

## 2026-2031年中国主题公园市场专项调研及投资战略研究报告

### 报告简介

主题公园是一种以游乐为目标的模拟景观的呈现，它的最大特点就是赋予游乐形式以某种主题，围绕一个或几个主题创造一系列有特别的环境和气氛的项目吸引游客。园内所有的建筑色彩、造型、植被、游乐项目等都为主题服务，共同构成游客容易辨认的特质和游园的线索。全国主题公园游客接待量预测(单位：亿)全国主题公园游客接待量增长率预测(单位：%)。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。我们对主题公园行业进行了长期追踪，结合我们对主题公园相关企业的调查研究，对我国主题公园行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了主题公园行业的前景与风险。报告揭示了主题公园市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

### 报告目录

#### 第一章中国主题公园行业发展综述 15

##### 1.1 主题公园行业定义 15

###### 1.1.1 主题公园定义 15

###### 1.1.2 主题公园分类 15

###### 1.1.3 主题公园特征 19

##### 1.2 主题公园行业发展环境分析 21

### 1.2.1 主题公园行业政策环境分析 21

(1)行业管理体制 21

(2)行业相关政策 21

### 1.2.2 主题公园行业消费环境分析 22

(1)居民收入水平分析 22

(2)居民消费性支出分析 24

(3)居民旅游消费分析 25

1)居民出游率变化 25

2)居民人均旅游消费情况 25

3)居民出游目的分析 26

### 1.2.3 主题公园行业社会环境分析 27

(1)法定节假日和带薪假期实施 27

(2)人口年龄结构 28

(3)社会结构 29

(4)城市化进程 30

### 1.2.4 主题公园行业交通环境分析 32

(1)铁路建设情况 32

(2)公路建设情况 32

(3)机场建设情况 33

## 1.3 主题公园行业设计分析 33

### 1.3.1 主题公园行业规划设计 33

(1)设计目标 33

(2)设计主体 34

(3)设计技能 35

1.3.2 中国主题公园行业设计步骤 36

(1)探询市场化商业运作模式 37

(2)设计全新的游憩方式 38

(3)树立整合营销传播理念 38

(4)加快经营管理人才的培养 38

(5)实现多元化的盈利模式 39

1.3.3 主题公园行业成功开发要素 39

(1)准确的主题定位 39

(2)恰当的园址选择 40

(3)独特的主题创意 41

(4)主题文化内涵 42

(5)灵活的营销策略 43

深度的主题产品开发 44

## **第二章 国内外主题公园行业发展状况分析 45**

2.1 国际主题公园行业发展分析 45

2.1.1 国际主题公园行业发展情况 45

2.1.2 国际典型主题公园分析 45

(1)迪斯尼乐园发展简介 45

(2)迪斯尼乐园盈利方式 45

(3)迪斯尼乐园营销管理 46

(4)迪斯尼乐园园区设计 47

(5)迪斯尼乐园全球布局 48

迪斯尼乐园发展动态 50

迪斯尼乐园兴盛原因 50

2.1.3 国际主题公园行业发展经验探讨 51

(1)国际主题公园行业发展经验借鉴 51

(2)国际主题公园发展对中国的启示 52

2.2 中国主题公园行业发展分析 53

2.2.1 旅游行业发展分析 53

(1)旅游人数分析 53

(2)旅游收入规模分析 54

(3)旅游行业发展前景分析 55

(4)旅游行业对本行业的影响 56

2.2.2 主题公园行业发展分析 56

(1)主题公园行业发展阶段分析 56

(2)中国主题公园行业特性分析 57

(3)主题公园行业发展现状分析 58

(4)主题公园行业影响因素分析 59

2.3 中国主题公园行业经营分析 61

2.3.1 主题公园数量规模分析 61

2.3.2 主题公园价格情况分析 61

(1)主题公园价格形成机制 61

(2)主题公园价格现状分析 61

(3)主题公园价格趋向预测 62

2.3.3 主题公园收入规模分析 62

2.3.4 主题公园效益情况分析 62

(1)主题公园经济效益分析 62

(2)主题公园社会效益分析 63

2.4 中国主题公园行业竞争分析 64

2.4.1 主题公园竞争焦点分析 64

(1)空间竞争 64

(2)市场体系 64

(3)主导品牌 64

(4)文化内涵 65

(5)生命周期 65

2.4.2 主题公园竞争因素分析 65

2.4.3 主题公园竞争对策分析 67

(1)培育核心能力 67

(2)开展文化经营 67

(3)提升品牌形象 68

(4)推进营销创新 68

(5)实施战略管理 69

2.4.4 中国主题公园核心竞争力分析 69

(1)主题公园评价指标体系 70

(2)部分主题公园比较分析 71

(3)主题公园核心竞争力 74

2.5 中国主题公园行业重游率分析 75

2.5.1 主题公园重游调查分析 75

2.5.2 主题公园重游率情况分析 79

2.5.3 主题公园重游率低的原因 80

2.5.4 提高主题公园重游率建议 81

2.6 中国主题公园行业存在问题及发展建议 82

2.6.1 主题公园行业存在问题分析 82

2.6.2 主题公园行业发展建议 83

**第三章 中国文化类主题公园运营和典型案例分析 85**

3.1 文化类主题公园发展分析 85

3.1.1 文化类主题公园发展现状 85

3.1.2 文化类主题公园分布情况 85

3.1.3 文化类主题公园发展前景 86

3.2 文化类主题公园特色分析 86

3.2.1 文化类主题公园设计要素 86

3.2.2 文化类主题公园开发形式 87

3.2.3 文化类主题公园特色分析 88

3.2.4 文化类主题公园消费群体 89

3.3 文化类主题公园经营分析 89

3.3.1 文化类主题公园经营情况 89

3.3.2 文化类主题公园收费对比 91

3.4 典型文化类主题公园分析 91

3.4.1 中国民俗文化村分析 91

(1)公园简要介绍 91

(2)公园主题特色 92

(3)公园投资规模 92

(4)公园面积规模 92

(5)公园游客规模 93

公园收费情况 93

公园交通条件 94

(8)公园成功因素 94

3.4.2 杭州宋城分析 95

(1)公园简要介绍 95

(2)公园主题特色 95

(3)公园投资规模 95

(4)公园游客规模 96

(5)公园收费情况 96

公园交通条件 96

公园成功因素 96

**第四章 中国游乐类主题公园运营和典型案例分析 99**

4.1 游乐类主题公园发展分析 99

4.1.1 游乐类主题公园发展现状 99

4.1.2 游乐类主题公园分布情况 99

4.1.3 游乐类主题公园发展前景 99

4.2 游乐类主题公园特色分析 100

4.2.1 游乐类主题公园设计要素 100

4.2.2 游乐类主题公园特色分析 100

4.2.3 游乐类主题公园消费群体 101

4.2.4 游乐类主题公园重游分析 101

4.3 游乐类主题公园经营分析 102

4.3.1 游乐类主题公园经营情况 102

4.3.2 游乐类主题公园收费对比 103

4.4 典型游乐类主题公园分析 104

4.4.1 欢乐谷分析 104

(1)公园简要介绍 104

(2)公园主题特色 105

(3)公园投资规模 106

(4)公园面积规模 107

(5)公园游客规模 107

公园重游率 108

公园收费情况 108

(8)公园交通条件 111

(9)公园成功因素 112

4.4.2 芜湖方特欢乐世界分析 114

(1)公园简要介绍 114

(2)公园主题特色 114

(3)公园投资规模 114

(4)公园面积规模 114

(5)公园游客规模 115

公园收费情况 115

公园交通条件 115

(8)公园成功因素 116

## **第五章 中国观光类主题公园运营和典型案例分析 117**

5.1 观光类主题公园发展分析 117

5.1.1 观光类主题公园发展现状 117

5.1.2 观光类主题公园分布情况 117

5.1.3 观光类主题公园发展前景 117

5.2 观光类主题公园特色分析 118

5.2.1 观光类主题公园设计要素 118

5.2.2 观光类主题公园特色分析 119

5.2.3 观光类主题公园消费群体 119

5.3 观光类主题公园经营分析 119

5.3.1 观光类主题公园经营情况 119

5.3.2 观光类主题公园收费对比 120

5.4 典型观光类主题公园分析 121

5.4.1 东部华侨城分析 121

(1)公园简要介绍 121

(2)公园主题特色 121

(3)公园投资规模 122

(4)公园面积规模 122

(5)公园游客规模 122

公园收费情况 122

公园交通条件 123

(8)公园成功因素 123

5.4.2 世界之窗分析 123

(1)公园简要介绍 123

(2)公园主题特色 123

(3)公园投资规模 124

(4)公园面积规模 124

(5)公园游客规模 124

公园收费情况 125

公园交通条件 125

(8)公园成功因素 125

**第六章 中国情景模拟类主题公园运营和典型案例分析 127**

6.1 情景模拟类主题公园发展分析 127

6.1.1 情景模拟类主题公园发展现状 127

6.1.2 情景模拟类主题公园分布情况 127

6.1.3 情景模拟类主题公园存在问题 128

6.1.4 情景模拟类主题公园发展前景 128

6.2 情景模拟类主题公园特色分析 129

6.2.1 情景模拟类主题公园设计要素 129

6.2.2 情景模拟类主题公园特色分析 130

6.2.3 情景模拟类主题公园消费群体 131

6.3 情景模拟类主题公园经营分析 131

6.3.1 情景模拟类主题公园经营情况 131

6.3.2 情景模拟类主题公园收费对比 133

6.4 典型情景模拟类主题公园分析 133

6.4.1 横店影视城分析 133

(1)公园简要介绍 133

(2)公园主题特色 134

(3)公园投资规模 134

(4)公园面积规模 134

(5)公园游客规模 135

公园收费情况 135

公园交通条件 136

(8)公园成功因素 136

6.4.2 中视传媒无锡影视基地分析 137

(1)公园简要介绍 137

(2)公园主题特色 137

(3)公园面积规模 138

(4)公园游客规模 138

(5)公园收费情况 138

公园交通条件 138

公园成功因素 138

## **第七章 中国主题公园行业重点区域发展分析 140**

7.1 中国主题公园行业区域分布 140

7.2 北京主题公园行业发展分析 140

7.2.1 北京旅游行业发展情况分析 140

(1)北京旅游收入与结构 140

(2)北京游客旅游消费情况 141

(3)北京旅游业发展前景 142

7.2.2 北京主题公园行业客源分析 142

7.2.3 北京主题公园行业发展现状 143

7.2.4 北京主题公园行业竞争分析 144

7.2.5 北京主题公园行业发展规划 144

7.3 上海主题公园行业发展分析 145

7.3.1 上海旅游行业发展情况分析 145

(1)上海旅游收入与结构 145

(2)上海游客旅游消费情况 145

(3)上海旅游业发展前景 146

7.3.2 上海主题公园行业客源分析 147

7.3.3 上海主题公园行业发展现状 149

7.3.4 上海主题公园行业竞争分析 150

7.3.5 上海主题公园行业发展规划 150

7.4 广州主题公园行业发展分析 152

7.4.1 广州旅游行业发展情况分析 152

7.4.2 广州主题公园行业客源分析 152

7.4.3 广州主题公园行业发展现状 154

7.4.4 广州主题公园行业竞争分析 154

7.4.5 广州主题公园行业发展规划 156

7.5 深圳主题公园行业发展分析 156

7.6 江苏主题公园行业发展分析 159

7.7 浙江主题公园行业发展分析 165

7.8 湖南主题公园行业发展分析 169

7.9 湖北主题公园行业发展分析 174

7.10 江西主题公园行业发展分析 180

7.11 河南主题公园行业发展分析 185

7.12 四川主题公园行业发展分析 190

7.13 云南主题公园行业发展分析 194

7.14 山东主题公园行业发展分析 198

7.15 辽宁主题公园行业发展分析 202

**第八章 中国主题公园行业成功运营模式分析 208**

8.1 中国主题公园行业运营模式分析 208

8.1.1 主题公园经营模式分析 208

(1)华侨城模式 208

(2)吴文化园模式 208

(3)第三极模式 208

8.1.2 主题公园盈利模式分析 209

(1)盈利方式 209

(2)经营增长盈利模式 210

(3)物业增值盈利模式 211

(4)品牌延伸盈利模式 212

(5)客源共享盈利模式 212

主题公园产业化发展&盈利模式 213

8.2 中国主题公园行业营销分析 213

8.2.1 主题公园行业营销模式 213

(1)有效的主题定位 213

(2)激活市场的产品策略 214

(3)灵活多变的价格策略 215

(4)推拉结合的促销策略 216

(5)双管齐下的渠道策略 217

8.2.2 主题公园营销方式分析 217

8.2.3 主题公园行业营销策略 219

(1)直复营销 219

(2)内部营销 220

(3)品牌营销 220

(4)合作营销 221

(5)网络营销 221

体验营销 222

事件营销 222

(8)整合营销 222

8.3 中国主题公园运营建议 223

8.3.1 主题公园运营存在的问题及解决思路分析 223

8.3.2 主题公园行业运营管理建议 224

8.4 中国主题公园行业运营战略 227

8.4.1 主题公园六力互动模型分析 227

8.4.2 竞争格局下主题公园经营战略 228

(1)差异化经营战略 228

(2)空间集聚战略 229

(3)战略联盟 229

## **第九章 中国主题公园行业领先个案经营分析 231**

9.1 中国主题公园行业企业总体发展状况 231

9.2 中国主题公园行业领先企业经营分析 232

9.2.1 北京奥林匹克公园经营情况分析 232

(1)公园发展简况分析 232

(2)公园主题特色分析 233

(3)公园发展规模分析 234

(4)公园收费情况分析 235

(5)公园交通条件分析 235

公园经营优劣势分析 235

公园最新发展动向分析 236

9.2.2 北京世界公园经营情况分析 236

9.2.3 北京海洋馆经营情况分析 238

9.2.4 上海锦江乐园经营情况分析 240

9.2.5 上海影视乐园经营情况分析 241

## **第十章 中国主题公园行业投资与前景分析 315**

10.1 中国主题公园行业投资特性分析 315

10.1.1 主题公园行业进入壁垒分析 315

10.1.2 主题公园行业投资风险分析 315

10.1.3 主题公园行业发展有利及不利因素分析 317

(1)有利因素 317

(2)不利因素 318

10.2 中国主题公园行业投资热点分析 319

10.2.1 主题公园主流投资模式分析 319

(1)公园+地产 319

(2)公园+演艺 319

(3)公园+科技 320

10.2.2 主题公园投资热深层原因分析 320

10.2.3 各省市主题公园投资动向分析 324

10.3 投资建议 326

10.3.1 主题公园行业发展趋势分析 326

10.3.2 主题公园行业发展前景分析 327

(1)主题公园消费需求前景 327

(2)主题公园发展前景分析 327

10.3.3 主题公园投资前景分析 329

10.3.4 主题公园行业投资建议 330

**图表目录：**

图表：主题公园按照主题公园的规模大小、项目特征和服务半径的分类 15

图表：上述五类主题公园对比分析 16

图表：上述五类主题公园定位分析 16

图表：主题公园按照主题的性质进行分类 17

图表：主题公园按照主题和体验的内容不同进行分类 18

图表：主题公园按照投资主体和运作目的不同进行分类 19

图表：主题公园的特征 19

图表：主题公园相关政策分析 21

图表：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 22

图表：2021-2026年城镇居民人均总收入变化情况图(单位:元) 23

图表：2021-2026年农村居民人均纯收入增长趋势图(单位:元) 23

图表：2021-2026年中国人均消费性支出情况(单位:元，%) 24

图表：2021-2026年中国人均消费性支出结构(单位:%) 25

图表：最近九年中国城镇和农村居民出游率变化趋势图(单位:次/年) 25

图表：最近十三年中国城镇居民人均旅游消费变化趋势图(单位:元) 26

图表：最近十三年中国农村居民人均旅游消费变化趋势图(单位:元) 26

图表：城镇居民出游目的分析比例图(单位:%) 27

图表：农村居民出游目的分析比例图(单位:%) 27

图表：中国2021-2026年法定节假日安排一览表 28

图表：2021-2026年中国人口年龄结构表(单位:万人，%) 28

图表：2021-2026年中国人口年龄结构图(单位:%) 28

图表：2021-2026年中国人口年龄结构变化趋势(单位:%) 29

图表：中国目前金字塔型社会结构具体表现概览 29

图表：最近十二年中国城镇化率走势图(单位:%) 31

图表：2021-2026年中国铁路旅客发送量(单位:万人，%) 32

图表：2021-2026年中国民航旅客运输量(单位:万人，%) 33

图表：主题公园设计目标分析 33

图表：主题公园设计主体的选择、确定上应避免的现象分析 34

图表：主题公园设计技能分析 35

图表：主题公园市场化商业运作模式分析 37

图表：主题公园盈利模式分析 39

图表：主题公园准确的主题定位分析 39

图表：主题公园选址的影响因素分析 40

图表：主题公园独特的主题创意分析 41

图表：主题公园发展商改变营销策略途经分析 43

图表：迪斯尼乐园收入来源分布(单位:%) 45

图表：迪斯尼乐园全球布局分析 48

图表：迪斯尼乐园兴盛原因分析 50

图表：国际主题公园行业发展经验借鉴 51

图表：最近五年中国国内旅游人数增长趋势图(单位:亿人次) 53

图表：最近五年中国入境旅游接待人数增长趋势图(单位:万人次) 54

图表：最近五年中国国内旅游收入增长趋势图(单位:亿元) 54

图表：最近五年中国入境旅游外汇收入增长趋势图(单位:亿美元) 55

图表：中国主题公园行业发展阶段 56

图表：中国主题公园行业特性分析 57

图表：中国主题公园行业发展影响因素分析 59

图表：主题公园社会效益分析 63

图表：主题公园竞争因素分析 66

图表：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) 70

图表：基础性指标和核心指标均有欠缺的主题公园分析 71

图表：基础性指标具备但核心指标欠缺的主题公园分析 72

图表：基础性指标与核心指标均具备的主题公园分析 73

图表：主题公园核心竞争力分析 75

图表：主题公园重游者性别构成情况(单位:%) 75

图表：主题公园重游者年龄构成情况(单位:%) 76

图表：主题公园重游者年收入构成情况(单位:%) 77

图表：主题公园重游者职业构成情况(单位:%) 77

图表：主题公园重游者重游次数构成情况(单位:%) 78

图表：主题公园重游者花费构成情况(单位:%) 79

图表：主题公园重游者消费内容构成情况(单位:%) 79

图表：主题公园重游率情况分析 79

图表：主题公园重游率低的原因分析 80

图表：提高主题公园重游率建议 81

图表：主题公园行业存在问题分析 82

图表：主题公园行业发展建议分析 83

图表：文化类主题公园设计要素分析 86

图表：文化类主题公园开发形式分析 87

图表：文化类主题公园双重属性分析 88

图表：文化类主题公园消费群体特征分析 89

图表：2021-2026年宋城景区主营业务收入变化情况(单位:万元) 90

图表：中国民俗文化村门票价格统计表(单位:元/人，元/张) 93

图表：中国民俗文化村表演收费统计表(单位:元/人) 94

图表：游乐类主题公园消费群体特征分析 101

图表：中国主要游乐类主题公园门票(通票)价格统计对比分析图(单位:元/人) 103

图表：各地欢乐谷基本情况介绍 104

图表：各地欢乐谷主题特色介绍 105

图表：各地欢乐谷投资规模介绍 106

图表：各地欢乐谷面积规模介绍 107

图表：各地欢乐谷游客规模介绍 107

图表：深圳欢乐谷门票价格一览表(单位:元/人) 108

图表：深圳欢乐谷年卡价格一览表(单位:元/张) 109

- 图表：深圳欢乐谷服务设施收费一览表(单位:元/人) 109
- 图表：北京欢乐谷门票价格一览表(单位:元/人) 109
- 图表：成都欢乐谷门票价格一览表(单位:元/张) 110
- 图表：武汉欢乐谷门票价格一览表(单位:元/张) 111
- 图表：武汉欢乐谷门票价格一览表(单位:元/张) 111
- 图表：各地欢乐谷交通条件介绍 111
- 图表：欢乐谷品牌建设介绍 113
- 图表：芜湖方特欢乐世界收费情况分析(单位:元/人) 115
- 图表：观光类主题公园设计要素分析 118
- 图表：东部华侨城主题特色分析 121
- 图表：世界之窗主题特色分析 123
- 图表：情景模拟类主题公园存在问题分析 128
- 图表：情景模拟类主题公园发展前景分析 128
- 图表：情景模拟类主题公园设计要素分析 129
- 图表：中国主要影视城特色分析表 130
- 图表：情景模拟类主题公园盈亏情况图(单位:%) 132
- 图表：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) 133
- 图表：横店影视城收费情况分析 135
- 图表：横店影视城成功因素分析 136
- 图表：中视传媒无锡影视基地特色分析 137
- 图表：中视传媒无锡影视基地成功因素分析 139
- 图表：2021-2026年北京旅游收入结构对比分析图(单位:%) 140

图表：2021-2026年北京旅游人数及收入(单位:万人次，亿元，亿美元，%) 141

图表：2021-2026年北京市游客结构对比分析图(单位:%) 143

图表：最近三年北京市接待入境旅游人数统计表(单位:万人次，%) 143

图表：最近两年上海市旅游收入结构对比分析图(单位:%) 145

图表：2021-2026年上海市接待入境旅游者人数统计表(单位:人次，%) 148

图表：2021-2026年上海市接待过夜入境旅游者人数(按主要客源国分)统计表

图表：上海市旅游业一圈、四区、三带、一岛发展格局 151

图表：广州旅游收入结构对比分析图(单位:%) 152

图表：广州市旅游接待情况统计表(单位:万人次，万人天，万元，万美元，%) 152

图表：最近两年广州市游客结构对比分析图(单位:%) 153

图表：近年来广州关闭(或拍卖)的主题公园名录(单位:公顷) 155

图表：广州建成及夭折的主题公园名录(单位:亿元，公顷) 155

图表：深圳市旅游接待情况统计表(单位:万人，亿美元，%) 157

图表：最近两年深圳市游客结构对比分析图(单位:%) 157

图表：2021-2026年江苏省旅游收入变化情况(单位:亿元) 159

图表：最近两年江苏省旅游收入结构对比分析图(单位:%) 160

**把握投资 决策经营！**

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : [kf@51baogao.cn](mailto:kf@51baogao.cn)

报告编号：8951

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170106/8951.shtml>

在线订购：[点击这里](#)