

2024-2030年中国主题公园 产业发展现状与市场运营趋势报告

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市场运营趋势报告》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/202310/413023.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

主题公园是指围绕特定主题而规划建造的有特别环境和游乐项目的新型公园，是现代旅游业在旅游资源的开发过程中所孕育产生的新的旅游吸引物，是自然资源和人文资源的一个或多个特定的主题，采用现代化的科学技术和多层次空间活动的设置方式，集诸多娱乐内容、休闲要素和服务接待设施于一体的现代旅游目的地。

我国主题公园开发起步于20世纪80年代后期，是市场催生的产物。进入20世纪90年代以后，国内旅游热的兴起，使庞大的国内旅游市场被启动。当时的旅游供给远远不能满足人们日益增长的旅游需求。正是在这种情况下，我国的主题公园开始从萌芽状态转入全面发展。

我国各种主题公园类型丰富，包括各种森林公园、动植物园、地质公园、温泉公园、文化公园、海洋公园、历史文化公园等。我国主题公园基本呈三级阶梯结构：东部沿海分布较多规模较大，中部分布次多且规模不大，西部分布较少且规模较小。

2014-2019年我国主题公园市场规模稳步增长，2019年规模已达到469.97亿元，同比增长23.7%。2020年受疫情影响降至289.03亿元，2021年恢复至355亿元。

2020年疫情给主题公园客流量带来了严重的打击。由于作为最大市场及客源地的中国一直执行着较为严格的防疫政策，中国整体市场恢复至2019年的50%-55%。其中2021年客流量最高的是上海迪士尼，达848万人次，恢复至2019年的76%；其次是珠海横琴长隆海洋旅游度假区，客流量达745万人，恢复至2019年63%；恢复最高的是北京欢乐谷，2021年客流量493万人。

2021年全球前25个主题乐园游客数量超过1.4亿人次，同比增长70%，相当于2019年56%的水平。中国内地和中国香港地区共有6个主题公园跻身前25名，其中包括上海迪士尼乐园，广州长隆欢乐世界、珠海长隆海洋王国、香港迪士尼乐园、北京欢乐谷。

随着中国经济的崛起和城市化的加快，主题公园这一新型的旅游休闲产品，将逐渐成为人们休闲娱乐的主要消费对象。中国已进入到一个大型主题公园发展的新时期。未来中国的民族品牌将更接近国际水准，国际品牌更加希望能进入中国市场。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国主题公园产业发展现状与市场运营趋势报告》共十四章。首先介绍了主题公园的定义、起源、特征等，接着分析了国外主题公园业的概况和国内主题公园的发展环境，然后细致剖析了中国主题公园产业的发展现状、细分及区域市场的发展。随后，报告对主题公园产业做了市场竞争分析以及营销状况分析。最后重点分析了主题公园的投资状况，并科学预测了其未来前景及发展趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、住建部、文旅部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国主题公园研究院以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对主题公园

市场有个系统深入的了解、或者想投资主题公园建设运营，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

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

1.2 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 中国主题公园产业特性分析

1.3.1 高投入高成本

1.3.2 生命周期性

1.3.3 主题产品衍生

1.3.4 客源市场集中

1.4 中国主题公园发展的重要性

1.4.1 中国主题公园建设发展的意义

1.4.2 对区域经济发展具有推动作用

1.4.3 成为城市旅游形象的新名片

第二章 2021-2023年国际主题公园发展状况及经验借鉴

2.1 2021-2023年世界主题公园发展综述

2.1.1 行业发展现状

2.1.2 产业发展规模

2.1.3 主题公园排名

2.1.4 企业模式分析

2.1.5 行业发展动态

2.1.6 疫情影响分析

- 2.1.7 运营趋势剖析
- 2.2 2021-2023年全球部分地区主题公园市场发展状况
 - 2.2.1 北美地区
 - 2.2.2 亚太地区
 - 2.2.3 拉美和墨西哥
- 2.3 世界主题公园发展的成功经验分析
 - 2.3.1 选址的重要性
 - 2.3.2 充分展现主题
 - 2.3.3 强调游客参与
 - 2.3.4 娱乐与教育相结合
 - 2.3.5 与零售业相结合
 - 2.3.6 价格策略多元化
 - 2.3.7 完善的服务系统
 - 2.3.8 经营规模化发展

第三章 2021-2023年中国主题公园的发展环境分析

- 3.1 政策环境分析
 - 3.1.1 产业政治环境综述
 - 3.1.2 产业管理体制分析
 - 3.1.3 旅游行业相关政策
 - 3.1.4 主题公园相关政策
 - 3.1.5 主题公园重点政策
- 3.2 经济环境分析
 - 3.2.1 国际经济形势
 - 3.2.2 宏观经济概况
 - 3.2.3 固定资产投资
 - 3.2.4 居民收入水平
 - 3.2.5 居民消费结构
 - 3.2.6 宏观经济展望
- 3.3 产业环境分析
 - 3.3.1 文化企业营业收入
 - 3.3.2 旅游业发展热点

- 3.3.3 旅游业运行状况
- 3.3.4 旅游业发展趋势
- 3.3.5 疫情对旅游的影响
- 3.3.6 文旅融合发展路径

第四章 2021-2023年中国主题公园市场全面发展分析

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 建设运营特点
- 4.1.3 发展特征分析
- 4.1.4 基本态势判断

4.2 2021-2023年中国主题公园市场运行分析

- 4.2.1 行业发展现状
- 4.2.2 行业市场规模
- 4.2.3 主题公园数量
- 4.2.4 区域布局状况
- 4.2.5 市场竞争格局
- 4.2.6 本土企业优势
- 4.2.7 市场发展业态
- 4.2.8 开发模式分析
- 4.2.9 疫情影响分析

4.3 中国主题公园产业的SWOT分析

- 4.3.1 发展优势分析
- 4.3.2 发展劣势分析
- 4.3.3 发展机遇分析
- 4.3.4 发展挑战分析

4.4 中国主题公园盈利能力分析

- 4.4.1 现行盈利模式
- 4.4.2 盈利模式特点
- 4.4.3 盈利不足问题
- 4.4.4 盈利不佳原因
- 4.4.5 国外盈利启示

- 4.4.6 盈利模式提升路径
- 4.4.7 优化盈利模式策略
- 4.5 中国主题公园运营方式分析
 - 4.5.1 主题公园运营模式
 - 4.5.2 主题公园经营问题
 - 4.5.3 盈利结构待完善
 - 4.5.4 轻资产方式拓展
 - 4.5.5 IP创新发展机遇
 - 4.5.6 运营效益影响因素
- 4.6 中国主题公园创新发展路径分析
 - 4.6.1 主题公园产品创新
 - 4.6.2 公园技术创新
 - 4.6.3 主题活动创新
 - 4.6.4 表演和服务创新
 - 4.6.5 市场营销和管理装修
 - 4.6.6 主题公园发展思路

第五章 2021-2023年中国主题公园规划建设研究

- 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 主题公园规划设计
 - 5.2.2 主题公园的主题
 - 5.2.3 主题公园管理与服务
 - 5.2.4 主题公园的产品
- 5.3 主题公园建设中的景观设计分析
 - 5.3.1 主题公园景观构成要素
 - 5.3.2 主题公园地形设计
 - 5.3.3 主题公园建筑设计

- 5.3.4 主题公园植物设计
- 5.3.5 主题公园小品设计
- 5.3.6 城市文化景观设计
- 5.4 主题公园建设与环境审计分析
 - 5.4.1 公园建设与环境审计的关系
 - 5.4.2 主题公园建设环境审计问题
 - 5.4.3 主题公园建设环境审计措施
- 5.5 2021-2023年中国主题公园建设动态
 - 5.5.1 天津泰达航母主题公园建设
 - 5.5.2 北京环球度假区主题公园建设
 - 5.5.3 赣州方特东方欲晓正式开园
 - 5.5.4 延吉恐龙王国主题公园进展

第六章 2021-2023年主题公园细分市场建设发展状况

- 6.1 2021-2023年海洋主题公园的建设发展
 - 6.1.1 海洋公园概念
 - 6.1.2 发展历程分析
 - 6.1.3 市场运行现状
 - 6.1.4 盈利状况分析
 - 6.1.5 市场竞争态势
 - 6.1.6 公园建设规划
 - 6.1.7 发展经验借鉴
 - 6.1.8 公园发展建议
 - 6.1.9 未来发展方向
- 6.2 2021-2023年影视主题公园的建设发展
 - 6.2.1 公园发展历程
 - 6.2.2 公园发展概况
 - 6.2.3 公园发展模式
 - 6.2.4 影视城发展
 - 6.2.5 游客偏好分析
 - 6.2.6 成都影视城现状
 - 6.2.7 公园建设动态

- 6.2.8 游客开发问题
- 6.2.9 游客开发策略
- 6.2.10 行业发展前景
- 6.3 雕塑主题公园的建设发展
 - 6.3.1 公园发展起源
 - 6.3.2 公园发展现状
 - 6.3.3 公园价值分析
 - 6.3.4 国外著名公园
 - 6.3.5 国内典型公园
 - 6.3.6 主题公园设计
 - 6.3.7 主题性雕塑公园
- 6.4 汽车主题公园的建设发展
 - 6.4.1 德国汽车公园
 - 6.4.2 市场建设设想
 - 6.4.3 公园建设动态
 - 6.4.4 典型公园分析
- 6.5 军事主题公园的建设发展
 - 6.5.1 行业政策支持
 - 6.5.2 市场需求分析
 - 6.5.3 国外军事公园
 - 6.5.4 国内军事公园
- 6.6 其他主题公园
 - 6.6.1 动漫主题公园
 - 6.6.2 历史主题公园

第七章 2021-2023年中国部分地区及城市主题公园发展状况

- 7.1 2021-2023年长三角地区主题公园发展分析
 - 7.1.1 发展阶段沿革
 - 7.1.2 行业发展现状
 - 7.1.3 行业发展动态
 - 7.1.4 典型公园介绍
 - 7.1.5 市场竞争状况

- 7.1.6 行业竞合机制
- 7.1.7 存在问题分析
- 7.1.8 公园发展趋势
- 7.2 2021-2023年珠三角主题公园产业集群剖析
 - 7.2.1 集群演进路径
 - 7.2.2 集群发展条件
 - 7.2.3 集群演进模式
 - 7.2.4 区域发展现状
 - 7.2.5 长隆主题公园
- 7.3 2021-2023年深圳主题公园发展分析
 - 7.3.1 发展优势分析
 - 7.3.2 整体发展综述
 - 7.3.3 行业发展价值
 - 7.3.4 行业发展问题
 - 7.3.5 创新发展分析
 - 7.3.6 企业布局状况
- 7.4 2021-2023年海南主题公园发展分析
 - 7.4.1 行业发展优劣势
 - 7.4.2 市场发展分析
 - 7.4.3 区域布局规划
 - 7.4.4 行业发展价值
 - 7.4.5 行业发展问题
 - 7.4.6 问题解决对策
 - 7.4.7 公园建设态势
 - 7.4.8 行业发展机遇
- 7.5 其他地区
 - 7.5.1 北京市
 - 7.5.2 山东省
 - 7.5.3 福建省

第八章 2021-2023年国内外著名主题公园发展运营分析

8.1 迪士尼乐园

- 8.1.1 园区基本简介
- 8.1.2 基本业务构成
- 8.1.3 园区发展现状
- 8.1.4 乐园票价情况
- 8.1.5 商业模式分析
- 8.1.6 发展战略选择
- 8.1.7 竞争优势分析
- 8.1.8 园区发展启示
- 8.2 香港海洋公园
 - 8.2.1 园区基本简介
 - 8.2.2 行业发展环境
 - 8.2.3 公园发展动态
 - 8.2.4 竞争优势分析
 - 8.2.5 公园面临挑战
 - 8.2.6 公园转型策略
- 8.3 华侨城主题公园
 - 8.3.1 园区基本简介
 - 8.3.2 公园发展现状
 - 8.3.3 运营模式分析
 - 8.3.4 经营状况分析
 - 8.3.5 公园布局规划
- 8.4 长隆欢乐世界
 - 8.4.1 园区基本简介
 - 8.4.2 旅游资源情况
 - 8.4.3 园区经营状况
 - 8.4.4 公园运营模式
 - 8.4.5 核心优势分析
 - 8.4.6 园区发展建议
 - 8.4.7 园区规划方案
- 8.5 中华恐龙园
 - 8.5.1 恐龙园基本简介
 - 8.5.2 恐龙园业务架构

- 8.5.3 恐龙园发展历程
- 8.5.4 恐龙园旅游资源
- 8.5.5 恐龙园财务状况
- 8.5.6 恐龙园发展现状
- 8.5.7 恐龙园盈利模式
- 8.5.8 发展模式及启示
- 8.5.9 开发挑战及建议

第九章 2020-2023年中国主题公园市场投资主体经营状况分析

9.1 迪士尼（The Walt Disney Company）

- 9.1.1 企业发展概况
- 9.1.2 市场运作模式
- 9.1.3 品牌价值开发
- 9.1.4 2021财年企业经营状况分析
- 9.1.5 2022财年企业经营状况分析
- 9.1.6 2023财年企业经营状况分析

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 深圳欢乐谷发展
- 9.2.3 经营效益分析
- 9.2.4 业务经营分析
- 9.2.5 财务状况分析
- 9.2.6 核心竞争力分析
- 9.2.7 公司发展战略
- 9.2.8 未来前景展望

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 企业盈利模式
- 9.3.3 经营效益分析
- 9.3.4 业务经营分析
- 9.3.5 财务状况分析
- 9.3.6 核心竞争力分析

- 9.3.7 公司发展战略
- 9.3.8 未来前景展望
- 9.4 华强方特文化科技集团股份有限公司
 - 9.4.1 企业发展概况
 - 9.4.2 经营效益分析
 - 9.4.3 业务经营分析
 - 9.4.4 财务状况分析
 - 9.4.5 商业模式分析
 - 9.4.6 公司发展战略
 - 9.4.7 未来前景展望
 - 9.4.8 企业盈利模式
- 9.5 海昌海洋公园控股有限公司
 - 9.5.1 企业发展概况
 - 9.5.2 企业经营现状
 - 9.5.3 2020年企业经营状况分析
 - 9.5.4 2021年企业经营状况分析
 - 9.5.5 2022年企业经营状况分析

第十章 中国主题公园发展策略研究

- 10.1 中国主题公园发展制约因素分析
 - 10.1.1 客源市场条件
 - 10.1.2 交通设施建设
 - 10.1.3 主要影响因素
 - 10.1.4 影响因素系统分析
- 10.2 中国主题公园发展存在的问题
 - 10.2.1 主题选择趋同化
 - 10.2.2 收入结构单一化
 - 10.2.3 客源市场本地化
 - 10.2.4 人力资源短缺化
 - 10.2.5 主题乐园内核缺失
- 10.3 从规划设计的角度分析主题公园的发展对策
 - 10.3.1 主题公园规划设计要点分析

- 10.3.2 主题公园规划设计影响因素
- 10.3.3 主题公园规划设计建议措施
- 10.4 从经营管理的角度分析主题公园的发展对策
 - 10.4.1 强化战略管理
 - 10.4.2 延迟生命周期策略
 - 10.4.3 降低季节性影响
 - 10.4.4 加强内部管理
- 10.5 从宏观调控的角度分析主题公园的发展对策
 - 10.5.1 约束主题公园的投资建设
 - 10.5.2 实施严格的审批制度
 - 10.5.3 支持重大主题公园建设
- 10.6 中国主题公园文化精致化发展的对策
 - 10.6.1 以文化内涵突破重围
 - 10.6.2 主题公园文化特色探析
 - 10.6.3 主题公园主题开发方向
 - 10.6.4 精致的规划设计和施工
 - 10.6.5 主题公园经营管理方法
- 10.7 主题公园的开发经营策略
 - 10.7.1 市场导向策略
 - 10.7.2 文化主导策略
 - 10.7.3 本土特色策略
 - 10.7.4 系统经济策略
 - 10.7.5 资源整合策略
- 10.8 主题公园的发展模式思考
 - 10.8.1 区位选择
 - 10.8.2 开发模式选择
 - 10.8.3 商业模式选择
- 10.9 主题乐园IP发展新路径
 - 10.9.1 主题乐园IP发展基础
 - 10.9.2 主题公园IP发展现状
 - 10.9.3 主题公园IP发展特征
 - 10.9.4 主题公园IP现有问题

10.9.5 主题公园IP发展对策

第十一章 2021-2023年中国主题公园竞争分析

11.1 中国主题公园竞争力指数分析

11.1.1 综合评价排名

11.1.2 区位竞争力评价

11.1.3 规模竞争力评价

11.1.4 项目吸引力评价

11.1.5 发展能力评价

11.2 主题公园产业竞争模型解析

11.2.1 产业竞争强度分析

11.2.2 企业退出障碍

11.2.3 产业供应方

11.2.4 满足买方需求

11.2.5 潜在进入者

11.2.6 替代品威胁

11.3 现代主题公园竞争焦点

11.3.1 空间竞争

11.3.2 市场体系

11.3.3 主导品牌

11.3.4 文化内涵

11.3.5 生命周期

11.4 主题公园企业取得竞争优势的必备要素

11.4.1 准确的主题选择

11.4.2 恰当的园址选择

11.4.3 独特的主题创意

11.4.4 深度的产品开发

11.4.5 灵活的营销策略

11.5 中国主题公园竞争对策分析

11.5.1 培育核心能力

11.5.2 开展文化经营

11.5.3 构造顾客矩阵

- 11.5.4 提升品牌形象
- 11.5.5 推进营销创新
- 11.5.6 实施战略管理
- 11.5.7 打造差异化和特色化

第十二章 2021-2023年中国主题公园营销分析

12.1 中国主题公园主要营销方式分析

- 12.1.1 广告营销
- 12.1.2 数据库营销
- 12.1.3 活动策划
- 12.1.4 网络营销
- 12.1.5 体验式营销

12.2 中国主题公园营销模式构建分析

- 12.2.1 有效准确的主题定位
- 12.2.2 激活市场的产品策略
- 12.2.3 灵活多变的价格策略
- 12.2.4 推拉结合的促销策略
- 12.2.5 主题公园消费者偏好
- 12.2.6 游客重游率提升策略

12.3 中国主题公园营销渠道策略分析

- 12.3.1 营销渠道策略
- 12.3.2 销售代理渠道
- 12.3.3 产品直销渠道

12.4 中国主题公园差异化营销策略分析

- 12.4.1 差异化营销策略概述
- 12.4.2 细分目标客户差异化选择
- 12.4.3 差异化产品营销策略制定
- 12.4.4 差异化营销定价策略分析
- 12.4.5 差异化市场营销渠道策略
- 12.4.6 差异化促销策略选择分析
- 12.4.7 营销组合策略案例分析

第十三章 中国主题公园投资潜力分析

13.1 中国主题公园投资背景分析

13.1.1 旅游业前景光明

13.1.2 消费群体支撑

13.1.3 国外资本影响

13.2 中国主题公园投资现状分析

13.2.1 投资模式分析

13.2.2 投资规模分析

13.2.3 投资领域分布

13.2.4 房企投资布局

13.2.5 盲目投资现象

13.3 中国水上主题公园商业投资模式分析

13.3.1 市场发展阶段

13.3.2 主要功能和载体

13.3.3 投资策略分析

13.3.4 投资步骤介绍

13.3.5 投资模式分析

13.4 中国主题公园投融资案例分析

13.4.1 华强方特投融资态势

13.4.2 华侨城投融资模式

13.4.3 常州恐龙园融资状况

13.4.4 融创文旅投资并购

13.5 中国主题公园的投资风险及建议

13.5.1 投资开发特殊性

13.5.2 衍生产品开发

13.5.3 主题公园投资建议

13.5.4 主题公园投资风险

13.6 中国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 主题园区区位选择

13.6.3 主题公园创意设计

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的策略分析
 - 13.7.1 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 加快公园管理人才开发
 - 13.7.5 实现多元化的盈利模式

第十四章 对2024-2030年中国主题公园前景趋势预测

- 14.1 中国主题公园未来增长驱动因素
 - 14.1.1 城镇化率攀升
 - 14.1.2 消费结构升级
 - 14.1.3 政府支持发展
 - 14.1.4 数字科技推动
 - 14.1.5 基础设施改善
- 14.2 中国主题公园发展趋势分析
 - 14.2.1 行业发展方向
 - 14.2.2 区域发展形势
 - 14.2.3 行业发展趋势
 - 14.2.4 市场发展趋势
 - 14.2.5 未来竞争格局
 - 14.2.6 未来发展路径
 - 14.2.7 商业化运作趋势
- 14.3 对2024-2030年中国主题公园行业预测分析
 - 14.3.1 2024-2030年中国主题公园行业影响因素分析
 - 14.3.2 2024-2030年中国主题公园行业市场规模预测

图表目录

- 图表1 主题公园产业链构成
- 图表2 主题公园主要类型
- 图表3 2020年全球前25主题公园区域分布
- 图表4 全球十大主题公园集团

- 图表5 2020年全球top25主题公园游客数
- 图表6 2020年北美地区排名前20位的娱乐/主题公园
- 图表7 2020年亚太主题乐园top20
- 图表8 2020年拉美地区前10的娱乐/主题公园区域分布
- 图表9 2020年拉美地区前10的娱乐/主题公园相关数据排名
- 图表10 2020年拉美地区前10的水上乐园区域分布
- 图表11 2020年拉美地区前10的水上乐园相关数据排名
- 图表12 2015-2022年国家层面旅游行业相关政策汇总
- 图表13 地方层面旅游行业相关政策汇总
- 图表14 中国主题公园建设重点政策汇总（一）
- 图表15 中国主题公园建设重点政策汇总（二）
- 图表16 2016-2020年中国国内生产总值及其增长速度
- 图表17 2016-2020年三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表18 2017-2021年中国生产总值及其增长速度
- 图表19 2017-2021年中国三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表20 2022年中国GDP初步核算数据
- 图表21 2021年中国三次产业投资占固定投资（不含农户）比重
- 图表22 2021年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度
- 图表23 2021年固定资产投资新增主要生产与运营能力
- 图表24 2021年房地产开发和销售主要指标及其增长速度
- 图表25 2021-2022年中国固定资产投资（不含农户）同比增速
- 图表26 2022年固定资产投资（不含农户）主要数据
- 图表27 2021年居民人均可支配收入平均数和中位数
- 图表28 2022年居民人均可支配收入平均数与中位数
- 图表29 2020年1-12月全国居民人均消费支出及构成
- 图表30 2021年中国居民人均消费支出及构成

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/413023.html>