2026-2031年中国主题公园行业全景调研与发展战略研究预测报告

报告简介

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。

全球十大主题公园集团继2018年游客量突破5亿人次后，2019年再上新台阶，游客量增至5.21亿人次，同比增至4%。与2018年相比，2019年十大主题公园巨头排名变化不大，最大的变化是华侨城超越环球影城排名第三。此外，华强方特、华侨城和长隆游客量增速分别为19.4%、9.4%和8.9%，其游客量总和超过1.4亿人次，占TOP10总游客量的27%。相比之下，其他地区游客量增速最快的雪松会娱乐2019年增长8%。

2018年，《关于规范主题公园建设发展的指导意见》出台，对国内主题公园建设进行规范。虽然这些变化放慢了新主题公园项目建设的速度，但这对于中国主题公园的发展是有利的，未来主题公园将出现新的、更好的发展模式。与此同时，国内现有主题公园仍表现良好。

2019年主题公园投融资事件31起，已披露的投融资总金额为377.52亿元。从投资特点来看，一二线城市仍是布局重点;同时“主题公园+产业”模式开始兴起。此外，在2019年以亲子为核心客群的中小体量主题公园成为投资方关注重点。从发展趋势来看，主题公园领域竞争将更加激烈，连锁化将成为趋势。在打法上，一站式目的地将成为未来重要发展方向。

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。

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、国家发改委、国家工信部、中国畜牧业协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国甲醇及各相关行业的发展状况、市场供需形势、发展趋势等进行了分析，并重点分析了我国甲醇行业发展状况和特点，以及中国甲醇行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对甲醇行业进行了趋向研判，是甲醇企业，科研、投资机构等单位准确了解目前甲醇发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 中国主题公园行业发展综述 1

第一节 主题公园行业定义 1

一、主题公园定义 1

二、主题公园分类 1

三、主题公园特征 2

1、主题的独特性 2

2、特色的大众化 2

3、效益的广泛性 3

4、参与的体验性 3

5、经营的要求高 4

第二节 主题公园行业发展环境分析 4

一、主题公园行业政策环境分析 4

1、行业管理体制 4

2、行业相关政策 5

二、主题公园行业经济环境分析 5

1、宏观经济环境分析 5

(1)2021-2026年经济增速与持平 5

(2)工业结构继续优化 7

(3)农业经济形势稳中有进 8

(4)固定资产投资增速有所回落 8

(5)消费品市场稳定增长 10

居民消费价格温和上涨，工业品价格同比降幅收窄 11

进出口降幅收窄，一般贸易比重上升 12

(8)居民收入稳定增长，农民工收入继续增加 13

(9)货币信贷平稳增长 14

(10)国家外汇储备余额显著下降 15

2、城市化进程分析 15

三、主题公园行业消费环境分析 16

四、主题公园行业社会环境分析 18

五、主题公园行业交通环境分析 19

第三节 主题公园行业设计分析 21

一、主题公园行业规划设计 21

1、设计目标 21

2、设计主体 22

3、设计技能 23

二、中国主题公园行业设计步骤 25

1、探询市场化商业运作模式 25

2、设计全新的游憩方式 26

3、树立整合营销传播理念 26

4、加快经营管理人才的培养 27

5、实现多元化的盈利模式 27

三、主题公园行业成功开发要素 28

1、准确的主题定位 28

2、恰当的园址选择 29

3、独特的主题创意 30

4、主题文化内涵 31

5、灵活的营销策略 32

第二部分 行业深度分析

第二章 中国主题公园行业发展状况分析 35

第一节 主题公园行业发展历程分析 35

1、主题公园的缘起与发展 35

2、主题公园的类型 35

3、主题公园的一般特点 36

4、影响主题公园布局的地理因素 37

二、主题公园政策发展大事记 38

第二节 主题公园行业发展现状分析 38

一、我国主题公园发展数量分析 38

二、我国主题公园数量区域分布 38

三、我国主题公园类型结构分析 39

四、我国主题公园投资金额分布 40

第三节 主题公园发展影响因素分析 40

一、主题公园发展的自然条件分析 40

1、主题公园的区位选址条件 40

2、主题公园自然依赖度分析 41

二、主题公园发展的经济条件分析 41

1、主题公园与第三产业的相关性 41

2、主题公园与科技实力的相关性 41

3、主题公园与交通条件的相关性 42

第四节 主题公园行业经营情况分析 42

一、我国主题公园行业经营效益分析 42

二、我国主题公园行业盈利模式分析 44

1、主要盈利来源分析 44

2、经营增长盈利模式 44

3、物业增值盈利模式 45

4、品牌延伸盈利模式 45

5、客源共享盈利模式 45

6、“主题公园产业化发展”盈利模式 45

第五节 主题公园行业竞争分析 45

一、主题公园行业竞争焦点分析 45

1、主题公园区域性竞争 45

2、主题公园的竞争范围 46

3、主题公园的主导品牌 46

4、主题公园的文化内涵 47

5、主题公园的生命周期 47

二、主题公园行业竞争因素分析 47

三、主题公园行业竞争对策分析 49

1、培育核心能力 49

2、开展文化经营 49

3、提升品牌形象 50

4、推进营销创新 50

5、实施战略管理 51

四、中国主题公园核心竞争力分析 51

1、主题公园评价指标体系 51

2、典型主题公园比较分析 52

3、主题公园核心竞争力 55

第六节 主题公园行业重游率分析 56

一、主题公园重游调查分析 56

二、主题公园重游率低的原因 56

三、提高主题公园重游率建议 58

第三章 我国主题公园行业整体运行指标分析 60

第一节 我国主题公园行业总体规模分析 60

一、全国主题公园总数 60

二、新建主题公园规模 60

第二节 我国主题公园行业指标总体分析 61

一、行业盈利能力分析 61

二、行业偿债能力分析 61

三、行业营运能力分析 62

四、行业发展能力分析 62

第三部分 市场全景调研

第四章 2021-2026年我国主题公园细分市场运营分析 63

第一节 中国文化类主题公园运营分析 63

一、文化类主题公园发展分析 63

1、文化类主题公园发展现状 63

2、文化类主题公园分布情况 63

3、文化类主题公园发展前景 63

二、文化类主题公园特色分析 64

1、文化类主题公园设计要素 64

2、文化类主题公园开发形式 64

3、文化类主题公园特色分析 65

4、文化类主题公园消费群体 66

三、文化类主题公园经营分析 67

1、文化类主题公园经营情况 67

2、文化类主题公园收费对比 67

第二节 中国游乐类主题公园运营分析 68

一、游乐类主题公园发展分析 68

1、游乐类主题公园发展现状 68

2、游乐类主题公园分布情况 68

3、游乐类主题公园发展前景 68

二、游乐类主题公园特色分析 68

1、游乐类主题公园设计要素 68

2、游乐类主题公园特色分析 69

3、游乐类主题公园消费群体 69

4、游乐类主题公园重游分析 69

三、游乐类主题公园经营分析 69

1、游乐类主题公园经营情况 69

2、游乐类主题公园收费对比 70

第三节 中国观光类主题公园运营分析 70

一、观光类主题公园发展分析 70

1、观光类主题公园发展现状 70

2、观光类主题公园分布情况 70

3、观光类主题公园发展前景 70

二、观光类主题公园特色分析 71

1、观光类主题公园设计要素 71

2、观光类主题公园特色分析 71

3、观光类主题公园消费群体 71

三、观光类主题公园经营分析 71

1、观光类主题公园经营情况 71

2、观光类主题公园收费对比 71

第四节 中国情景模拟类主题公园运营分析 72

一、情景模拟类主题公园发展分析 72

1、情景模拟类主题公园发展现状 72

2、情景模拟类主题公园分布情况 76

3、情景模拟类主题公园存在问题 76

4、情景模拟类主题公园发展前景 78

二、情景模拟类主题公园特色分析 78

1、情景模拟类主题公园设计要素 78

2、情景模拟类主题公园特色分析 79

3、情景模拟类主题公园消费群体 79

三、情景模拟类主题公园经营分析 81

1、情景模拟类主题公园经营情况 81

2、情景模拟类主题公园收费对比 81

第五章 中国主题公园行业经营战略与营销模式分析 83

第一节 国内外主题公园经营战略比较分析 83

一、主题公园集团化经营战略比较 83

二、主题公园国际化经营战略比较 84

三、主题公园品牌化经营战略比较 84

四、主题公园连锁化经营战略比较 85

五、主题公园集群化经营战略比较 86

六、主题公园多元化经营战略比较 86

七、主题公园差异化经营战略比较 87

八、主题公园虚拟化经营战略比较 87

第二节 主题公园行业连锁扩张战略分析 88

一、主题公园行业连锁扩张并购模式 88

二、主题公园行业连锁扩张内容为王 89

三、主题公园行业连锁扩张产业链模式 90

四、主题公园行业连锁扩张跨界模式 92

五、主题公园行业连锁扩张品牌化模式 92

六、华强集团方特主题公园的扩张启示 93

第三节 主题公园行业主要开发模式分析 94

一、大型集团公司复合化片区开发模式 94

二、地方政府和旅游企业主导开发模式 95

第四部分 竞争格局分析

第六章 中国主题公园行业重点区域发展分析 96

第一节 中国主题公园行业区域分布 96

第二节 北京主题公园行业发展分析 97

一、北京旅游行业发展情况分析 97

1、全市旅游业综合情况 97

2、入境旅游依然负增长，但降幅收窄 97

3、国内旅游市场稳定增长 98

4、出境旅游保持高速增长 98

5、主要旅游行业经营情况 98

6、各区县旅游业综合情况 100

二、北京主题公园行业客源分析 100

三、北京主题公园行业发展现状 102

四、北京主题公园行业竞争分析 103

1、北京环球主题公园 103

2、北京欢乐谷 104

3、石景山游乐园 105

4、八达岭野生动物园 107

5、世界公园 108

6、东方普罗旺斯薰衣草庄园 108

五、北京主题公园行业发展规划 109

第三节 上海主题公园行业发展分析 110

一、上海旅游行业发展情况分析 110

二、上海主题公园行业客源分析 110

三、上海主题公园行业发展现状 111

四、上海主题公园行业竞争分析 112

五、上海主题公园行业发展规划 112

第四节 广州主题公园行业发展分析 113

一、广州旅游行业发展情况分析 113

二、广州主题公园行业客源分析 113

三、广州主题公园行业发展现状 114

四、广州主题公园行业竞争分析 114

五、广州主题公园行业发展规划 114

第五节 深圳主题公园行业发展分析 115

一、深圳旅游行业发展情况分析 115

二、深圳主题公园行业客源分析 115

三、深圳主题公园行业发展现状 116

四、深圳主题公园行业竞争分析 116

1、世界之窗 116

2、东部华侨城 117

3、欢乐谷 118

4、深圳海洋世界 118

五、深圳主题公园行业发展规划 118

第六节 江苏主题公园行业发展分析 119

一、江苏旅游行业发展情况分析 119

二、江苏主题公园行业客源分析 120

三、江苏主题公园行业发展现状 120

四、江苏主题公园行业竞争分析 121

五、江苏主题公园行业发展规划 121

第七节 浙江主题公园行业发展分析 121

一、浙江旅游行业发展情况分析 121

1、接待和收入 121

2、主要客源市场情况 122

3、各市入境旅游情况 122

二、浙江主题公园行业客源分析 123

三、浙江主题公园行业发展现状 123

四、浙江主题公园行业竞争分析 123

1、杭州乐园 123

2、烂苹果乐园 124

3、杭州浪浪浪水世界 124

4、凤凰山海港乐园 124

五、浙江主题公园行业发展规划 125

1、主题选择突出特色 125

2、盈利模式多元化 126

3、主题公园集团化 126

4、人才培养和队伍建设 126

5、创新是主题公园发展的永恒的主题 126

第八节 湖南主题公园行业发展分析 127

一、湖南旅游行业发展情况分析 127

二、湖南主题公园行业客源分析 127

三、湖南主题公园行业发展现状 128

四、湖南主题公园行业竞争分析 128

五、湖南主题公园行业发展规划 129

第九节 湖北主题公园行业发展分析 131

一、湖北旅游行业发展情况分析 131

二、湖北主题公园行业客源分析 132

三、湖北主题公园行业发展现状 132

四、湖北主题公园行业竞争分析 132

1、武汉欢乐谷 132

2、世茂嘉年华 133

3、武汉海昌极地海洋世界 133

五、湖北主题公园行业发展规划 133

第十节 江西主题公园行业发展分析 135

一、江西旅游行业发展情况分析 135

二、江西主题公园行业客源分析 136

三、江西主题公园行业发展现状 136

四、江西主题公园行业竞争分析 137

五、江西主题公园行业发展规划 137

第十一节 河南主题公园行业发展分析 139

一、河南旅游行业发展情况分析 139

二、河南主题公园行业客源分析 139

三、河南主题公园行业发展现状 139

四、河南主题公园行业竞争分析 141

五、河南主题公园行业发展规划 142

第十二节 四川主题公园行业发展分析 143

一、四川旅游行业发展情况分析 143

二、四川主题公园行业客源分析 144

三、四川主题公园行业发展现状 146

四、四川主题公园行业竞争分析 146

1、成都海洋馆 146

2、国色天香 147

3、梦幻岛 147

4、极地海洋世界 148

五、四川主题公园行业发展规划 149

第十三节 云南主题公园行业发展分析 150

一、云南旅游行业发展情况分析 150

二、云南主题公园行业客源分析 151

三、云南主题公园行业发展现状 152

四、云南主题公园行业竞争分析 154

五、云南主题公园行业发展规划 154

第十四节 山东主题公园行业发展分析 155

一、山东旅游行业发展情况分析 155

二、山东主题公园行业客源分析 156

三、山东主题公园行业发展现状 157

四、山东主题公园行业竞争分析 158

五、山东主题公园行业发展规划 158

第十五节 辽宁主题公园行业发展分析 159

一、辽宁旅游行业发展情况分析 159

二、辽宁主题公园行业客源分析 160

三、辽宁主题公园行业发展现状 161

四、辽宁主题公园行业竞争分析 161

1、方特欢乐世界 161

2、抚顺皇家极地海洋世界 162

3、热高乐园 162

4、大连发现王国主题公园 163

五、辽宁主题公园行业发展规划 163

第七章 2026-2031年主题公园行业发展及竞争形势 165

第一节 中国主题公园行业发展分析 165

一、旅游行业发展分析 165

1、旅游人数分析 165

2、旅游收入规模分析 165

3、旅游行业发展前景分析 166

4、旅游行业对本行业的影响 166

二、主题公园行业发展分析 167

1、主题公园行业发展阶段分析 167

2、中国主题公园行业特性分析 168

3、主题公园行业发展现状分析 169

4、主题公园行业影响因素分析 171

第二节 中国主题公园行业经营分析 171

一、主题公园数量规模分析 171

二、主题公园价格情况分析 172

1、主题公园价格形成机制 172

2、主题公园价格现状分析 172

3、主题公园价格趋向预测 172

三、主题公园收入规模分析 173

四、主题公园效益情况分析 174

1、主题公园经济效益分析 174

2、主题公园社会效益分析 174

第三节 中国主题公园行业竞争分析 175

一、主题公园竞争焦点分析 175

1、空间竞争 175

2、市场体系 176

3、主导品牌 176

4、文化内涵 177

5、生命周期 177

二、主题公园竞争因素分析 177

1、主题因素分析 177

2、品牌因素分析 179

2、品牌因素分析 179

3、创新因素分析 180

4、高新技术应用因素分析 181

5、选址因素分析 181

三、主题公园竞争对策分析 183

1、培育核心能力 183

2、开展文化经营 183

3、构造顾客矩阵 184

4、提升品牌形象 185

5、推进营销创新 185

6、实施战略管理 186

四、主题公园竞争现状分析 186

五、中国主题公园核心竞争力分析 187

1、主题公园评价指标体系 187

2、部分主题公园比较分析 188

3、主题公园核心竞争力 192

第四节 中国主题公园行业重游率分析 192

一、主题公园重游率情况分析 192

二、主题公园重游率低的原因 193

1、文化含量低 193

2、产品缺少创新 193

3、门票价格高 193

4、同质化问题严重 193

三、主题公园重游率提高策略 193

1、提高知名度 193

2、灵活定价 194

3、加强客源市场的针对性 194

第五节 中国主题公园行业存在问题及发展建议 194

一、对开发条件缺乏全面分析 194

二、大部分主题公园主题重复 194

三、资金实力不足影响后续发展 195

四、门票价格相对过高 195

第八章 2026-2031年主题公园领先公园经营形势分析 196

第一节 香港海洋公园 196

一、主题公园发展简介 196

二、主题公园经营情况分析 196

三、主题公园盈利模式分析 197

四、主题公园营销管理模式 197

五、主题公园园区设计模式 206

六、主题公园竞争优劣势 206

七、主题公园游客规模分析 209

八、主题公园发展动态分析 209

九、主题公园成功因素分析 210

第二节 澳门渔人码头 210

一、主题公园发展概况分析 210

二、主题公园经营指标分析 211

三、主题公园营销模式分析 213

四、主题公园区位优势分析 213

五、主题公园游客定位分析 214

六、主题公园规模设备分析 214

七、主题公园最新动态分析 217

第三节 香港迪士尼乐园 217

一、主题公园发展概述分析 217

二、主题公园主题特色分析 218

三、主体公园盈利模式分析 218

四、主题公园投资规模分析 219

五、主题公园经营情况分析 219

六、主题公园游客定位分析 220

七、主题公园辐射范围分析 220

八、主题公园游客规模分析 221

第四节 小人国主题公园 221

一、主题公园发展简介 221

二、主题公园主题特色 222

三、主题公园园区设计模式 223

四、主题公园收费情况 223

五、主题公园游客规模分析 224

六、主题公园营销模式分析 224

第五节 长影世纪城 225

一、主题公园发展概述分析 225

二、主题公园主题特色分析 226

三、主题公园优劣势分析 229

四、主题公园投资规模 232

五、主题公园区位优势分析 232

六、主题公园园区设计模式 234

七、主题公园的盈利模式 236

八、主题公园游客规模 236

九、主题公园收费情况 236

第六节 发现王国 237

一、主题公园发展简介 237

二、主题公园盈利模式 238

三、主题公园园区设计模式 239

四、主题公园发展优势分析 241

五、主题公园投资规模分析 242

六、主题公园成功因素分析 242

第七节 深圳锦绣中华民族村 243

一、主题公园发展概述分析 243

二、主题公园主题特色分析 244

三、主题公园优势分析 244

四、主题公园区位优势分析 245

五、主题公园游客规模分析 245

六、主题公园营销模式分析 245

七、主题公园成功经验分析 246

第八节 世界之窗 248

一、主题公园发展简介 248

二、主题公园经营情况 248

三、主题公园营销管理模式 248

四、主题公园园区设计模式 250

五、主题公园竞争优势 251

六、主题公园发展战略分析 252

七、主体公园游客规模分析 253

第九节 武汉欢乐谷 253

一、主题公园发展概述分析 253

二、主题公园主题特色分析 254

三、主题公园投资规模分析 255

四、主题公园经营情况分析 255

五、主题公园游客定位分析 255

六、主题公园辐射范围分析 256

七、主题公园交通条件分析 256

第十节 北京世界公园 256

一、主题公园发展简介 256

二、主题公园主题特色 257

三、主题公园投资规模 258

四、主题公园园区设计模式 258

五、主题公园竞争优势分析 259

第十一节 长隆水上乐园 259

一、主题公园发展简介 259

二、主题公园主题特色 259

三、主题公园游客定位分析 260

四、主题公园游客规模分析 261

五、主题公园区位优势分析 261

六、主题公园经营模式分析 262

七、主题公园经营优势分析 262

八、主题公园交通条件 263

九、主题公园成功因素 264

第十二节 方特欢乐世界 265

一、主题公园发展简介 265

二、主题公园商业模式分析 266

三、主题公园盈利模式分析 267

四、主题公园营销管理模式 268

五、主题公园园区设计模式 269

六、主题公园游客规模分析 269

七、主题公园成功因素分析 270

第十三节 大唐芙蓉园 272

一、主题公园发展简介 272

二、主题公园主题特色 272

三、主题公园园区设计模式 273

四、主题公园收费情况 273

五、主题公园成功因素 274

第十四节 圆明新园 276

一、主题公园发展简介 276

二、主题公园经营情况 277

三、主题公园盈利模式 278

四、主题公园游客规模 278

五、主题公园营销管理模式 279

九、主题公园收费情况分析 281

第十五节 横店影视城 282

一、主题公园发展简介 282

二、主题公园特色优势 282

三、主题公园营销管理模式 284

四、主题公园收费情况 285

五、主题公园游客规模分析 286

第十六节 清明上河园 287

一、主题公园发展简介 287

二、主题公园经营情况 287

三、主题公园营销管理模式 287

四、主题公园游客规模分析 288

五、主题公园优势分析 288

第十七节 西双版纳傣族园 291

一、主题公园发展简介 291

二、主题公园经营情况 291

三、主题公园营销管理模式 292

四、主题公园区位优势分析 293

五、主题公园开发模式分析 294

七、主题公园经营模式分析 297

第十八节 弘阳欢乐世界 298

一、主题公园发展简介 298

二、主题公园发展历程 298

三、主题公园收费情况 300

四、主题公园盈利模式 301

第十九节 中华恐龙园 301

一、主题公园发展简介 301

二、主题公园商业模式分析 302

三、主题公园营销管理模式 303

四、主题公园营销模式分析 304

五、主题公园发展优势分析 305

六、主题公园盈利模式分析 307

七、主题公园经营模式分析 308

第二十节 淹城春秋乐园 309

一、主题公园发展简介 309

二、主题公园投资规模 310

三、主题公园收费情况 310

四、主题公园交通条件 311

第二十一节 环球动漫嬉戏谷 312

一、主题公园发展简介 312

二、主题公园投资规模 312

三、主题公园游客规模 312

四、主题公园竞争优势分析 313

第二十二节 苏州乐园 313

一、主题公园发展简介 313

二、主题公园盈利模式分析 314

三、主题公园园区设计模式 314

四、主题公园营销管理模式 315

五、主题公园收费情况 319

六、主题公园交通条件 320

七、主题公园经营情况分析 320

第二十三节 花鼓灯嘉年华 320

一、主题公园发展简介 320

二、主题公园主题特色 321

三、主题公园投资规模 322

四、主题公园游客规模分析 322

第二十四节 重庆龙门阵魔幻山主题乐园 322

一、主题公园发展简介 322

二、主题公园投资规模 322

三、主题公园游客规模 323

四、主题公园收费情况 323

第二十五节 珍珠乐园 324

一、主题公园发展简介 324

二、主题公园收费情况 325

三、主题公园区位优势 325

第二十六节 金领欢乐世界 325

一、主题公园发展简介 325

二、主题公园投资规模 326

三、主题公园主题特色 326

四、主题公园营销管理模式 327

五、主题乐园最新动态 328

第二十七节 深圳东部华侨城 329

一、主题公园发展简介 329

二、主题公园投资规模 329

三、主题公园游客规模 330

四、主题公园营销管理模式 330

五、主题公园的业态分布 331

六、主题公园开发模式分析 332

第二十八节 珠海神秘岛 334

一、主题公园发展简介 334

二、主题公园投资规模 334

三、主题公园收费情况 335

四、主题公园交通条件 335

第二十九节 桂林乐满地主题乐园 336

一、主题公园发展简介 336

二、主题公园特色 337

三、主题公园收费情况 338

四、主题公园经营模式 339

第三十节 北京海洋馆 339

一、主题公园发展简介 339

二、主题公园园区设计模式 340

三、主题公园竞争优劣势 340

四、主题公园成功因素 341

第五部分 发展前景展望

第九章 2026-2031年主题公园行业前景及趋势预测 342

第一节 2026-2031年主题公园市场发展前景 342

一、2026-2031年主题公园市场发展潜力 342

二、2026-2031年主题公园市场发展前景展望 342

三、2026-2031年主题公园细分行业发展前景分析 344

1、2026-2031年主题公园题材设计前景分析 344

2、2026-2031年主题公园风格设计前景分析 345

3、2026-2031年品质规划设计前景分析 345

第二节 2026-2031年主题公园市场发展趋势预测 348

一、2026-2031年主题公园行业发展趋势 348

1、设计技术发展趋势分析 348

2、文化内涵发展趋势分析 348

3、主流概念趋势分析 349

二、2026-2031年主题公园经营规模预测 349

1、主题公园行业经营市场容量预测 349

2、主题公园行业营业收入预测 350

三、2026-2031年主题公园行业扩张趋势预测 350

四、2026-2031年细分市场发展趋势预测 351

第三节 2026-2031年中国主题公园供需预测 352

一、2026-2031年中国主题公园需求预测 352

二、2026-2031年中国主题公园区域饱和度预测 352

三、2026-2031年中国主题公园供给预测 353

四、2026-2031年中国主题公园周边供需平衡预测 354

第四节 影响公园经营的趋势 354

一、市场整合成长趋势 354

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 354

三、区域市场拓展的趋势 355

四、主题公园开发趋势及替代进展 355

1、主题公园精致化，打造更有深度主题的小型园 355

2、主题公园城镇化，打造有明显特色的主题城镇 356

3、主题公园网络化，打造有更大市场的在线主题公园 357

4、主题公园产业化，使之成为“永恒的乐园 357

第十章 2026-2031年主题公园行业投资机会与风险防范 358

第一节 中国主题公园行业投资特性分析 358

一、主题公园行业进入壁垒分析 358

二、主题公园行业投资风险分析 358

三、主题公园行业发展因素分析 359

1、有利因素 359

2、不利因素 360

第二节 中国主题公园行业投资热点分析 362

一、主题公园主流投资模式分析 362

1、公园+地产 362

2、公园+演艺 362

3、公园+科技 363

二、主题公园投资热深层原因分析 363

三、各省市主题公园投资动向分析 364

第三节 中国主题公园行业投资建议 367

一、主题公园行业发展趋势分析 367

二、主题公园行业发展前景分析 367

1、主题公园消费需求前景 367

2、主题公园发展前景分析 367

三、主题公园投资前景分析 368

四、主题公园行业投资建议 368

第四节 2026-2031年主题公园行业投资风险及防范 368

一、政策风险及防范 368

二、设计技术风险及防范 368

三、区域供求风险及防范 369

四、宏观经济波动风险及防范 369

五、关联产业风险及防范 369

六、项目结构风险及防范 370

七、其他风险及防范 370

第五节 中国主题公园行业发展建议 371

一、主题公园行业未来发展方向 371

二、主题公园行业主要投资建议 371

三、中国主题公园投资企业融资分析 371

第六部分 发展战略研究

第十一章 2026-2031年主题公园行业面临的困境及对策 373

第一节 2021-2026年主题公园行业面临的困境 373

一、中国主题公园行业发展的主要困境 373

二、投资企业资金实力困难 375

三、项目建设及市场不稳定性把握困难 375

四、政策优惠及选址困难 376

第二节 主题公园投资企业面临的困境及对策 376

一、重点主题公园投资企业面临的困境及对策 376

1、重点主题公园投资企业面临的困境 376

2、重点主题公园投资企业对策探讨 376

二、中小主题公园投资企业发展困境及策略分析 377

1、中小主题公园投资企业面临的困境 377

2、中小主题公园投资企业对策探讨 377

三、国内主题公园投资企业的出路分析 377

第三节 中国主题公园投资行业存在的问题及对策 378

一、中国主题公园投资行业存在的问题 378

二、主题公园行业发展的建议对策 381

1、把握国家投资的契机 381

2、竞争性战略联盟的实施 381

3、企业自身应对策略 383

第四节 中国主题公园行业发展面临的挑战与对策 384

一、中国主题公园行业发展面临的挑战 384

二、中国主题公园行业挑战与瓶颈的对策 384

第十二章 中国主题公园行业成功运营模式分析 386

第一节 中国主题公园行业运营模式分析 386

一、主题公园经营模式分析 386

1、华侨城模式 386

2、吴文化园模式 386

3、第三极模式 386

二、主题公园盈利模式分析 386

1、盈利方式 386

2、经营增长盈利模式 387

3、物业增值盈利模式 388

4、品牌延伸盈利模式 389

5、客源共享盈利模式 389

6、“主题公园产业化发展”盈利模式 390

第二节 中国主题公园行业营销分析 391

一、主题公园行业营销模式 391

1、有效的主题定位 391

2、激活市场的产品策略 392

3、灵活多变的价格策略 393

4、推拉结合的促销策略 394

5、双管齐下的渠道策略 395

二、主题公园营销方式分析 397

三、主题公园行业营销策略 399

1、直复营销 399

2、内部营销 399

3、品牌营销 401

4、合作营销 402

5、网络营销 403

6、体验营销 403

7、事件营销 404

8、整合营销 405

第三节 中国主题公园运营建议 406

一、主题公园运营存在的问题及解决思路分析 406

二、主题公园行业运营管理建议 408

第四节 中国主题公园行业运营战略 409

一、主题公园六力互动模型分析 409

二、竞争格局下主题公园经营战略 411

1、差异化经营战略 411

2、空间集聚战略 411

3、战略联盟 412

第十三章 主题公园行业发展战略研究 413

第一节 主题公园行业发展战略研究 413

一、战略综合规划 413

二、技术开发战略 414

三、业务组合战略 417

四、区域战略规划 419

五、产业战略规划 428

六、经营品牌战略 430

七、竞争战略规划 431

第二节 对我国主题公园品牌的战略思考 435

一、主题公园品牌的重要性 435

二、主题公园实施品牌战略的意义 436

三、主题公园企业品牌的现状分析 438

四、我国主题公园企业的品牌战略 440

五、主题公园品牌战略管理的策略 443

第三节 主题公园经营策略分析 445

一、主题公园细分市场策略 445

二、主题公园创新策略 446

三、品牌定位与品类规划 449

四、主题公园新项目差异化战略 451

第四节 主题公园行业投资战略研究 452

一、2021-2026年主题公园行业投资战略 452

二、2026-2031年主题公园融资并购战略 453

三、2026-2031年主题公园行业投资战略 454

四、2026-2031年细分行业投资战略 458

第十四章 研究结论及发展建议 460

第一节 主题公园行业研究结论及建议 460

第二节 主题公园子行业研究结论及建议 461

第三节 主题公园投资热深层原因分析及建议 462

第四节 中道泰和主题公园行业发展建议 467

一、主题公园行业发展趋势分析 467

1、向主题原创方向发展 467

2、向突出教育功能转换 467

3、与衍生产业结合趋势 467

4、培育可持续发展的空间 468

5、主题公园内涵的不断丰富 468

6、技术配置向高、精、尖递进 469

7、市场竞争强度进一步加剧 469

二、主题公园行业发展前景分析 469

1、主题公园消费需求前景 469

2、主题公园发展前景分析 470

三、主题公园投资前景分析 471

四、主题公园行业投资建议 472

1、行业发展策略建议 472

2、行业投资布局建议 473

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 1

图表：主题公园相关政策分析 5

图表：2021-2026年我国季度GDP增长率 6

图表：2021-2026年我国三次产业增加值季度增长率 6

图表：2021-2026年我国工业增加值走势图 7

图表：2021-2026年固定资产投资增速走势图 9

图表：2021-2026年我国各地区城镇固定资产投资累计同比增长率 9

图表：2021-2026年我国社会消费品零售总额走势图 11

图表：2021-2026年我国社会消费品零售总额构成走势图 11

图表：2021-2026年我国CPI、PPI运行趋势 12

图表：2021-2026年企业商品价格指数走势(2021-2026年同期为100) 12

图表：2021-2026年进出口走势图 13

图表：2021-2026年我国货币供应量 14

图表：2021-2026年我国存贷款同比增速走势图 15

图表：2021-2026年我国外汇储备 15

图表：2021-2026年末人口数及其构成 19

图表：2021-2026年交通运输业及主要子行业固定资产投资完成情况 20

图表：全国及交通运输业固定资产投资变动趋势 20

图表：交通运输业及主要子行业固定资产投资增速对比 21

图表：我国主题公园政策发展大事记 38

图表：2021-2026年我国主题公园数量区域分布情况 39

图表：2021-2026年我国主题公园类型结构情况 39

图表：2021-2026年我国主题公园投资金额情况 40

图表：部分主题公园指标比较 52

图表：2021-2026年中国主题公园数量及增长分析 60

图表：2021-2026年中国主题公园行业盈利能力分析 61

图表：2021-2026年中国主题公园行业偿债能力分析 61

图表：2021-2026年中国主题公园行业营运能力分析 62

图表：2021-2026年中国主题公园行业发展能力分析 62

图表：文化类主题公园分布情况 63

图表：游乐类主题公园分布情况 68

图表：观光类主题公园分布情况 70

图表：情景模拟类主题公园分布情况 76

图表：2021-2026年中国各地区主题公园数量占比 111

图表：2021-2026年北京区县旅游业综合收入情况(单位;亿元) 115

图表：部分主题公园指标比较 203

图表：2021-2026年香港海洋公园年接待人数增长情况 212

图表：2021-2026年香港海洋公园年接待人数及变化趋势分析 224

图表：2021-2026年澳门励骏主要经营指标分析 226

图表：2021-2026年澳门励骏营收利润分析 227

图表：2021-2026年澳门励骏资产负债分析 227

图表：2021-2026年澳门励骏现金流量分析 228

图表：香港迪士尼乐园投资规模属性分析 234

图表：2021-2026年香港迪士尼营收变化分析 235

图表：2021-2026年香港迪士尼年接待人数变化情况 236

图表：长影世纪城电影主题公园一期建设工程主要技术经济指标表 241

图表：长影世纪城票务信息 251

图表：2021-2026年深圳世界之窗年接待人数变化分析 268

图表：2021-2026年长隆水上乐园年接待人数变化分析 276

图表：华强方特欢乐世界产业链之间的关系 281

图表：芜湖方特欢乐世界盈利模式分析 282

图表：2021-2026年芜湖方特欢乐世界收入结构 282

图表：2021-2026年清明上河园年接待人数变化分析 303

图表：民族文化生态旅游的“四因子”关系图 310

图表：传统民族文化旅游与民族文化生态旅游的比较 313

图表：2021-2026年中华恐龙园主要经营指标分析 323

图表：2021-2026年中华恐龙园资产负债分析 323

图表：2021-2026年中华恐龙园营收利润分析 324

图表：2021-2026年中华恐龙园现金流量分析 324

图表：淹城春秋乐园门票收费情况 325

图表：重庆龙门阵魔幻山主题乐园门票收费情况 338

图表：2021-2026年深圳东部华侨城年接待人数变化分析 345

图表：2021-2026年中国各地区主题公园数量占比 357

图表：2021-2026年北京区县旅游业综合收入情况(单位;亿元) 361

图表：部分主题公园指标比较 449

图表：2026-2031年中国主题公园行业市场容量预测 464

图表：2026-2031年中国主题公园行业营业收入预测 465

图表：2026-2031年中国主题公园需求规模预测 467

图表：2026-2031年中国主题公园供给预测 468

图表：“主题公园产业化发展”盈利模式 506

图表：区域发展战略咨询流程图 540

图表：区域SWOT战略分析图 542

图表：以出游动机为划分标准的细分市场 560

图表：华侨城旗下的主题公园投资回报期 587

把握投资 决策经营！

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

报告编号：22700

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20170208/22700.shtml

在线订购：点击这里