

2017-2023年中国主题公园 及旅游地产市场前景研究与市场全景评估报告

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

《2017-2023年中国主题公园及旅游地产市场前景研究与市场全景评估报告》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/R09/R0901/201711/16-244281.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

报告目录：

第一章 主题公园产业相关概述

第一节 主题公园基础概述

- 一、主题公园的起源
- 二、中国主题公园的发展历程
- 三、主题公园的意义

第二节 主题公园的相关概述

- 一、主题公园特色
- 二、主题公园的分类
- 三、著名的主题公园点评

第三节 中国主题公园产业特性分析

- 一、高投入高成本
- 二、明显的生命周期性
- 三、主题产品衍生产业尚未形成
- 四、客源市场集中在国内和亚洲文化圈

第四节 主题公园对旅游业的作用及意义

- 一、主题公园与旅游业的关系
- 二、主题公园与都市旅游目的地吸引力的互动分析

第二章 旅游地产业阐述

第一节 中国旅游地产概况

- 一、旅游房产界定及意义
- 二、旅游房地产的类型
- 三、旅游地产的兴起

第二节 旅游房产发展背景

- 一、国际旅游房产发展背景
- 二、中国旅游房产发展背景

第三节 发展旅游地产的前景与现实意义

- 一、旅游地产的前景展望
- 二、旅游地产的现实意义

三、旅游地产的产业特点

四、旅游地产的发展对策

第三章 2014-2016年全球主题公园产业运行现状分析

第一节 2014-2016年全球主题公园业的状况分析

一、全球主题公园行业特征

二、全球市场竞争因素分析

三、全球行业发展趋势

第二节 2014-2016年国外发达国家主题公园经营现状分析

一、英国

二、日本

三、美国

四、澳大利亚

第三节 国外主题公园发展经验探讨

一、选址的重要性

二、充分展现主题

三、强调游客参与

四、娱乐与教育相结合

五、主题公园与零售业相结合

六、价格策略多元化

七、完善的服务系统

八、经营规模化

第四节 2014-2016年世界主题公园的发展及其对中国的启示

一、全球主题公园业概况

二、全球主题公园的发展分析

三、对中国主题公园业的启示

第四章 2014-2016年世界旅游地产业运行形态分析

第一节 2014-2016年世界旅游房地产开发理念的演进过程

一、单一的大中型文化主题公园

二、综合性、区域性开发的雏形

三、大型旅游休闲社区的出现

第二节 2014-2016年旅游房地产项目开发分析

- 一、旅游房地产项目开发的原则
- 二、项目开发中应特别注意的问题

第五章 2014-2016年不同视角剖析中国主题公园发展——专家点评

第一节 从规划设计的角度论主题公园的发展

- 一、设计目标
- 二、设计主体
- 三、设计技能

第二节 从经营管理的角度论主题公园的发展分析

- 一、强化战略管理
- 二、在主题公园生命周期各阶段实施不同产营销策略
- 三、降低季节性影响
- 四、提高员工素质及加强内部管理

第三节 从宏观调控的角度论主题公园的发展分析

- 一、依据城市（地区）总体规划和旅游发展总体规划
- 二、旅游主管部门对主题公园的审批制度
- 三、对重大主题公园的建设给予有力支持

第六章 2014-2016年中国主题公园发展态势分析

第一节 2014-2016年中国主题公园产业运行总况

- 一、中国主题公园将迎来“黄金时代”
- 二、中国主题公园经营状况分析
- 三、中国海洋主题公园的时空分布

第二节 2014-2016年我国主题公园发展分析

- 一、主题公园的引进与输出
- 二、中国主题公园建设存在的问题
- 三、主题公园应走出西方化误区
- 四、我国主题公园顾客需求调查分析
- 五、主题公园成功运作的关键

第三节 2014-2016年主要区域主题公园发展分析

- 一、深圳主题公园的发展

二、长三角主题公园投资建设情况

第七章 2014-2016年中国主题公园经营及盈利模式分析

第一节 2014-2016年大型主题公园发展的影响因素

一、客源市场和交通条件

二、区域经济发展水平

三、城市旅游感知形象

四、空间集聚和竞争

第二节 2014-2016年主题公园差异化虚拟经营探讨

一、主题公园差异化虚拟经营的内涵

二、主题公园差异化虚拟经营的形式

三、主题公园差异化虚拟经营模式的建立流程

第三节 2014-2016年主题公园的盈利模式

一、经营增长盈利模式

二、物业增值盈利模式

三、品牌延伸盈利模式

四、客源共享盈利模式

第八章 2014-2016年中国旅游地产发展分析

第一节 2014-2016年旅游地产的发展现状分析

一、旅游地产的发展特点

二、旅游房地产的优势特征分析

三、旅游房地产的发展契机与潜力

第二节 2014-2016年我国旅游地产发展前景

一、旅游地产的兴起是经济发展的必然结果

二、旅游地产充分发展的“瓶颈”因素分析

三、促进旅游地产发展的若干思考

第三节 2014-2016年旅游地产发展态势分析

一、中国旅游地产现状分析

二、突破旅游地产的发展瓶颈

三、旅游地产迎来黄金时代

第九章 2014-2016年中国旅游地产区域市场发展格局分析

第一节 全国旅游地产分布情况及区域比较

- 一、海南热带海景旅游地产
- 二、长三角休闲度假类旅游地产
- 三、环渤海滨海旅游地产
- 四、中西部旅游地产

第二节 2014-2016年中国旅游地产主要发展城市分析

- 一、昆明
- 二、成都
- 三、海南
- 四、峨眉山
- 五、天津
- 六、贵州
- 七、安徽

第十章 2014-2016年中国主题公园及旅游地产重点企业竞争分析

第一节 成功案例分析

- 一、华侨城
- 二、香港迪士尼乐园
- 三、大唐芙蓉园
- 四、开封清明上河园
- 五、杭州宋城

第二节 失败案例分析

- 一、江苏吴江福祿贝尔科幻乐园
- 二、海南中华民族文化村
- 三、广东番禺飞龙世界游乐城
- 四、广州世界大观

第十一章 2017-2023年中国主题公园发展趋势分析

第一节 2017-2023年主题公园总体发展趋势

- 一、主题突出文化性
- 二、技术体现互动性

- 三、内容追求娱乐性
- 四、项目偏重参与性
- 五、氛围张扬刺激性
- 六、景观回归真实性
- 七、付款刷卡便捷性
- 八、规模凸现扩张性

第二节 2017-2023年主题公园的发展趋势分析

- 一、宏观旅游主题公园的前景功能
- 二、主题公园的发展方向
- 三、主题公园的专业化经营趋势
- 四、主题公园的发展趋势
- 五、主题公园经营情况预测

第三节 2017年我国主题公园发展预测分析

- 一、民族品牌发展趋势
- 二、产品多元化发展趋势
- 三、投资前景预测

第四节 2017-2023年旅游地产发展趋势分析

- 一、优厚的旅游地产发展资源
- 二、规划、开发向专业化发展
- 三、旅游地产发展趋势

第十二章 2014-2016年中国主题公园及旅游地产行业投资环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2017年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2014-2016年中国主题公园及旅游地产行业政策环境分析

- 一、中国旅游业发展政策导向分析
- 二、中国各省促进旅游业发展的政策
- 三、甲型流感对旅游行业的影响

第三节 2014-2016年中国主题公园及旅游地产行业社会环境分析

- 一、我国旅游消费需求分析

- 二、我国国内旅游消费的主要特征
- 三、假日旅游消费最大潜力分析
- 四、我国居民旅游消费意愿分析
- 五、中国旅游经济运行数据
- 六、全国房地产市场数据监测

第十三章 2017-2023年中国主题公园投资分析

第一节 2014-2016年中国主题公园投资概况

- 一、主题公园投资情况环境
- 二、“婚庆主题公园”的发展前景
- 三、中国主题公园投资价值分析

第二节 2014-2016年中国主题公园的投资建设

- 一、内蒙古主题公园投资建设情况
- 二、长沙市浏阳河边将建婚恋主题公园
- 三、北京将建大型文化休闲游乐主题公园
- 四、中新天津生态城建动漫主题公园
- 五、三大水果主题公园落户昌平
- 六、哈尔滨群力新区主题公园投资建设情况

第十四章 2017-2023年中国旅游地产投资概况

第一节 多角度分析旅游房地产业发展机遇

- 一、从资本市场分析
- 二、从社会角度分析
- 三、从政策法规角度分析

第二节 2017-2023年中国旅游地产投资前景预测

- 一、旅游地产渐成楼市新宠
- 二、旅游地产成为新的投资热点
- 三、旅游地产投资情况
- 四、旅游地产投资潜力
- 五、城市旅游地产投资分析

第十五章 2014-2016年中国主题公园产业发展策略分析

第一节 主题公园市场化商业运作模式分析

- 一、主题公园的发展现状
- 二、我国主题公园与国外主题公园的SWOT分析
- 三、商业设计步骤分析

第二节 主题公园营销模式分析

- 一、有效的主题定位
- 二、激活市场的产品策略
- 三、灵活多变的价格策略
- 四、推拉结合的促销策略
- 五、双管齐下的渠道策略

第三节 主题公园成功开发的要素

- 一、主题选择与定位
- 二、主题公园区位选择
- 三、主题创意
- 四、主题产品开发与更新
- 五、主题公园文化内涵
- 六、营销策略

第四节 迪斯尼主题公园成功经营策略

- 一、品牌经营策略
- 二、服务制胜策略
- 三、产品创新策略
- 四、灵活定价策略
- 五、营销管理策略

第五节 迪斯尼对中国大型主题乐园的启示

- 一、把主题公园作为品牌文化来推广
- 二、快乐王国的氛围营造
- 三、强大的整体营销策略

第六节 中国首个自主创新主题公园连锁品牌解构

第十六章 2017-2023年中国旅游地产发展策略分析（ZY ZM）

第一节 2014-2016年中国旅游房地产开发的基本模式

- 一、以旅游区域开发带动旅游房地产开发

- 二、以产权式酒店为主体的房地产开发
- 三、以度假地第二居所为主体的旅游房地产开发
- 四、经营服务类旅游房地产的开发
- 五、酒店式公寓的开发

第二节 2014-2016年旅游地产项目的成功基础

- 一、天生的资质
- 二、良好的题材
- 三、完善的规划
- 四、持续的投资
- 五、完备的网络

第三节 2014-2016年中国旅游地产开发与生态景观保护

- 一、中华石苑凤凰岭风景区规划
- 二、郑州黄河大观
- 三、武汉盘龙城
- 四、天津珠江温泉城

第四节 2017-2023年中国促进旅游地产发展的策略

- 一、地产定位应面向国际
- 二、注重保护稀缺的生态景观资源
- 三、加强宏观及微观的把握能力

第五节 2017-2023年中国旅游地产发展政策建议

- 一、发展政策建议
- 二、建立严格的市场准入制度
- 三、建立有效的旅游交换系统

第六节 2017-2023年中国二线城市旅游地产差异化经营

图表目录：

图表：根据投资规模和市场腹地等对主题公园的分类

图表：根据主题内容不同对主题公园的分类

图表：全国部分倒闭的重要主题公园

图表：国外部分大型主题公园基本数据

图表：国外主题公园游客访问率比较

图表：全球主题公园发展状况

图表：顾客了解到各大主题公园的途径

图表：顾客偏好的游乐方式

图表：顾客的出游方式

图表：顾客希望主题公园的售票方式

图表：主题公园吸引顾客的促销方式

图表：主题公园赠送初体验会对顾客的吸引力

图表：优质的服务是否会增强主题公园的吸引力

图表：顾客在主题公园总的花费（不包含门票）

图表：去主题公园游玩的顾客的年龄

图表：去主题公园游玩的顾客的职业

图表：旅游房地产开发、投资价值比较

图表：华侨城开创的“旅游+房地产”经营模式

图表：深圳华侨城控股股份有限公司酒店地产项目开发流程

图表：华侨城主要地产项目概况

图表：深圳华侨城控股股份有限公司主要经济指标走势图

图表：深圳华侨城控股股份有限公司经营收入走势图

图表：深圳华侨城控股股份有限公司盈利指标走势图

图表：深圳华侨城控股股份有限公司负债情况图

图表：深圳华侨城控股股份有限公司负债指标走势图

图表：深圳华侨城控股股份有限公司运营能力指标走势图

图表：深圳华侨城控股股份有限公司成长能力指标走势图

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0901/201711/16-244281.html>