化类主题公园设计要素分析
图表97：文化类主题公园开发形式分析 图表98：文化类主题公园双重属性分析
图表99：文化类主题公园消费群体特征分析 图表100：2010-2021年杭州宋城旅游区主营业务收入变化情况（单位：万元，%）
图表101：2010-2021年开封清明上河园接待游客量变化情况（单位：万人次） 图表102：疫情前后文化类主题公园收费对比（单位：元/人）
图表103：中国民俗文化村官网图 图表104：中国民俗文化村门票价格统计表（单位：元/人，元/张）
图表105：中国民俗文化村表演收费统计表（单位：元/人） 图表106：杭州宋城景区优势分析
图表107：我国游乐类主题公园投资建设情况（单位：亿元，%，个，亿元/个，亩，亩/个）
图表108：本报告涉及的我国游乐类主题公园区域分布（单位：个） 图表109：游乐类主题公园消费群体特征分析
图表110：华侨城股份有限公司运营的欢乐谷主题公园总体情况（单位：亩，亿元，元） 图表111：中国

主要游乐类主题公园门票价格统计对比分析图（单位：元/人） 图表112：九大欢乐谷基本情况介绍 图表113：八大欢乐谷主题特色介绍 图表114：九大欢乐谷投资规模介绍（单位：亿元） 图表115：九大欢乐谷面积规模介绍 图表116：九大欢乐谷游客规模介绍 图表117：深圳欢乐谷门票价格一览表（单位：元/人） 图表118：北京欢乐谷门票价格一览表（单位：元/人） 图表119：北京欢乐谷年卡价格一览表（单位：元/张） 图表120：成都欢乐谷门票价格一览表（单位：元/人）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202404/454239.html>