

2021-2027年中国情景模拟 类主题公园市场评估与投资战略报告

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年中国情景模拟类主题公园市场评估与投资战略报告》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/202101/200043.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《2021-2027年中国情景模拟类主题公园市场评估与投资战略报告》共四章。首先介绍了情景模拟类主题公园行业市场发展环境、情景模拟类主题公园整体运行态势等，接着分析了情景模拟类主题公园行业市场运行的现状，然后介绍了情景模拟类主题公园市场竞争格局。随后，报告对情景模拟类主题公园做了重点企业经营状况分析，最后分析了情景模拟类主题公园行业发展趋势与投资预测。您若想对情景模拟类主题公园产业有个系统的了解或者想投资情景模拟类主题公园行业，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：

第一章中国主题公园行业发展综述

第一节主题公园行业定义

一、主题公园定义

二、主题公园分类

三、主题公园特征

(1) 主题的独特性

(2) 特色的大众化

(3) 效益的广泛性

(4) 参与的体验性

(5) 经营的要求高

第二节主题公园行业发展环境分析

一、主题公园行业政策环境分析

(1) 行业管理体制

(2) 行业相关政策

二、主题公园行业经济环境分析

(1) 宏观经济环境分析

1) 国际宏观经济环境分析

2) 国内宏观经济环境分析

- (2) 城市化进程分析

三、主题公园行业消费环境分析

- (1) 居民收入水平分析

- (2) 居民消费水平分析

- (3) 居民旅游消费分析

- 1) 居民出游率变化

- 2) 居民人均旅游消费情况

- 3) 居民出游目的分析

四、主题公园行业社会环境分析

- (1) 法定节假日和带薪假期实施

- (2) 人口年龄结构

- (3) 社会结构

五、主题公园行业交通环境分析

- (1) 铁路投资建设情况

- (2) 公路投资建设情况

- (3) 机场投资建设情况

- (4) 交通行业客货运输情况

第三节主题公园行业设计分析

一、主题公园行业规划设计

- (1) 设计目标

- (2) 设计主体

- (3) 设计技能

二、中国主题公园行业设计步骤

- (1) 探询市场化商业运作模式

- (2) 设计全新的游憩方式

- (3) 树立整合营销传播理念

- (4) 加快经营管理人才的培养

- (5) 实现多元化的盈利模式

三、主题公园行业成功开发要素

- (1) 准确的主题定位

- (2) 恰当的园址选择

- (3) 独特的主题创意

- (4) 主题文化内涵
- (5) 灵活的营销策略
- (6) 深度的主题产品开发

第二章中国主题公园行业发展状况分析

第一节中国主题公园行业发展分析

一、旅游行业发展分析

- (1) 旅游人数分析
- (2) 旅游收入规模分析
- (3) 旅游行业发展前景分析
- (4) 旅游行业对本行业的影响

二、主题公园行业发展分析

- (1) 主题公园行业发展阶段分析
- (2) 中国主题公园行业特性分析
- (3) 主题公园行业发展现状分析
- (4) 主题公园行业影响因素分析

第二节中国主题公园行业经营分析

一、主题公园数量规模分析

二、主题公园价格情况分析

- (1) 主题公园价格形成机制
- (2) 主题公园价格现状分析
- (3) 主题公园价格趋向预测

三、主题公园收入规模分析

四、主题公园效益情况分析

- (1) 主题公园经济效益分析
- (2) 主题公园社会效益分析

第三节中国主题公园行业竞争分析

一、主题公园竞争焦点分析

- (1) 空间竞争
- (2) 市场体系
- (3) 主导品牌
- (4) 文化内涵

(5) 生命周期

二、主题公园竞争因素分析

(1) 主题因素分析

(2) 品牌因素分析

(3) 创新因素分析

(4) 高新技术应用因素分析

(5) 选址因素分析

三、主题公园竞争对策分析

(1) 培育核心能力

(2) 开展文化经营

(3) 构造顾客矩阵

(4) 提升品牌形象

(5) 推进营销创新

(6) 实施战略管理

四、主题公园竞争现状分析

五、中国主题公园核心竞争力分析

(1) 主题公园评价指标体系

(2) 部分主题公园比较分析

(3) 主题公园核心竞争力

第四节中国主题公园行业重游率分析

一、主题公园重游率情况分析

二、主题公园重游率低的原因

三、主题公园重游率提高策略

第五节中国主题公园行业存在问题及发展建议

一、主题公园行业存在问题分析

(1) 对开发条件缺乏全面分析

(2) 大部分主题公园主题重复

(3) 资金实力不足影响后续发展

(4) 门票价格相对过高

第三章中国情景模拟类主题公园运营和典型案例分析

第一节情景模拟类主题公园发展分析

一、情景模拟类主题公园发展现状

二、情景模拟类主题公园分布情况

三、情景模拟类主题公园存在问题

四、情景模拟类主题公园发展前景

第二节情景模拟类主题公园特色分析

一、情景模拟类主题公园设计要素

二、情景模拟类主题公园特色分析

三、情景模拟类主题公园消费群体

第三节情景模拟类主题公园经营分析

一、情景模拟类主题公园经营情况

二、情景模拟类主题公园收费对比

第四节典型情景模拟类主题公园分析

一、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

二、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

第四章中国主题公园行业投资与前景分析（）

第一节中国主题公园行业投资特性分析

一、主题公园行业进入壁垒分析

(1) 资金壁垒

(2) 品牌壁垒

(3) 人才壁垒

二、主题公园行业投资风险分析

- (1) 竞争风险
- (2) 供求风险
- (3) 经营管理风险
- (4) 其他风险

三、主题公园行业发展有利及不利因素分析

- (1) 有利因素
- (2) 不利因素

第二节中国主题公园行业投资热点分析

一、主题公园主流投资模式分析

- (1) 公园+地产
- (2) 公园+演艺
- (3) 公园+科技

二、主题公园投资热深层原因分析

三、上市公司主题公园投资动向分析

- (1) 华谊兄弟
- (2) 中弘股份
- (3) 江西长运

四、各省市主题公园投资动向分析

- (1) 海南省：海口妈祖主题公园
- (2) 福建泉州永春县：中华武艺大观园
- (3) 唐山：东方神龙乐园
- (4) 连云港：西游记文化主题公园
- (5) 广东虎门：中国近代史主题公园
- (6) 浙江安吉：hellokitty家园项目
- (7) 海南文昌：航天主题公园
- (8) 重庆南川：经色经典主题公园
- (9) 江西南昌：北纬30度主题乐园
- (10) 安徽蚌埠：花鼓灯嘉年华主题公园
- (11) 安徽合肥：恐龙主题公园
- (12) 湖北武汉：国内最大主题公园2019年迎客
- (13) 湖北赤壁：瑜乔爱情主题公园
- (14) 福建厦门：规划建设海洋主题公园

（15）辽宁抚顺：高尔山体育主题公园

第三节中国主题公园审批暂停影响分析

一、《关于暂停新开工建设主题公园项目的通知》

二、审批暂停对行业内企业影响分析

（1）对上市公司影响分析

1) 深圳华强

2) 华侨城

3) 宋城股份

4) 华谊兄弟

5) 中弘股份

6) 江西长运

（2）对地方主题公园影响分析

三、审批暂停对行业外企业影响分析

第四节中国主题公园行业投资建议

一、主题公园行业发展趋势分析

（1）向主题原创方向发展

（2）向突出教育功能转换

（3）与衍生产业结合趋势

（4）培育可持续发展的空间

（5）主题公园内涵的不断丰富

（6）技术配置向高、精、尖递进

（7）市场竞争强度进一步加剧

二、主题公园行业发展前景分析

（1）主题公园消费需求前景（）

（2）主题公园发展前景分析

三、主题公园投资前景分析

四、主题公园行业投资建议

部分图表目录：

图表1：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

图表2：2013-2019年中国国内生产总值同比增长速度趋势图（单位：%）

图表3：2013-2019年中国规模以上工业增加值增速趋势图（单位：%）

图表4：2019年全国固定资产投资（不含农户）同比增速趋势图（单位：%）

图表5：2019年中国社会消费品零售总额同比增速趋势图（单位：%）

图表6：2013-2019年中国货物进出口总额变化趋势图（单位：亿美元）

图表7：2013-2019年中国广义货币（平方米）增长速度趋势图（单位：%）

图表8：2013-2019年中国居民消费者价格指数同比增长趋势图（单位：%）

图表9：2013-2019年中国城镇化率走势图（单位：%）

图表10：2013-2019年城镇居民可支配收入增长趋势图（单位：元）

图表11：2013-2019年农村居民人均纯收入增长趋势图（单位：元）

图表12：2013-2019年社会消费品零售总额及增速变化趋势图（单位：万亿元，%）

图表13：近连续11年中国城镇和农村居民出游率变化趋势图（单位：次/年）

图表14：城镇居民出游目的分析比例图（单位：%）

图表15：农村居民出游目的分析比例图（单位：%）

图表16：中国2019年法定节假日安排一览表

图表17：中国人口年龄结构分析图（单位：岁，%）

图表18：日本2019年人口年龄结构分析图（单位：岁，百万）

图表19：日本2019年人口年龄结构图（单位：岁，百万）

图表20：日本1999年20-69岁人群均为旅游高消费人群（单位：百万，岁）

图表21：中国目前“金字塔型”社会结构具体表现概览

图表22：2013-2019年中国国内旅游人数增长趋势图（单位：亿人次）

图表23：2013-2019年中国入境旅游接待人数增长趋势图（单位：万人次）

图表24：2013-2019年中国国内旅游收入增长趋势图（单位：亿元）

图表25：2013-2019年中国入境旅游外汇收入增长趋势图（单位：亿美元）

图表26：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）

图表27：中国主要影视城特色分析表

图表28：中国主要情景模拟类主题公园门票（联票）价格统计对比分析图（单位：元/人）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/200043.html>