

2015-2022年中国游乐场设 备行业分析及发展策略研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2015-2022年中国游乐场设备行业分析及发展策略研究报告》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.chinairr.org/report/R05/R0502/201507/02-183003.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

游乐设备：针对少年儿童淘气的特点，而精心设计的新项目。它那新颖的构思、别致的整体造型和科学技术含量集跳，爬，钻，滑，荡，滚，摇等多功能为一体的综合性游乐设施。

报告目录：

第一部分 行业市场特点

第一章 游乐场设备概述 1

第一节 简介 1

一、定义 1

二、工艺流程 1

第二节 发展历史 2

第二章 2013-2014年中国游乐场设备行业市场动态分析 3

第一节 2013-2014年中国游乐场设备生产分析 3

一、2013-2014年中国游乐场设备产能统计分析 3

二、2013-2014年中国游乐场设备产量统计分析 3

第二节 市场规模 4

一、我国游乐场设备行业销量与库存量分析 4

二、我国游乐场设备行业市场消费统计及需求分析 5

第三节 2013-2014年中国游乐场设备行业进出口情况分析 5

一、进口 5

二、出口 6

第二部分 行业发展状况

第三章 2013-2014年世界游乐场设备行业发展现状分析 7

第一节 2013-2014年世界游乐场设备发展概况 7

一、世界游乐场设备市场供需分析 7

二、世界游乐场设备主要产品价格走势分析 7

第二节 2013-2014年世界主要国家游乐场设备行业发展情况分析 12

一、美国 12

二、日本 13

三、欧洲 14

第三节 世界游乐场设备行业发展趋势分析 19

第四章 2013-2014年游乐场设备产品制造技术工艺发展 21

第一节 2013-2014年宏观经济增长情况 21

第二节 行业技术发展历程 64

第三节 主要产品及技术现状 66

第四节 现存的主要问题 66

第五节 技术发展趋势 660

第五章 2013-2014年国内外游乐场设备行业发展对比分析 69

第一节 2013-2014年游乐场设备行业发展分析 69

一、2013-2014年全球游乐场设备行业发展分析 69

二、2013-2014年国内游乐场设备行业现状分析 98

第二节 2013-2014年游乐场设备市场现状 99

一、市场概述 99

二、市场规模 99

第三节 2013-2014年主题公园国内与国外情况对比分析 100

第四节 2013-2014年游乐场设备行业国内与国外情况对比分析 122

第六章 2009-2014年中国游乐场设备行业主要数据监测分析 123

第一节 2009-2014年中国游乐场设备行业规模分析 123

一、企业数量增长分析 123

二、从业人数增长分析 123

三、资产规模增长分析 124

第二节 2009-2014年中国游乐场设备行业结构分析 126

第三节 2013-2014年中国游乐场设备行业产值分析 127

一、产成品增长分析 127

二、工业销售产值分析 129

三、存货分析 133

四、出口交货值分析 134

第四节 2009-2014年中国游乐场设备行业成本费用分析 135

一、销售成本分析 135

二、费用分析 136

第五节 2009-2014年中国游乐场设备行业盈利能力分析 136

一、主要盈利指标分析 136

二、主要盈利能力指标分析 137

第三部分 行业竞争格局

第七章 2013-2014年游乐场设备行业竞争分析 138

第一节 行业集中度分析 138

一、市场集中度分析 138

二、区域集中度分析 138

第二节 行业竞争格局 139

第三节 竞争群组 140

第四节 游乐场设备行业竞争关键因素 140

一、价格 140

二、渠道 141

三、产品/服务质量 142

第八章 2013-2014年中国游乐场设备企业竞争策略分析 143

第一节 2013-2014年游乐场设备市场竞争策略分析 143

一、游乐场设备市场增长潜力分析 143

二、游乐场设备主要潜力项目分析 143

三、游乐场设备潜力项目竞争策略选择 143

四、典型项目消费趋势预测分析 144

第二节 2013-2014年游乐场设备企业竞争策略分析 146

第九章 游乐场设备国内重点生产厂家分析 151

第一节 温州南方游乐设备工程有限公司 151

一、企业简介 151

二、企业规模 151

三、企业发展情况 151

第二节 北京实宝来游乐设备有限公司 152

一、企业简介 152

二、企业规模 153

第三节 北京九华游乐设备制造公司 153

一、企业简介 153

二、企业规模 154

三、企业发展战略 154

第四节 上海游艺机工程有限公司 155

第五节 沈阳创奇游乐设备有限公司 156

第六节 中山市金马游艺机有限公司 157

第四部分 行业前景与投资

第十章 2015-2022年中国游乐场设备行业发展前景预测分析 159

第一节 2015-2022年中国游乐场设备行业发展预测分析 159

一、未来游乐场设备发展分析 159

二、未来游乐场设备行业技术开发方向 160

三、总体行业“十二五”整体规划及预测 160

第二节 2015-2022年中国游乐场设备行业市场前景分析 188

一、产品差异化是企业发展的方向 188

二、渠道重心下沉 188

第十一章 2015-2022年中国游乐场设备行业投资前景预测 190

第一节 中国游乐场设备行业发展现状研究评价	190
第二节 中国游乐场设备行业发展影响因素分析	190
一、有利因素分析	190
二、不利因素分析	192
第三节 中国游乐场设备行业投资前景展望预测	193
一、主题公园发展前景带来行业机遇	193
二、重点城市主题公园发展规划	202

第五部分 行业总结与建议

第十二章 专家观点及注意事项 217

第一节 儿童使用游乐设备注意事项 217

第二节 项目投资注意事项 218

一、项目投资注意事项 218

二、投资儿童游乐设备注意事项 219

第三节 生产开发注意事项 220

第四节 销售注意事项 220

第十三章 主题公园行业投资战略研究 222

第一节 主题公园行业发展战略研究 222

一、战略综合规划 222

二、技术开发战略 223

三、区域战略规划 225

四、产业战略规划 235

五、营销品牌战略 237

六、竞争战略规划 238

七、信息化战略规划 239

第二节 对我国主题公园品牌的战略思考 241

一、主题公园品牌的重要性 241

二、主题公园实施品牌战略的意义 242

三、主题公园企业品牌的现状分析 244

- 四、我国主题公园企业的品牌战略 247
- 五、主题公园品牌战略管理的策略 250
- 第三节 主题公园经营策略分析 251
 - 一、主题公园创新策略 251
 - 二、品牌定位与品类规划 254
 - 三、主题公园新项目差异化战略 257
- 第四节 主题公园行业投资战略研究 263
 - 一、2015-2022年主题公园行业投资战略 263
 - 二、2015-2022年主题公园融资战略 266

第十四章 建议 278

第一节 行业竞争策略 278

一、产品竞争策略 278

二、市场竞争策略 281

第二节 市场的重点客户战略实施 284

一、实施重点客户战略的必要性 284

二、合理确立重点客户 286

三、对重点客户的营销策略 287

四、强化重点客户的管理 290

第三节 渠道销售策略 292

第四节 品牌经营策略 293

一、品牌识别系统 294

二、品牌架构 294

三、品牌延伸扩张 294

四、管理品牌资产 294

第五节 服务策略 295

一、服务的定义 295

二、服务的特征 295

三、服务的类型 296

四、服务的作用 296

五、服务的基本原则 297

六、服务策略 298

图表目录：

图表：2013-2014年我国游乐场设备产能规模 3

图表：2013-2014年我国游乐场设备产量规模 3

图表：2013-2014年我国游乐场设备销量 4

图表：2013-2014年我国游乐场设备期末库存量统计 4

图表：2013-2014年我国游乐场游玩人次统计 5

图表：2013-2014年我国游乐场设备进口量 5

图表：2013-2014年我国游乐场设备出口量 6

图表：2009-2014年国内生产总值及其增长速度 21

图表：2013年居民消费价格月度涨跌幅度 22

图表：2013年居民消费价格比2012年涨跌幅度 22

图表：2013年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况 23

图表：2009-2014年城镇新增就业人数 24

图表：2009-2014年年末国家外汇储备及其增长速度 24

图表：2009-2014年公共财政收入及其增长速度 25

图表：2009-2014年粮食产量及其增长速度 26

图表：2009-2014年全部工业增加值及其增长速度 27

图表：2013年主要工业产品产量及其增长速度 28

图表：2013年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 29

图表：2009-2014年建筑业增加值及其增长速度 30

图表：2009-2014年全社会固定资产投资及其增长速度 31

图表：2013年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 31

图表：2013年固定资产投资新增主要生产能力 33

图表：2013年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度 34

图表：2009-2014年社会消费品零售总额及其增长速度 35

图表：2013年货物进出口总额及其增长速度 36

图表：2013年主要商品出口数量、金额及其增长速度 37

图表：2013年主要商品进口数量、金额及其增长速度 38

图表：2013年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 38

图表：2009-2014年货物进出口总额 39

图表：2013年非金融领域外商直接投资及其增长速度 39

图表：2013年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 40

图表：2013年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 41

图表：2009-2014年年末电话用户数 42

图表：2013年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 43

图表：2009-2014年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 44

图表：2013年年末人口数及其构成 45

图表：2008-2014年中国国内生产总值增长速度 46

图表：2014年中国国内生产总值 46

图表：2014年季度国内生产总值环比增长速度 47

图表：2013-2014年规模以上工业增加值增速情况 48

图表：2013-2014年固定资产投资同比增速情况 50

图表：2013-2014年房地产开发投资同比增速情况 50

图表：2013-2014年社会消费品零售总额增速情况 51

图表：2013-2014年居民消费价格同比上涨情况 52

图表：2013-2014年中国城镇居民人均可支配收入增速 53

图表：2009-2014年人口及其自然增长率变化情况 55

图表：2014年华特迪士尼经营分析 78

图表：2013年华特迪士尼经营分析 78

图表：2012年华特迪士尼经营分析 79

图表：2014年华特迪士尼公司所属行业分析 79

图表：2014年华特迪士尼公司收益分析 79

图表：2013年华特迪士尼公司收益分析 80

图表：2012年华特迪士尼公司收益分析 80

图表：2011年华特迪士尼公司收益分析 80

图表：2009-2014年华特迪士尼公司收入分析 81

图表：2009-2014年华特迪士尼公司收益分析 81

图表：2014年华特迪士尼公司营业收入比较 81

图表：2014年华特迪士尼公司利润比较 82

图表：2014年华特迪士尼公司雇员比较 82

图表：2014年华特迪士尼公司资产比较 82

图表：2014年深圳华侨城股份有限公司按行业经营分析 86

图表：2014年深圳华侨城股份有限公司按产品经营分析 86

图表：2014年深圳华侨城股份有限公司按地区经营分析 86

图表：2013年深圳华侨城股份有限公司经营分析 86

图表：2012年深圳华侨城股份有限公司经营分析 87

图表：2014年深圳华侨城股份有限公司财务指标分析 87

图表：2014年深圳华侨城股份有限公司偿债能力分析 87

图表：2014年深圳华侨城股份有限公司资本结构分析 88

图表：2014年深圳华侨城股份有限公司经营效率分析 88

图表：2014年深圳华侨城股份有限公司获利能力分析 88

图表：2014年深圳华侨城股份有限公司发展能力分析 89

图表：2014年深圳华侨城股份有限公司现金流分析 89

图表：2014年深圳华侨城股份有限公司投资收益分析 89

图表：2012年宋城股份有限公司经营分析 90

图表：2013年宋城股份有限公司经营分析 90

图表：2014年宋城股份有限公司经营分析 90

图表：2014年宋城股份有限公司综合分析 90

图表：2014年宋城股份有限公司盈利能力分析 91

图表：2014年宋城股份有限公司偿债能力分析 91

图表：2014年宋城股份有限公司成长能力分析 91

图表：2014年宋城股份有限公司资产经营分析 92

图表：2014年宋城股份有限公司投资收益分析 92

图表：2012年深圳华强集团有限公司经营分析 95

图表：2013年深圳华强集团有限公司经营分析 95

图表：2014年深圳华强集团有限公司按产品经营分析 95

图表：2014年深圳华强集团有限公司按产品经营分析 96

图表：2014年深圳华强集团有限公司按地区经营分析 96

图表：2014年深圳华强集团有限公司偿债能力分析 96

图表：2014年深圳华强集团有限公司资本结构分析 96

图表：2014年深圳华强集团有限公司经营效率分析 97

图表：2014年深圳华强集团有限公司获利能力分析 97

图表：2014年深圳华强集团有限公司发展能力分析 97

图表：2014年深圳华强集团有限公司现金流分析 98

图表：2013-2014年我国游乐场设备市场规模 99

图表：2014年国内主题公园收入分析 100

图表：2014年国外主题公园收入分析 101

图表：2014年居民每个月文化消费支出分析 112

图表：2009-2014年我国游艺器材及娱乐用品制造企业单位数 123

图表：2009-2014年我国游艺器材及娱乐用品制造从业人员平均人数 123

图表：2013-2014年全国游艺器材及娱乐用品制造资产合计 124

图表：2013-2014年北京游艺器材及娱乐用品制造资产合计 124

图表：2013-2014年辽宁游艺器材及娱乐用品制造资产合计 124

图表：2013-2014年全国游艺器材及娱乐用品制造负债合计 125

图表：2013-2014年北京游艺器材及娱乐用品制造负债合计 125

图表：2013-2014年辽宁游艺器材及娱乐用品制造负债合计 125

图表：2013-2014年全国游艺器材及娱乐用品制造利润总额 126

图表：2013-2014年北京游艺器材及娱乐用品制造利润总额 126

图表：2013-2014年辽宁游艺器材及娱乐用品制造利润总额 126

图表：2013-2014年全国游艺器材及娱乐用品制造产成品 127

图表：2013-2014年北京游艺器材及娱乐用品制造产成品 127

图表：2013-2014年山东游艺器材及娱乐用品制造产成品 128

图表：2013-2014年河南游艺器材及娱乐用品制造产成品 128

图表：2013-2014年四川游艺器材及娱乐用品制造产成品 128

图表：2013-2014年全国游艺器材及娱乐用品制造工业销售产值 129

图表：2013-2014年北京游艺器材及娱乐用品制造工业销售产值 129

图表：2013-2014年辽宁游艺器材及娱乐用品制造工业销售产值 130

图表：2013-2014年上海游艺器材及娱乐用品制造工业销售产值 130

图表：2013-2014年江苏游艺器材及娱乐用品制造工业销售产值 130

图表：2013-2014年浙江游艺器材及娱乐用品制造工业销售产值 131

图表：2013-2014年山东游艺器材及娱乐用品制造工业销售产值 131

图表：2013-2014年河南游艺器材及娱乐用品制造工业销售产值 131

图表：2013-2014年广东游艺器材及娱乐用品制造工业销售产值 132

图表：2013-2014年四川游艺器材及娱乐用品制造工业销售产值 132

图表：2013-2014年陕西游艺器材及娱乐用品制造工业销售产值 132

图表：2013-2014年全国游艺器材及娱乐用品制造存货 133

图表：2013-2014年北京游艺器材及娱乐用品制造存货 133

图表：2013-2014年辽宁游艺器材及娱乐用品制造存货 133

图表：2013-2014年四川游艺器材及娱乐用品制造存货 134

图表：2009-2014年我国游艺器材及娱乐用品制造出口交货值 134

图表：2009-2014年我国游艺器材及娱乐用品制造营业费用 135

图表：2009-2014年我国游艺器材及娱乐用品制造管理费用 135

图表：2009-2014年我国游艺器材及娱乐用品制造财务费用 136

图表：2009-2014年我国游艺器材及娱乐用品制造应收账款净额 136

图表：2009-2014年我国游艺器材及娱乐用品制造流动资产合计 137

图表：2009-2014年我国游艺器材及娱乐用品制造流动资产周转次数 137

图表：2009-2014年我国游艺器材及娱乐用品制造成本费用利润率 137

图表：2010-2014年主题公园供给分析 190

图表：2015-2022年主题公园和主题公园式景点数量规模及增长 191

图表：2015-2022年主题公园参观人数规模及增长 192

图表：2015-2022年主题公园市场容量规模及增长 201

图表：2015-2022年主题公园销售收入规模及增长 202

图表：两种战略比较 257

图表：主题公园一般价值链 258

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0502/201507/02-183003.html>