

# 2023-2029年中国主题公园 行业前景研究与投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

# 一、报告报价

《2023-2029年中国主题公园行业前景研究与投资战略研究报告》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/R09/R0901/202307/25-536570.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](mailto: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

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国主题公园行业前景研究与投资战略研究报告》共十四章。首先介绍了主题公园行业市场发展环境、主题公园整体运行态势等，接着分析了主题公园行业市场运行的现状，然后介绍了主题公园市场竞争格局。随后，报告对主题公园做了重点企业经营状况分析，最后分析了主题公园行业发展趋势与投资预测。您若想对主题公园产业有个系统的了解或者想投资主题公园行业，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

##### 1.1.4主题公园是商业和旅游业结合的产物

#### 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主题公园产业特性分析

##### 1.3.1高投入高成本

##### 1.3.2明显的生命周期性

##### 1.3.3主题产品衍生产业尚未形成

##### 1.3.4客源市场集中在国内和亚洲文化圈

#### 1.4著名主题公园分布

##### 1.4.1美洲地区

##### 1.4.2欧洲地区

##### 1.4.3亚洲地区

## 第二章2018-2022年国外主题公园发展分析

### 2.12018-2022年世界主题公园发展概况

#### 2.1.1区域格局分析

#### 2.1.2运营现状分析

#### 2.1.3企业模式分析

#### 2.1.4投资建设近况

#### 2.1.5运营趋势剖析

### 2.22018-2022年世界主题公园项目发展动态

#### 2.2.12019年项目动态

#### 2.2.22020年项目动态

#### 2.2.32022年项目动态

### 2.32018-2022年发达国家主题公园的发展

#### 2.3.1美国

#### 2.3.2日本

#### 2.3.3英国

#### 2.3.4德国

#### 2.3.5澳大利亚

### 2.4世界主题公园发展的成功经验分析

#### 2.4.1选址的重要性

#### 2.4.2充分展现主题及强调游客参与

#### 2.4.3娱乐与教育相结合

#### 2.4.4主题公园与零售业相结合

#### 2.4.5价格策略多元化

#### 2.4.6完善的服务系统

#### 2.4.7经营规模化

## 第三章2018-2022年中国主题公园的发展环境分析

### 3.1一般环境分析

#### 3.1.1技术环境

#### 3.1.2社会文化环境

#### 3.1.3自然环境

### 3.2政策环境分析

### 3.2.1政治环境综述

### 3.2.2主题公园政策规范

### 3.2.3主题公园相关政策

## 3.3经济环境分析

### 3.3.1国际经济运行现状

### 3.3.2中国经济运行现状

#### 一、国民经济运行情况GDP

#### 二、消费价格指数CPI、PPI

#### 三、全国居民收入情况

#### 四、恩格尔系数

#### 五、工业发展形势

#### 六、固定资产投资情况

### 3.3.3中国经济发展趋势

### 3.3.4经济环境对景区的影响

## 3.4产业环境分析

### 3.4.1旅游业发展成就综述

### 3.4.2旅游消费现状及潜力

### 3.4.3旅游业经济运行现状

### 3.4.4旅游业运行特征剖析

### 3.4.5旅游业发展前景展望

## 3.5中国主题公园发展的重要性

### 3.5.1中国主题公园建设发展的意义

### 3.5.2主题公园对区域经济发展具有推动作用

### 3.5.3主题公园日益成为城市旅游形象的新名片

## 第四章2018-2022年中国主题公园的发展

### 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建设运营情况

#### 4.1.3发展特征分析

#### 4.1.4行业融资形势

#### 4.1.5基本态势判断

#### 4.22018-2022年中国主题公园的发展分析

##### 4.2.1行业建设态势

##### 4.2.2行业运营现状

##### 4.2.3投资开发状况

##### 4.2.4行业业态升级

#### 4.3中国主题公园的SWOT分析

##### 4.3.1优势分析

##### 4.3.2劣势分析

##### 4.3.3机遇分析

##### 4.3.4挑战分析

#### 4.4中国主题公园盈利能力分析

##### 4.4.1盈利能力现状

##### 4.4.2现行盈利模式

##### 4.4.3盈利不佳原因

##### 4.4.4国外盈利启示

##### 4.4.5盈利模式提升路径

#### 4.5主题公园与都市旅游目的地吸引力的互动浅析

##### 4.5.1都市旅游及都市旅游目的地吸引力分析

##### 4.5.2主题公园是都市旅游目的地的重要旅游吸引物

##### 4.5.3主题公园能有效诠释都市旅游目的地独特的文化底蕴

##### 4.5.4主题公园的良性发展促进都市旅游目的地特色商业发展

#### 4.6中国主题公园体验价值的创造分析

##### 4.6.1主题公园核心竞争力在于“体验价值”

##### 4.6.2体验价值在主题公园经营中的重要意义

##### 4.6.3影响主题公园体验价值的主要因素分析

##### 4.6.4华侨城主题公园体验价值的创造模式

#### 4.7体验经济时代中国主题公园的服务创新分析

##### 4.7.1主题公园迎合旅游者对旅游体验的多元化追求

##### 4.7.2体验经济的涵义及基本特征

##### 4.7.3主题公园服务内涵与现状分析

##### 4.7.4体验经济下主题公园服务创新思路

## 第五章2018-2022年中国主题公园的建设

### 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主题公园的主题

#### 5.2.2管理与服务

#### 5.2.3主题公园的产品

### 5.32020年中国主题公园建设状况

### 5.42022年中国主题公园建设状况

### 5.5主题公园建设中的景观设计分析

#### 5.5.1主题公园景观的构成要素

#### 5.5.2主题公园地形设计

#### 5.5.3主题公园建筑设计

#### 5.5.4主题公园植物设计

#### 5.5.5主题公园小品设计

### 5.6主题公园之景观要素在北方地区的表现浅析

#### 5.6.1中国主题公园建设热潮概述

#### 5.6.2主题公园景观要素表现手法

#### 5.6.3实践案例的分析

## 第六章2018-2022年主题公园细分市场的发展

### 6.1中国主题公园市场细分探析

#### 6.1.1中国主题公园主题雷同或缺失

#### 6.1.2主题公园市场细分的必要性

#### 6.1.3主题公园的市场细分类型

#### 6.1.4主题公园细分市场的差异化战略

### 6.22018-2022年雕塑主题公园的建设发展

#### 6.2.1雕塑主题公园的起源简析

#### 6.2.2国内外雕塑主题公园分析

- 6.2.3雕塑主题公园的公共性分析
- 6.2.4中国雕塑主题公园建设动态
- 6.32018-2022年影视主题公园的建设发展
- 6.3.1影视主题公园的基本概念及发展
- 6.3.2中国影视主题公园的起步与发展
- 6.3.3中国影视主题公园呈快速扩张态势
- 6.3.4中国影视主题公园的建设动态
- 6.3.5中国影视主题公园的盈利策略
- 6.42018-2022年海洋主题公园的建设发展
- 6.4.1中国海洋主题公园发展阶段
- 6.4.2中国海洋主题公园布局特点
- 6.4.3中国海洋主题公园市场容量
- 6.4.4中国海洋主题公园建设动态
- 6.4.5中国海洋主题公园发展的启示
- 6.52018-2022年汽车主题公园的建设发展
- 6.5.1德国汽车城主题公园的景观设计
- 6.5.2中国汽车主题公园引资建设的设想
- 6.5.3中国汽车主题公园的投资建设现状
- 6.5.4中国汽车主题公园的建设动态

## 第七章2018-2022年中国部分地区及城市主题公园的发展

- 7.12018-2022年长三角地区主题公园发展分析
- 7.1.1发展阶段
- 7.1.2空间分布解析
- 7.1.3投资开发态势
- 7.1.4市场格局分析
- 7.1.5竞争状况分析
- 7.1.6存在问题分析
- 7.1.7发展趋势分析
- 7.22018-2022年珠三角主题公园产业集群剖析
- 7.2.1集群发展状况
- 7.2.2集群演进路径



### 7.2.3 集群发展条件

### 7.2.4 集群演进模式

## 7.3 2018-2022年深圳主题公园发展分析

### 7.3.1 整体发展综述

### 7.3.2 发展成就总结

### 7.3.3 运行态势良好

### 7.3.4 存在问题分析

### 7.3.5 创新发展分析

## 7.4 2018-2022年海南主题公园发展分析

### 7.4.1 必要性及可行性

### 7.4.2 规划布局区域

### 7.4.3 建设规划探析

### 7.4.4 开发政策解读

## 7.5 2018-2022年其他地区主题公园的发展

### 7.5.1 山东省

### 7.5.2 福建省

### 7.5.3 安徽省

## 第八章 2018-2022年国内外著名主题公园的发展

### 8.1 迪士尼乐园

#### 8.1.1 园区基本简介

#### 8.1.2 发展战略解析

#### 8.1.3 成功经营策略

#### 8.1.4 发展启示分析

#### 8.1.5 东京迪士尼运营现状

#### 8.1.6 香港迪士尼运营现状

#### 8.1.7 上海迪士尼进展情况

### 8.2 香港海洋公园

#### 8.2.1 园区基本简介

#### 8.2.2 发展战略解析

#### 8.2.3 定位战略分析

#### 8.2.4 经营状况分析

## 8.2.5市场拓展情况

## 8.3华侨城主题公园

### 8.3.1园区基本简介

### 8.3.2园区规模分析

### 8.3.3发展模式分析

### 8.3.4发展态势分析

### 8.3.5战略重心分析

## 8.4长隆欢乐世界

### 8.4.1园区基本简介

### 8.4.2园区规模分析

### 8.4.3营销思维分析

### 8.4.4战略动向分析

### 8.4.5新建及改造状况

## 8.5中华恐龙园

### 8.5.1园区基本简介

### 8.5.2园区发展状况

### 8.5.3产品优势及特点

### 8.5.4成功模式分析

### 8.5.5创新发展解析

### 8.5.6挑战及开发建议

## 第九章中国主题公园市场投资主体分析

### 9.1迪士尼公司

#### 9.1.1企业发展概况

#### 9.1.2企业经营状况

#### 9.1.3业务经营分析

### 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企业经营状况

#### 9.2.3业务经营分析

### 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企业经营状况

9.3.3业务经营分析

9.4海昌控股有限公司

9.4.1企业发展概况

9.4.2企业经营状况

9.4.3业务经营分析

9.5华谊兄弟传媒股份有限公司

9.5.1企业发展概况

9.5.2企业经营状况

9.5.3业务经营分析

## 第十章2018-2022年中国主题公园的发展策略研究

10.1中国主题公园发展存在的问题

10.1.1主要矛盾分析

10.1.2数量多而规模小

10.1.3主题不鲜明及重复建设

10.1.4收入单一

10.1.5产品单一且缺乏创新

10.2从规划设计的角度分析主题公园的发展对策

10.2.1设计目标

10.2.2设计主体

10.2.3设计技能

10.3从经营管理的角度分析主题公园的发展对策

10.3.1强化战略管理

10.3.2在主题公园生命周期各阶段实施不同产营销策略

10.3.3降低季节性影响

10.3.4提高员工素质及加强内部管理

10.4从宏观调控的角度分析主题公园的发展对策

10.4.1依据城市（地区）规划约束主题公园的投资建设

10.4.2旅游主管部门实施严格的审批制度

10.4.3对重大主题公园的建设给予有力支持

10.5中国主题公园文化精致化发展的对策

- 10.5.1以文化内涵突破重围
- 10.5.2主题公园文化特色探析
- 10.5.3主题开发
- 10.5.4精致的规划设计和施工
- 10.5.5经营管理
- 10.6主题公园的开发经营策略
  - 10.6.1市场导向策略
  - 10.6.2文化主导策略
  - 10.6.3本土特色策略
  - 10.6.4系统经济策略
  - 10.6.5资源整合策略
- 10.7主题公园的发展模式思考
  - 10.7.1区位选择
  - 10.7.2开发模式选择
  - 10.7.3商业模式选择

## 第十一章2018-2022年中国主题公园竞争分析

- 11.1主题公园产业竞争模型解析
  - 11.1.1产业竞争强度分析
  - 11.1.2退出障碍和转移成本经济障碍
  - 11.1.3产业供应方
  - 11.1.4买方
  - 11.1.5潜在进入者
  - 11.1.6替代品
- 11.2现代主题公园竞争的五大焦点
  - 11.2.1空间竞争
  - 11.2.2市场体系
  - 11.2.3主导品牌
  - 11.2.4文化内涵
  - 11.2.5生命周期
- 11.3主题公园企业取得竞争优势的必备要素
  - 11.3.1准确的主题选择

- 11.3.2恰当的园址选择
- 11.3.3独特的主题创意
- 11.3.4深度的主题产品开发
- 11.3.5灵活的营销策略
- 11.4中国主题公园的竞争对策分析
  - 11.4.1培育核心能力
  - 11.4.2开展文化经营
  - 11.4.3构造顾客矩阵
  - 11.4.4提升品牌形象
  - 11.4.5推进营销创新
  - 11.4.6实施战略管理
  - 11.4.7打造差异化和特色化

## 第十二章2018-2022年中国主题公园的营销分析

- 12.1中国主题公园的主要营销方式分析
  - 12.1.1广告
  - 12.1.2数据库营销
  - 12.1.3活动策划
  - 12.1.4网络营销
- 12.2中国主题公园营销中的文化缺失
  - 12.2.1前期规划
  - 12.2.2中期管理经营
  - 12.2.3后期主题公园产品的延续
  - 12.2.4文化是主题公园营销的灵魂
- 12.3中国主题公园营销流程及推广策略选择
  - 12.3.1体验营销是主题公园营销的最好选择
  - 12.3.2主题公园营销的积木流程
  - 12.3.3强势品牌塑造
  - 12.3.4新产品开发
  - 12.3.5主题系列产品开发
- 12.4中国主题公园营销模式的构建
  - 12.4.1有效的主题定位

12.4.2激活市场的产品策略

12.4.3灵活多变的价格策略

12.4.4推拉结合的促销策略

12.5中国主题公园的营销渠道策略分析

12.5.1营销渠道策略构建概述

12.5.2销售代理渠道

12.5.3产品直销渠道

## 第十三章中国主题公园投资分析

13.1中国主题公园的投资背景

13.1.1中国主题公园投资迎来黄金时点

13.1.2消费市场对主题公园投资建设的支撑

13.1.3国外资本对中国主题公园产业的影响

13.2中国主题公园的投资现状

13.2.1外资、民营和国有资本进入旅游业以主题公园为突破口

13.2.2中国主题公园的投资主体

13.2.3中国主题公园的投资模式

13.2.4政府收紧主题公园信贷

13.2.5中国主题公园存在盲目投资开发现象

13.3水上主题公园的商业投资模式分析

13.3.1国内外水上主题公园发展概况

13.3.2水上主题公园的主要功能和载体

13.3.3投资策略

13.3.4投资步骤

13.3.5投资模式

13.4主题公园投资案例分析

13.4.1案例1——方特欢乐世界

13.4.2案例2——欢乐谷连锁主题公园

13.4.3案例3——迪士尼主题公园

13.4.4案例4——环球嘉年华主题公园

13.5中国主题公园的投资风险及建议

13.5.1主题公园投资开发具有特殊性

- 13.5.2主题公园经营形势依旧严峻
- 13.5.3主题公园衍生产品开发仍处于启蒙阶段
- 13.5.4中国主题公园的投资建议
- 13.6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主题公园区位选择
  - 13.6.3主题创意
  - 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建设的策略分析
  - 13.7.1探询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加快公园经营管理人才的开发
  - 13.7.5实现多元化的盈利模式

## 第十四章中国主题公园的前景趋势分析

- 14.1中国主题公园未来增长驱动因素
  - 14.1.1经济持续增长
  - 14.1.2人均收入增加
  - 14.1.3城镇化率攀升
  - 14.1.4政府支持
  - 14.1.5基建改善
- 14.2中国主题公园的前景展望
  - 14.2.1中国主题公园市场发展潜力巨大
  - 14.2.2中国主题公园市场未来规模预测
  - 14.2.3中国主题公园发展将迎来“黄金时代”;
  - 14.2.4中国主题公园持续发展的积极因素
  - 14.2.52023-2029年中国主题公园行业预测分析
- 14.3中国主题公园的发展趋势
  - 14.3.1发展趋势预测
  - 14.3.2未来发展格局

14.3.3行业走势分析

14.3.4战略趋势分析

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0901/202307/25-536570.html>