

2015-2020年中国主题公园 市场调研及发展机遇预测报告

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

《2015-2020年中国主题公园市场调研及发展机遇预测报告》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/201507/124059.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

主题公园（theme park），是根据某个特定的主题，采用现代科学技术和多层次活动设置方式，集诸多娱乐活动、休闲要素和服务接待设施于一体的现代旅游目的地。

主题公园是为了满足旅游者多样化休闲娱乐需求和选择而建造的一种具有创意性活动方式的现代旅游场所。它是根据特定的主题创意，主要以文化复制、文化移植、文化陈列以及高新技术等手段、以虚拟环境塑造与园林环境为载体来迎合消费者的好奇心、以主题情节贯穿整个游乐项目的休闲娱乐活动空间。

作为专业从事主题公园设计、规划与策划的单位，经验告诉我们只有根基于六大要素：准确的主题公园设计的选择、恰当的主题公园园址的选择、独特的主题公园创意与主题公园文化内涵、灵活的营销策略、深度的主题公园产品开发，主题公园设计才能独具一格。

随着主题公园行业竞争的不断加剧，国内优秀的主题公园企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的主题公园品牌迅速崛起，逐渐成为主题公园行业中的翘楚！

主题公园旅游策划从实际功能和性质判定来看，是属于“城市森林”的范畴，主题公园旅游策划项目要具有创意性、启示意义，主题是主题公园的灵魂同时也是主题园区区别于其他商业娱乐设施的根本特征。成功主题公园旅游策划运作经验表明主题公园的主题必须鲜明，针对特定的细分的旅游市场，满足特定客源的需求，主题结构可以是一个主题多个次主题，也可以是一园多个主题。

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、国家旅游局、国家发改委、国际海洋局、世界旅游组织、中国旅游协会、中国旅游景区协会、中国旅行社协会、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国主题公园及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、竞争替代产品、发展趋势、新项目与技术等进行了分析，并重点分析了我国主题公园行业发展状况和特点，以及中国主题公园行业将面临的挑战以及企业的发展策略等。报告还对全球的主题公园行业发展态势作了详细分析，并对主题公园行业进行了趋向研判，是主题公园经营、开发、投资等单位准确了解目前主题公园业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 中国主题公园行业发展综述 23

1.1 主题公园行业定义 23

1.1.1 主题公园行业定义 23

1.1.2 主题公园主要分类 23

- (1) 主题公园国际标准分类 23
- (2) 按照主题的性质进行分类 25
- (3) 根据主题和体验的内容不同进行分类 26
- (4) 根据投资主体和运作目的不同进行分类 27

1.1.3 主题公园主要特征 27

1.2 主题公园行业发展环境分析 28

1.2.1 主题公园行业经济环境分析 28

- (1) 国内宏观经济发展分析 29
- (2) 国内宏观经济发展趋势 29
- (3) 经济环境与行业的相关性 30

1.2.2 主题公园行业政策环境分析 30

- (1) 主题公园行业管理体制 30
- (2) 主题公园行业相关政策 31
- (3) 主题公园审批暂停分析 32
- (4) 主题公园最新政策导向分析 32

1.2.3 主题公园行业产业环境分析 33

- (1) 居民收入水平分析 33
- (2) 城乡居民消费支出 34
- (3) 居民旅游消费分析 36
- (4) 产业环境对主题公园的影响 42

1.2.4 主题公园行业社会环境分析 43

- (1) 中国城镇化发展进程分析 43
- (2) 中国城镇化推进政策汇总 44
- (3) 城镇化对主题公园的影响 47

第二章 中国主题公园行业发展状况分析 48

2.1 主题公园行业发展历程分析 48

2.1.1 主题公园行业发展历程分析 48

2.1.2 主题公园行业发展大事记 48

2.2 主题公园行业发展现状分析 50

2.2.1 我国主题公园发展数量分析 50

2.2.2 我国主题公园数量时间分布 50

2.2.3 我国主题公园数量区域分布 51

2.2.4 我国主题公园类型结构分析	52
2.2.5 我国主题公园投资金额分布	53
2.2.6 我国主题公园占地面积分析	54
(1) 动物园占地面积最大	54
(2) 科普教育类主题公园占地面积最小	55
2.3 主题公园发展影响因素分析	56
2.3.1 主题公园发展的自然条件分析	56
(1) 主题公园的区位选址条件	56
(2) 主题公园自然依赖度分析	57
2.3.2 主题公园发展的经济条件分析	58
(1) 主题公园与第三产业的相关性	58
(2) 主题公园与科技实力的相关性	59
(3) 主题公园与交通条件的相关性	59
2.4 主题公园行业经营情况分析	59
2.4.1 我国主题公园行业经营效益分析	59
2.4.2 我国主题公园行业盈利模式分析	61
(1) 主要盈利来源分析	61
(2) 经营增长盈利模式	62
(3) 物业增值盈利模式	63
(4) 品牌延伸盈利模式	63
(5) 客源共享盈利模式	64
(6) “主题公园产业化发展”盈利模式	65
2.4.3 我国主题公园行业盈利来源分布	65
2.4.4 国外典型主题公园盈利来源分布	65
(1) 典型主题乐园盈利结构	65
(2) 迪士尼乐园盈利模式	66
2.5 主题公园行业竞争分析	67
2.5.1 主题公园行业竞争焦点分析	67
(1) 主题公园区域性竞争	67
(2) 主题公园的竞争范围	67
(3) 主题公园的主导品牌	67
(4) 主题公园的文化内涵	68

(5) 主题公园的生命周期	68
2.5.2 主题公园行业竞争因素分析	68
2.5.3 主题公园行业竞争对策分析	69
(1) 培育核心能力	70
(2) 开展文化经营	70
(3) 提升品牌形象	71
(4) 推进营销创新	71
(5) 实施战略管理	72
2.5.4 中国主题公园核心竞争力分析	72
(1) 主题公园评价指标体系	72
(2) 典型主题公园比较分析	73
(3) 主题公园核心竞争力	77
2.6 主题公园行业重游率分析	77
2.6.1 主题公园重游调查分析	77
2.6.2 主题公园重游率情况分析	81
2.6.3 主题公园重游率低的原因	82
2.6.4 提高主题公园重游率建议	83
第三章 中国文化类主题公园运营和典型案例分析	84
3.1 文化类主题公园发展分析	84
3.1.1 文化类主题公园发展现状	84
3.1.2 文化类主题公园分布情况	84
3.1.3 文化类主题公园发展前景	85
3.2 文化类主题公园特色分析	86
3.2.1 文化类主题公园设计要素	86
3.2.2 文化类主题公园开发形式	86
3.2.3 文化类主题公园特色分析	87
3.2.4 文化类主题公园消费群体	88
3.3 文化类主题公园经营分析	89
3.3.1 文化类主题公园经营情况	89
(1) 杭州宋城	89
(2) 清明上河园	90
3.3.2 文化类主题公园收费对比	90

3.4 典型文化类主题公园分析 90

3.4.1 中国民俗文化村分析 90

(1) 公园简要介绍 90

(2) 公园主题特色 91

(3) 公园投资规模 91

(4) 公园面积规模 92

(5) 公园游客规模 92

(6) 公园收费情况 92

(7) 公园交通条件 93

(8) 公园成功因素 93

3.4.2 杭州宋城分析 93

(1) 公园简要介绍 93

(2) 公园主题特色 93

(3) 公园投资规模 94

(4) 公园游客规模 94

(5) 公园收费情况 94

(6) 公园交通条件 95

(7) 公园成功因素 95

第四章 中国游乐类主题公园运营和典型案例分析 97

4.1 游乐类主题公园发展分析 97

4.1.1 游乐类主题公园发展现状 97

(1) 中国游乐类主题公园发展概况 97

(2) 中国游乐类主题公园规模 97

4.1.2 游乐类主题公园分布情况 98

4.1.3 游乐类主题公园发展前景 99

4.2 游乐类主题公园特色分析 99

4.2.1 游乐类主题公园设计要素 99

4.2.2 游乐类主题公园特色分析 99

4.2.3 游乐类主题公园消费群体 100

4.2.4 游乐类主题公园重游分析 100

4.3 游乐类主题公园经营分析 101

4.3.1 游乐类主题公园经营情况 101

(1) 欢乐谷	101
(2) 杭州乐园	101
(3) 北京石景山游乐园	102
4.3.2 游乐类主题公园收费对比	102
4.4 典型游乐类主题公园分析	103
4.4.1 欢乐谷分析	103
(1) 公园简要介绍	103
(2) 公园主题特色	104
(3) 公园投资规模	106
(4) 公园面积规模	106
(5) 公园游客规模	107
(6) 公园重游率	108
(7) 公园收费情况	109
(8) 公园交通条件	114
(9) 公园成功因素	115
4.4.2 芜湖方特欢乐世界分析	117
(1) 公园简要介绍	117
(2) 公园主题特色	117
(3) 公园投资规模	117
(4) 公园面积规模	117
(5) 公园游客规模	117
(6) 公园收费情况	118
(7) 公园交通条件	118
(8) 公园成功因素	118
第五章 中国观光类主题公园运营和典型案例分析	119
5.1 观光类主题公园发展分析	119
5.1.1 观光类主题公园发展现状	119
5.1.2 观光类主题公园分布情况	119
5.1.3 观光类主题公园发展前景	123
5.2 观光类主题公园特色分析	124
5.2.1 观光类主题公园设计要素	124
5.2.2 观光类主题公园特色分析	124

5.2.3 观光类主题公园消费群体 125

5.3 观光类主题公园经营分析 125

5.3.1 观光类主题公园经营情况 125

(1) 东部华侨城 125

(2) 大连圣亚海洋世界 125

5.3.2 观光类主题公园收费对比 126

5.4 典型观光类主题公园分析 127

5.4.1 东部华侨城分析 127

(1) 公园简要介绍 127

(2) 公园主题特色 127

(3) 公园投资规模 127

(4) 公园面积规模 127

(5) 公园游客规模 128

(6) 公园收费情况 128

(7) 公园交通条件 129

(8) 公园成功因素 130

5.4.2 世界之窗分析 130

(1) 公园简要介绍 130

(2) 公园主题特色 130

(3) 公园投资规模 131

(4) 公园面积规模 131

(5) 公园游客规模 131

(6) 公园收费情况 132

(7) 公园交通条件 133

(8) 公园成功因素 133

第六章 中国情景模拟类主题公园运营和典型案例分析 134

6.1 情景模拟类主题公园发展分析 134

6.1.1 情景模拟类主题公园发展现状 134

(1) 情景模拟类主题公园发展概况 134

(2) 影视主题公园 134

(3) 情景模拟类主题公园规模 134

6.1.2 情景模拟类主题公园分布情况 135

6.1.3 情景模拟类主题公园存在问题	136
6.1.4 情景模拟类主题公园发展前景	137
6.2 情景模拟类主题公园特色分析	138
6.2.1 情景模拟类主题公园设计要素	138
6.2.2 情景模拟类主题公园特色分析	139
6.2.3 情景模拟类主题公园消费群体	139
6.3 情景模拟类主题公园经营分析	139
6.3.1 情景模拟类主题公园经营情况	139
(1) 收入来源	140
(2) 盈亏情况	140
(3) 具体案例	140
6.3.2 情景模拟类主题公园收费对比	141
6.4 典型情景模拟类主题公园分析	142
6.4.1 横店影视城分析	142
(1) 公园简要介绍	142
(2) 公园主题特色	142
(3) 公园投资规模	142
(4) 公园面积规模	142
(5) 公园游客规模	143
(6) 公园收费情况	143
(7) 公园交通条件	145
(8) 公园成功因素	146
6.4.2 中视传媒无锡影视基地分析	146
(1) 公园简要介绍	147
(2) 公园主题特色	147
(3) 公园面积规模	147
(4) 公园游客规模	148
(5) 公园收费情况	148
(6) 公园交通条件	148
(7) 公园成功因素	148
第七章 中国主题公园行业重点区域发展分析	149
7.1 中国主题公园行业区域分布	149

7.2 北京主题公园行业发展分析	150
7.2.1 北京旅游行业发展情况分析	150
7.2.2 北京主题公园行业客源分析	150
7.2.3 北京主题公园行业发展现状	151
7.2.4 北京主题公园行业竞争分析	152
(1) 不同类型主题公园竞争	152
(2) 不同城区主题公园竞争	152
7.2.5 北京主题公园行业发展规划	152
7.3 上海主题公园行业发展分析	153
7.3.1 上海旅游行业发展情况分析	153
7.3.2 上海主题公园行业客源分析	153
7.3.3 上海主题公园行业发展现状	154
7.3.4 上海主题公园行业竞争分析	155
7.3.5 上海主题公园行业发展规划	155
7.4 广州主题公园行业发展分析	156
7.4.1 广州旅游行业发展情况分析	156
7.4.2 广州主题公园行业客源分析	157
7.4.3 广州主题公园行业发展现状	157
7.4.4 广州主题公园行业竞争分析	158
7.4.5 广州主题公园行业发展规划	159
7.5 深圳主题公园行业发展分析	159
7.5.1 深圳旅游行业发展情况分析	159
7.5.2 深圳主题公园行业客源分析	160
7.5.3 深圳主题公园行业发展现状	161
(1) 主题公园数量	161
(2) 主题公园产业类型	161
(3) 主题公园实力不平衡	161
7.5.4 深圳主题公园行业竞争分析	162
7.5.5 深圳主题公园行业发展规划	162
7.6 江苏主题公园行业发展分析	163
7.6.1 江苏旅游行业发展情况分析	163
7.6.2 江苏主题公园行业客源分析	163

7.6.3 江苏主题公园行业发展现状	164
(1) 影视基地主题公园发展	164
(2) 向多元化主题公园转型	165
(3) 主题公园规模	165
7.6.4 江苏主题公园行业竞争分析	166
7.6.5 江苏主题公园行业发展规划	166
7.7 浙江主题公园行业发展分析	166
7.7.1 浙江旅游行业发展情况分析	166
7.7.2 浙江主题公园行业客源分析	167
7.7.3 浙江主题公园行业发展现状	168
7.7.4 浙江主题公园行业竞争分析	168
7.7.5 浙江主题公园行业发展规划	168
7.8 湖南主题公园行业发展分析	169
7.8.1 湖南旅游行业发展情况分析	169
7.8.2 湖南主题公园行业客源分析	169
7.8.3 湖南主题公园行业发展现状	170
7.8.4 湖南主题公园行业竞争分析	172
7.8.5 湖南主题公园行业发展规划	172
7.9 湖北主题公园行业发展分析	172
7.9.1 湖北旅游行业发展情况分析	172
7.9.2 湖北主题公园行业客源分析	173
7.9.3 湖北主题公园行业发展现状	173
7.9.4 湖北主题公园行业竞争分析	175
7.9.5 湖北主题公园行业发展规划	176
7.10 江西主题公园行业发展分析	176
7.10.1 江西旅游行业发展情况分析	176
7.10.2 江西主题公园行业客源分析	177
7.10.3 江西主题公园行业发展现状	177
7.10.4 江西主题公园行业竞争分析	178
7.10.5 江西主题公园行业发展规划	178
7.11 河南主题公园行业发展分析	179
7.11.1 河南旅游行业发展情况分析	179

7.11.2 河南主题公园行业客源分析	179
7.11.3 河南主题公园行业发展现状	180
7.11.4 河南主题公园行业竞争分析	181
7.11.5 河南主题公园行业发展规划	182
7.12 四川主题公园行业发展分析	182
7.12.1 四川旅游行业发展情况分析	182
7.12.2 四川主题公园行业客源分析	183
7.12.3 四川主题公园行业发展现状	183
7.12.4 四川主题公园行业竞争分析	184
7.12.5 四川主题公园行业发展规划	184
7.13 云南主题公园行业发展分析	185
7.13.1 云南旅游行业发展情况分析	185
7.13.2 云南主题公园行业客源分析	185
7.13.3 云南主题公园行业发展现状	186
7.13.4 云南主题公园行业竞争分析	186
7.13.5 云南主题公园行业发展规划	187
7.14 山东主题公园行业发展分析	187
7.14.1 山东旅游行业发展情况分析	187
7.14.2 山东主题公园行业客源分析	188
7.14.3 山东主题公园行业发展现状	188
(1) 山东省主题公园发展期	189
(2) 主题公园盈利情况	189
(3) 主题公园发展问题	189
(4) 主题公园规模	190
7.14.4 山东主题公园行业竞争分析	190
7.14.5 山东主题公园行业发展规划	191
7.15 辽宁主题公园行业发展分析	191
7.15.1 辽宁旅游行业发展情况分析	191
7.15.2 辽宁主题公园行业客源分析	192
7.15.3 辽宁主题公园行业发展现状	192
7.15.4 辽宁主题公园行业竞争分析	193
7.15.5 辽宁主题公园行业发展规划	193

第八章 中国主题公园行业经营战略与营销模式分析 195

8.1 国内外主题公园经营战略比较分析 195

8.1.1 主题公园集团化经营战略比较 195

8.1.2 主题公园国际化经营战略比较 196

8.1.3 主题公园品牌化经营战略比较 196

8.1.4 主题公园连锁化经营战略比较 197

8.1.5 主题公园集群化经营战略比较 198

8.1.6 主题公园多元化经营战略比较 198

8.1.7 主题公园差异化经营战略比较 199

8.1.8 主题公园虚拟化经营战略比较 199

8.2 主题公园行业连锁扩张战略分析 200

8.2.1 主题公园行业连锁扩张并购模式 200

8.2.2 主题公园行业连锁扩张内容为王 201

8.2.3 主题公园行业连锁扩张产业链模式 201

8.2.4 主题公园行业连锁扩张跨界模式 202

8.2.5 主题公园行业连锁扩张品牌化模式 203

8.2.6 华强集团方特主题公园的扩张启示 204

8.3 主题公园行业主要开发模式分析 205

8.3.1 大型集团公司复合化片区开发模式 205

8.3.2 地方政府和旅游企业主导开发模式 206

8.4 主题公园行业营销模式分析 206

8.4.1 主题公园营销主要成功要素 206

(1) 有效的主题定位 207

(2) 激活市场的产品策略 207

(3) 灵活多变的价格策略 208

(4) 推拉结合的促销策略 209

(5) 双管齐下的渠道策略 210

8.4.2 主题公园行业主要营销策略 210

(1) 主题公园直复营销策略 210

(2) 主题公园内部营销策略 211

(3) 主题公园品牌营销策略 211

(4) 主题公园合作营销策略 212

(5) 主题公园网络营销策略	213
(6) 主题公园体验营销策略	213
(7) 主题公园事件营销策略	213
(8) 主题公园整合营销策略	213
第九章 中国主题公园行业领先个案经营分析	215
9.1 中国主题公园行业企业总体发展状况	215
9.1.1 中国主题公园行业企业地域分布	215
9.1.2 国外主题公园企业竞争优势	215
9.1.3 国内主题公园企业竞争优势	216
9.2 中国主题公园行业领先企业经营分析	216
9.2.1 北京奥林匹克公园经营情况分析	216
(1) 公园发展简况分析	216
(2) 公园主题特色分析	217
(3) 公园发展规模分析	218
(4) 公园收费情况分析	219
(5) 公园交通条件分析	220
(6) 公园经营优劣势分析	220
(7) 公园最新发展动向分析	220
9.2.2 北京世界公园经营情况分析	220
(1) 公园发展简况分析	220
(2) 公园主题特色分析	221
(3) 公园发展规模分析	221
(4) 公园收费情况分析	221
(5) 公园交通条件分析	222
(6) 公园经营优劣势分析	222
9.2.3 北京海洋馆经营情况分析	222
(1) 公园发展简况分析	222
(2) 公园主题特色分析	223
(3) 公园发展规模分析	223
(4) 公园收费情况分析	223
(5) 公园交通条件分析	223
(6) 公园经营优劣势分析	223

(7) 公园最新发展动向分析	224
9.2.4 上海锦江乐园经营情况分析	224
(1) 公园发展简况分析	224
(2) 公园主题特色分析	225
(3) 公园发展规模分析	225
(4) 公园收费情况分析	225
(5) 公园交通条件分析	225
(6) 公园经营优劣势分析	225
9.2.5 上海影视乐园经营情况分析	225
(1) 公园发展简况分析	225
(2) 公园主题特色分析	226
(3) 公园发展规模分析	226
(4) 公园收费情况分析	226
(5) 公园交通条件分析	227
(6) 公园经营优劣势分析	227
(7) 公园最新发展动向分析	227
9.2.6 广州长隆集团有限公司经营情况分析	228
(1) 公司发展简况分析	228
(2) 公司下属公园分析	229
(3) 公司经营优劣势分析	233
(4) 公司最新发展动向分析	233
9.2.7 深圳锦绣中华发展有限公司经营情况分析	234
(1) 公司发展简况分析	234
(2) 公司下属公园分析	234
(3) 公司经营优劣势分析	237
9.2.8 深圳青青世界经营情况分析	237
(1) 公园发展简况分析	237
(2) 公园主题特色分析	237
(3) 公园发展规模分析	237
(4) 公园交通条件分析	237
(5) 公园经营优劣势分析	238
9.2.9 深圳市野生动物园有限公司经营情况分析	238

(1) 公司发展简况分析	238
(2) 公司下属公园分析	238
(3) 公司经营优劣势分析	240
(4) 公司最新发展动向分析	240
9.2.10 珠海神秘岛经营情况分析	240
(1) 公园发展简况分析	240
(2) 公园主题特色分析	240
(3) 公园发展规模分析	241
(4) 公园收费情况分析	241
(5) 公园交通条件分析	241
(6) 公园经营优劣势分析	241
9.2.11 香港迪斯尼乐园经营情况分析	241
(1) 公园发展简况分析	241
(2) 公园主题特色分析	242
(3) 公园发展规模分析	242
(4) 公园收费情况分析	242
(5) 公园交通条件分析	243
(6) 公园经营优劣势分析	243
9.2.12 香港海洋公园经营情况分析	243
(1) 公园发展简况分析	243
(2) 公园主题特色分析	243
(3) 公园发展规模分析	244
(4) 公园经营情况分析	244
(5) 公园收费情况分析	244
(6) 公园交通条件分析	244
(7) 公园经营优劣势分析	244
9.2.13 龙城旅游控股集团有限公司经营情况分析	245
(1) 公司发展简况分析	245
(2) 公司下属公园分析	245
(3) 公司经营优劣势分析	247
(4) 公司资本运作分析	247
9.2.14 苏州乐园经营情况分析	248

(1) 公园发展简况分析 248

(2) 公园主题特色分析 249

(3) 公园发展规模分析 249

(4) 公园收费情况分析 249

(5) 公园交通条件分析 250

(6) 公园经营优劣势分析 251

9.2.15 淹城春秋乐园经营情况分析 251

(1) 公园发展简况分析 251

(2) 公园主题特色分析 252

(3) 公园发展规模分析 253

(4) 公园收费情况分析 253

(5) 公园交通条件分析 253

(6) 公园经营优劣势分析 255

(7) 公园最新发展动向分析 255

9.2.16 环球动漫嬉戏谷经营情况分析 256

(1) 公园发展简况分析 256

(2) 公园主题特色分析 256

(3) 公园发展规模分析 257

(4) 公园收费情况分析 258

(5) 公园交通条件分析 258

(6) 公园经营优劣势分析 258

(7) 公园最新发展动向分析 259

9.2.17 宋城演艺发展股份有限公司经营情况分析 259

(1) 公司发展简况分析 259

(2) 公司主营业务分析 260

(3) 公司下属公园分析 261

(4) 公司主要经济指标 266

(5) 公司盈利能力分析 267

(6) 公司运营能力分析 267

(7) 公司偿债能力分析 267

(8) 公司发展能力分析 268

(9) 公司经营优劣势分析 268

(10) 公司发展战略规划	269
(11) 公司最新发展动向分析	271
9.2.18 杭州东方文化园经营情况分析	271
(1) 公园发展简况分析	272
(2) 公园主题特色分析	272
(3) 公园发展规模分析	272
(4) 公园收费情况分析	273
(5) 公园交通条件分析	273
(6) 公园经营优劣势分析	274
(7) 公园最新发展动向分析	274
9.2.19 大唐芙蓉园经营情况分析	274
(1) 公司发展简况分析	274
(2) 公司下属公园分析	275
(3) 公司经营优劣势分析	276
9.2.20 大连圣亚旅游控股股份有限公司经营情况分析	276
(1) 公司发展简况分析	276
(2) 公司主营业务分析	278
(3) 公司下属公园分析	278
(4) 公司主要经济指标	280
(5) 公司盈利能力分析	281
(6) 公司运营能力分析	281
(7) 公司偿债能力分析	281
(8) 公司发展能力分析	282
(9) 公司经营优劣势分析	283
(10) 公司最新发展动向分析	283
9.2.21 大连海昌企业发展有限公司经营情况分析	283
(1) 公司发展简况分析	283
(2) 公司下属公园分析	284
(3) 公司经营优劣势分析	286
(4) 公司最新发展动向分析	286
9.2.22 抚顺皇家极地海洋世界经营情况分析	286
(1) 公园发展简况分析	286

(2) 公园主题特色分析	287
(3) 公园发展规模分析	287
(4) 公园收费情况分析	288
(5) 公园交通条件分析	288
(6) 公园经营优劣势分析	288
9.2.23 青岛方特梦幻王国经营情况分析	289
(1) 公园发展简况分析	289
(2) 公园主题特色分析	289
(3) 公园发展规模分析	289
(4) 公园收费情况分析	290
(5) 公园交通条件分析	290
(6) 公园经营优劣势分析	290
9.2.24 青岛极地海洋世界有限公司经营情况分析	290
(1) 公司发展简况分析	291
(2) 公司下属公园分析	291
(3) 公司经营优劣势分析	292
9.2.25 昆明世界园艺博览园经营情况分析	293
(1) 公园发展简况分析	293
(2) 公园主题特色分析	293
(3) 公园发展规模分析	293
(4) 公园收费情况分析	293
(5) 公园交通条件分析	294
(6) 公园经营优劣势分析	294
9.2.26 云南民族村经营情况分析	294
(1) 公园发展简况分析	294
(2) 公园主题特色分析	295
(3) 公园发展规模分析	296
(4) 公园收费情况分析	296
(5) 公园交通条件分析	296
(6) 公园经营优劣势分析	296
9.2.27 黄山徽州文化旅游集团有限公司经营情况分析	297
(1) 公司发展简况分析	297

(2) 公司下属公园分析	297
(3) 公司经营优劣势分析	299
9.2.28 开封清明上河园经营情况分析	299
(1) 公园发展简况分析	299
(2) 公园主题特色分析	300
(3) 公园发展规模分析	301
(4) 公园收费情况分析	301
(5) 公园交通条件分析	301
(6) 公园经营优劣势分析	301
9.2.29 桂林乐满地度假世界经营情况分析	302
(1) 公园发展简况分析	302
(2) 公园主题特色分析	302
(3) 公园发展规模分析	302
(4) 公园收费情况分析	303
(5) 公园交通条件分析	303
(6) 公园经营优劣势分析	303
9.2.30 成都国色天乡乐园经营情况分析	303
(1) 公园发展简况分析	303
(2) 公园主题特色分析	304
(3) 公园发展规模分析	304
(4) 公园收费情况分析	305
(5) 公园交通条件分析	307
(6) 公园经营优劣势分析	307
第十章 中国主题公园行业发展前景与投资建议分析	308
10.1 主题公园行业投资特性分析	308
10.1.1 主题公园行业进入壁垒分析	308
10.1.2 主题公园行业投资风险分析	308
10.2 主题公园行业投资热点分析	310
10.2.1 主题公园主流投资模式分析	310
(1) “公园+地产”投资模式	310
(2) “公园+演艺”投资模式	310
(3) “公园+科技”投资模式	311

10.2.2 主题公园投资热深层原因分析	311
(1) 旅游业快速发展	312
(2) 主题公园预期过高，审批力度不严	312
(3) 主题公园的“多重角色”特质	313
(4) 主题公园存在的认识误区	314
10.3 中国主题公园行业投资建议	315
10.3.1 主题公园行业发展趋势分析	315
10.3.2 主题公园行业发展前景分析	316
(1) 主题公园行业消费需求前景	317
(2) 主题公园行业发展前景分析	317
10.3.3 主题公园行业投资建议分析	318
(1) 主题公园投资选址建议	318
(2) 延长主题公园生命周期	319
(3) 主题公园多维推陈出新	319
(4) 开展网络虚拟体验营销	320
(5) 大力建设专业服务团队	320
(6) 注重“节”事的挖掘	321

图表目录

图表1：主题公园按照主题公园的规模大小、项目特征和服务半径的分类	24
图表2：上述五类主题公园对比分析	25
图表3：上述五类主题公园定位分析	25
图表4：主题公园按照主题的性质进行分类	26
图表5：主题公园按照主题和体验的内容不同进行分类	27
图表6：主题公园按照投资主体和运作目的不同进行分类	28
图表7：主题公园的特征	28
图表8：2010-2014年中国国内生产总值及其增长率情况（单位：万亿元，%）	30
图表9：主题公园相关政策分析	32
图表10：主题公园行业相关法律法规、部门规章及规范性文件一览表	32
图表11：2010-2014年中国城乡居民人均收入增长情况（单位：元，%）	34
图表12：2002-2014年中国城乡居民收入比趋势图（单位：倍）	34
图表13：2010-2014年中国城乡居民消费支出增长（单位：元，%）	35

图表14：2000-2014年全社会消费品零售总额及增长率变化（单位：万亿元，%） 36

图表15：2014-2015年消费者预期指数、满意指数和信心指数表（单位：%） 37

图表16：2004-2014年中国居民出游率变化（单位：次/年） 38

图表17：2010年以来中国城镇和农村居民出游率变化（单位：次/年） 38

图表18：城镇居民出游目的（单位：%） 39

图表19：农村居民出游目的（单位：%） 39

图表20：2010年以来中国城镇和农村居民人均旅游消费（单位：元） 39

图表21：2004-2014年中国国内旅游人数走势图（单位：亿人次，%） 40

图表22：2004-2014年我国入境旅游人数及同比增速（单位：万人次，%） 40

图表23：2014年中国入境旅游接待人数（单位：万人，%） 41

图表24：2004-2014年中国国内旅游收入走势图（单位：亿元，%） 41

图表25：2004-2014年国际旅游外汇收入及同比增速（单位：亿美元，%） 42

图表26：2014-2015年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%） 43

图表27：人均GDP和旅游需求、旅游形态和出行方式的关系 43

图表28：1999-2014年我国城镇化水平发展情况（单位：%） 44

图表29：我国正处于城市化进程加速阶段（单位：%） 44

图表30：2010-2014年推进城镇化建设的政策与重要事件 45

图表31：我国主题公园行业发展历程 49

图表32：1989-2014年我国主题公园行业发展过程中的大事记 49

图表33：1980年以来我国主题公园新增数量变化走势（单位：家） 51

图表34：我国主题公园数量区域分布（单位：家） 52

图表35：中研普华对我国主题公园的分类 53

图表36：我国主题公园数量类型分布（单位：个，%） 53

图表37：我国不同类型主题公园投资总额（单位：亿元） 54

图表38：我国不同类型主题公园投资所占比例（单位：%） 55

图表39：我国不同类型主题公园平均投资金额（单位：亿元/个） 55

图表40：我国不同类型主题公园占地面积（单位：亩） 56

图表41：我国不同类型主题公园平均占地面积（单位：亩/个） 56

图表42：主题公园城市土地利用分布图 57

图表43：我国不同类型主题公园的自然依赖度比较 58

图表44：我国不同类型主题公园的自然依赖度原因 58

图表45：我国不同类型主题公园与第三产业比重对应关系表（地理联系率V值） 59

图表46：我国主题公园经营效益结构（单位：%）	61
图表47：中国主题公园经营状况不佳的主要原因	61
图表48：主题公园盈利方式分析	62
图表49：主题公园经营增长盈利模式分析	63
图表50：主题公园品牌延伸盈利模式三阶段分析	65
图表51：主题公园客源共享盈利模式分析	65
图表52：主题公园品牌化三原则	69
图表53：我国主题公园行业竞争因素分析	69
图表54：主题公园核心竞争力的培养策略	71
图表55：主题公园文化经营开展策略	71
图表56：主题公园品牌形象提升重点策略	72
图表57：主题公园营销创新策略	72
图表58：国内外主题公园若干指标对比分析表（单位：亿日元，亿元，万平方米，公里）	73
图表59：基础性指标和核心指标均有欠缺的主题公园分析	74
图表60：基础性指标具备但核心指标欠缺的主题公园分析	75
图表61：基础性指标与核心指标均具备的主题公园分析	76
图表62：主题公园核心竞争力分析	78
图表63：主题公园重游者性别构成情况（单位：%）	79
图表64：主题公园重游者年龄构成情况（单位：%）	79
图表65：主题公园重游者年收入构成情况（单位：%）	80
图表66：主题公园重游者职业构成情况（单位：%）	80
图表67：主题公园重游者重游次数构成情况（单位：%）	81
图表68：主题公园重游者花费构成情况（单位：%）	81
图表69：主题公园重游者消费内容构成情况（单位：%）	82
图表70：主题公园重游率情况分析	82
图表71：主题公园重游率低的原因分析	83
图表72：提高主题公园重游率建议	84
图表73：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）	85
图表74：我国文化类主题公园区域分布（单位：个）	86
图表75：文化类主题公园设计要素分析	87
图表76：文化类主题公园开发形式分析	88
图表77：文化类主题公园双重属性分析	89

图表78：文化类主题公园消费群体特征分析 89

图表79：2010-2014年宋城景区主营业务收入变化情况（单位：万元） 90

图表80：中国民俗文化村门票价格统计表（单位：元/人，元/张） 93

图表81：中国民俗文化村表演收费统计表（单位：元/人） 93

图表82：2014年杭州宋城景区经营情况（单位：万元，%） 95

图表83：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） 98

图表84：我国游乐类主题公园区域分布（单位：个） 99

图表85：游乐类主题公园消费群体特征分析 101

图表86：深圳华侨城股份有限公司运营的主题公园总体情况（单位：亩，平方公里，亿元，元，%） 102

图表87：2014年杭州乐园景区经营情况（单位：万元，%） 103

图表88：中国主要游乐类主题公园门票（通票）价格统计对比分析图（单位：元/人） 104

图表89：各地欢乐谷基本情况介绍 105

图表90：六大欢乐谷主题特色介绍 105

图表91：六大欢乐谷投资规模介绍（单位：亿元） 107

图表92：各地欢乐谷面积规模介绍 107

图表93：各地欢乐谷游客规模介绍 108

图表94：2014年深圳欢乐谷门票价格一览表（单位：元/人） 110

图表95：2014年深圳欢乐谷年卡价格一览表（单位：元/张） 110

图表96：2014年-2015年北京欢乐谷门票价格一览表（单位：元/人） 111

图表97：2014年成都欢乐谷门票价格一览表（单位：元/人） 111

图表98：2014年成都欢乐谷年卡价格一览表（单位：元/张） 112

图表99：2014年上海欢乐谷年卡价格一览表（单位：元/张） 112

图表100：2014年武汉欢乐谷门票价格一览表（单位：元/人） 113

图表101：2014年武汉欢乐谷年卡价格一览表（单位：元/张） 114

图表102：2014-2015年天津欢乐谷门票价格一览表（单位：元/张） 114

图表103：2014年天津欢乐谷年卡价格一览表（单位：元/张） 115

图表104：各地欢乐谷交通条件介绍 115

图表105：欢乐谷品牌建设介绍 117

图表106：2014年芜湖方特欢乐世界收费情况分析（单位：元/人） 119

图表107：我国观光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：我国植物类主题公园区域分布（单位：个） 121

图表109：我国动物类主题公园区域分布（单位：个） 121

图表110：我国体验类主题公园区域分布（单位：个） 122

图表111：我国科普教育类主题公园区域分布（单位：个） 123

图表112：观光类主题公园设计要素分析 125

图表113：2013-2015年大连圣亚海洋世界营业收入变化（单位：亿元，%） 127

图表114：东部华侨城主题特色分析 128

图表115：2011-2015年东部华侨城游客人次变化 129

图表116：深圳东部华侨城门票（成人票）价格（单位：元/人） 129

图表117：深圳东部华侨城年卡价格（单位：元/张） 130

图表118：深圳东部华侨城旅游直通车线路情况 130

图表119：世界之窗主题特色分析 131

图表120：2013-2015年深圳世界之窗游客人次变化 132

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201507/124059.html>