2024-2029年中国主题公园行业发展分析与发展战略研究咨询报告

报告简介

行业现状

中国主题公园建设正处入快速发展期，在中国庞大的主题公园需求背后，存在着一个分布极为不均的供给市场。

现阶段国内的主题公园中，有53%属于无明显主题的状态，由主打器械类骑乘设施的公园组成，与国际趋势存在明显不同。不过，与发达国家类似，中国有明显主题类的公园游客量普遍高于无明显主题类，游客量超过400万人次的大部分主题公园皆有明显主题。之所以不少国内主题公园运营方都逆势选择了无主题的模式，缺少IP、自我特色匮乏、更愿意走安全牌是业内归纳出的主要症结。

虽然存在种种问题，但未来几年中国的主题公园数量仍将快速增长。数据显示，中国现有的城市级主题公园现有项目128个，预计2025年前完成建设的项目约为70个。中国拟建的主题公园项目大多集中在华南、华东等经济发达地区。华东地区的主题公园数量占据了全国主题公园总体数量的34%，主要基于华东地区庞大的人口规模和经济总量。随着市场需求扩大和越来越多的地产商投资涌入，主题公园规模将进一步扩张。规模快速扩张势必会形成优胜劣汰的竞争局面，有望实现中国主题公园发展质量的迭代升级。

市场容量

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。2020年1-6月的102个文旅投资项目中，有15个为主题公园。

格局分析

在全球前十大主题公园集团中，中国企业占据三席，中国主题公园市场呈现华侨城、华强方特、长隆三足鼎立竞争态势。而从游客增长率来看，中国主题公园集团位居前三，表现抢眼。游客量激增的一大原因则是本土主题公园对文旅结合更加重视，在不断开发新的主题园区和主题景点的同时，还融入自身IP品牌，增强对消费者的吸引力。在亚太单体主题公园前十名中，中国内地仅长隆海洋王国入选，而在全球乐园T

OP10中，未有任何国内品牌身影。由此可见，虽然国内主题乐园集团体量不断扩容，但单个乐园的质量和竞争力仍有很大提升空间。在全球水上乐园排名中，长隆继续稳坐榜首之位，该乐园年客流量数百万，且保持快速增长态势。

从空间分布上看，中国主题公园空间分布极不均衡，东、中、西部呈现出明显的差异，规模和数量表现出三级阶梯分布形式。除港澳台之外的其余31个省、市、自治区中，东部11个省市拥有的主题公园数量超过半数，不过从企业投资趋势来看，不少企业已经开始有意识地抢占西部蓝海。

趋势预测

经济的快速发展和消费需求的升级，正在推动中国旅游业进入全新的时代。其中，主题公园成为美好休闲游中的重要一环在中国快速发展，具有特色的主题公园是展现城市文化和特色的好方式。2017年以来国内主题公园行业投资加速，众多新项目落地。主题公园专题研究报告认为，2020年由于主题公园采取新的疫情防控措施保证游客健康，预计很多景点业务会逐渐恢复。有预测认为未来几个月会恢复到2019年同期的30-
50%，调查结果也表明主题公园市场需求正在增长，但可能需要一年甚至多年的时间才能恢复到疫前水平。节日经济夜经济是有助于主题公园突破季节、日照时长的限制，能成为主题公园新的盈利增长点。

面临问题

由于缺少对国内旅游客源市场的正确认识，部分投资者往往过高估计客流量，忽视了主题公园的专业性和特殊性，从而导致决策失误，不能正确把握投资回报期;在游乐园、文化园、影视基地等类型的主题公园中，游乐园投资金额最大，占比高达48%;国内主题公园投资回报期至少在5-
10年，单一的盈利模式也增加了项目本身的投资风险，由于缺少衍生附加价值，其他收入未能对盈利提供有力支撑。如今的主题乐园领域，从一代产品景观观光型、二代产品器械游乐型想具有IP内容体验消费的产品模式转变。10%盈利、70%亏损、20%经营效益基本持平，是目前国内主题公园发展的一个显著特点，也是业内近几年一直要突破的地方。而在国外，主题公园的收入30%是门票，30%是零售，40%是餐饮住宿。公开数据显示，按照迪士尼的普遍经营来看，乐园1元的门票能拉动8元的消费，其70%左右收益来自衍生品等二次消费。除此之外，国内主题公园基本都有自己的衍生品，但真正打响品牌的却寥寥无几。产品缺乏创意、没有文化支撑，甚至出现制作粗糙的现象。

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、国家旅游局、国家发改委、国务院发展研究中心、国际海洋局、世界旅游组织、中国旅游协会、中国旅游景区协会、中国主题公园研究院、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，对中国主题公园及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、竞争替代产品、发展趋势、新项目与技术等进行了分析，并重点分析了中国主题公园行业发展状况和特点，以及中国主题公园行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的主题公园行业发展态势作了详细分析，并对主题公园行业进行了趋向研判，是主题公园经营、开发、服务、投资等单位准确了解目前主题公园业发展动态，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

【主题公园的发展因素是什么?发展环境有什么变化?】

第一章 主题公园行业综述

第一节 主题公园行业定义

一、主题公园定义

二、主题公园分类

三、主题公园特征

1、主题的独特性

2、特色的大众化

3、效益的广泛性

4、参与的体验性

5、经营的要求高

第二节 主题公园发展影响因素分析

一、主题公园发展的自然条件分析

1、主题公园的区位选址条件

2、主题公园自然依赖度分析

二、主题公园发展的经济条件分析

1、主题公园与第三产业的相关性

2、主题公园与科技实力的相关性

3、主题公园与交通条件的相关性

第三节 主题公园行业发展环境

一、主题公园行业政策环境

1、行业管理体制

2、行业相关政策

二、主题公园行业经济环境

1、宏观经济环境分析

2、城市化进程分析

三、主题公园行业消费环境

四、主题公园行业社会环境

1、法定节假日和带薪假期实施

2、人口年龄结构

3、社会结构

五、主题公园行业交通环境

1、铁路投资建设情况

2、公路投资建设情况

3、水路投资建设情况

4、机场投资建设情况

5、交通行业客货运输情况

第二部分 行业深度分析

【主题公园行业发展怎样?经营情况如何?场景创建情况如何?】

第二章 中国主题公园行业发展状况分析

第一节 中国旅游行业发展带动作用分析

一、中国旅游人数及收入规模

二、中国旅游行业发展形势研判

三、旅游行业收入规模与主题公园项目建设数量

四、未来5年夜间经济与旅游市场发展规模分析

第二节 中国主题公园行业发展分析

一、主题公园行业发展阶段

二、主题公园行业发展现状

三、主题公园行业发展特性

四、泛主题公园化现象探析

1、泛主题公园化定义

2、泛主题公园化产生的原因

3、泛主题公园化发展的趋势

第三节 vr主题公园发展情况与趋势分析

一、2019-2023年vr主题公园发展情况

二、疫情之下vr主题公园正在不断和数字化融合

三、后疫情时代vr主题公园发展趋势研判

第四节 中国主题公园文化ip的应用与管理

一、打造主题的商业觉醒与文化自信

1、有较高辨识度

2、有较高的潜在商业价值

二、主题公园文化ip的后续运营管理

1、宣传方面

2、不断与时俱进增加新元素

3、提高文化ip的附加值

第五节 中国主题公园行业指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第三章 中国主题公园行业经营情况分析

第一节 中国主题公园行业经营分析

一、主题公园数量规模分析

二、主题公园价格情况分析

1、主题公园价格形成机制

2、主题公园价格现状分析

3、主题公园价格趋向预测

三、主题公园收入规模分析

四、主题公园效益情况分析

1、主题公园经济效益

2、主题公园社会效益

第二节 中国主题公园行业盈利分析

一、主题公园行业盈利模式

1、主要盈利来源分析

2、经营增长盈利模式

3、物业增值盈利模式

4、品牌延伸盈利模式

5、客源共享盈利模式

6、主题公园产业化发展盈利模式

二、中国主题公园行业盈利来源分布

三、疫情影响下主题公园闭园亏损状况

第三节 主题公园行业重游率分析

一、主题公园重游调查分析

二、主题公园重游率情况分析

三、主题公园重游率低的原因

四、提高主题公园重游率建议

第四节 体验经济视域的主题公园经营管理

一、体验经济理论与主题公园

1、体验时代发展带来的新价值

2、打造体验的关键要素

3、主题公园的体验产品特征

二、体验经济背景下的主题公园发展趋势

1、主题选择更富有创意性

2、体验质量更关注品质化

3、盈利模式趋向多元化

第四章 中国主题公园规划设计与场景创作研究

第一节 主题公园行业设计分析

一、主题公园行业规划设计

1、设计目标

2、设计主体

3、设计技能

二、中国主题公园行业设计步骤

1、探询市场化商业运作模式

2、设计全新的游憩方式

3、树立整合营销传播理念

4、加快经营管理人才的培养

5、实现多元化的盈利模式

三、主题公园行业成功开发要素

1、准确的主题定位

2、恰当的园址选择

3、独特的主题创意

4、主题文化内涵

第二节 基于生态理念城市主题公园景观设计探讨

一、城市主题公园发展概况

1、国外城市主题公园

2、国内城市主题公园

二、国内城市主题公园现状

1、单一强调景观美学，过度利益追求，忽略人的行为

2、最大效益化降低了主题公园整体效益空间

3、缺乏生态理念的在城市主题公园中的引入

4、现存城市主题公园景观细节设计问题

三、基于生态理念城市主题公园景观设计分析与探讨

1、城市主题公园景观的主要特征

2、城市主题公园景观设计的原则

3、城市主题公园景观设计要素及手法

4、城市主题公园景观设计的手法

5、生态理念的在城市主题公园中应用

第三节 虚拟现实技术对主题公园场景的创作方法研究

一、虚拟现实技术概念

二、虚拟现实关键技术

1、虚拟现实建模

2、三维图形实时生成

3、立体显示与立体声合成

4、交互式

三、虚拟现实技术在主题公园场景中的影响

1、颠覆了传统场景创作的模式

2、场景创建流程更新

3、主题公园场景形态的新突破

4、场景互动体验增强, 实现智能化人景交互合一

四、虚拟现实技术与艺术设计结合创建场景

1、真实世界环境再现

2、完全虚拟艺术场景

3、虚实共存的交互场景

五、虚拟现实技术对于主题公园场景创作方法研究

1、场景构思

2、场景主题

3、场景元素创建

4、场景交互

第三部分 市场全景调研

【游戏文化主题公园、游乐类主题公园hellip;hellip;各细分市场情况如何?主题公园的经营战略、营销模式如何?】

第五章 中国主题公园细分市场运营分析

第一节 中国文化类主题公园运营分析

一、文化类主题公园发展分析

1、文化类主题公园发展现状

2、文化类主题公园分布情况

3、文化类主题公园发展前景

二、文化类主题公园特色分析

1、文化类主题公园设计要素

2、文化类主题公园开发形式

3、文化类主题公园特色分析

4、文化类主题公园消费群体

三、文化类主题公园经营分析

1、文化类主题公园经营情况

2、文化类主题公园收费对比

第二节 中国游乐类主题公园运营分析

一、游乐类主题公园发展分析

1、游乐类主题公园发展现状

2、游乐类主题公园分布情况

3、游乐类主题公园发展前景

二、游乐类主题公园特色分析

1、游乐类主题公园设计要素

2、游乐类主题公园特色分析

3、游乐类主题公园消费群体

4、游乐类主题公园重游分析

三、游乐类主题公园经营分析

1、游乐类主题公园经营情况

2、游乐类主题公园收费对比

第三节 中国观光类主题公园运营分析

一、观光类主题公园发展分析

1、观光类主题公园发展现状

2、观光类主题公园分布情况

3、观光类主题公园发展前景

二、观光类主题公园特色分析

1、观光类主题公园设计要素

2、观光类主题公园特色分析

3、观光类主题公园消费群体

三、观光类主题公园经营分析

1、观光类主题公园经营情况

2、观光类主题公园收费对比

第四节 中国情景模拟类主题公园运营分析

一、情景模拟类主题公园发展分析

1、情景模拟类主题公园发展现状

2、情景模拟类主题公园分布情况

3、情景模拟类主题公园存在问题

4、情景模拟类主题公园发展前景

二、情景模拟类主题公园特色分析

1、情景模拟类主题公园设计要素

2、情景模拟类主题公园特色分析

3、情景模拟类主题公园消费群体

三、情景模拟类主题公园经营分析

1、情景模拟类主题公园经营情况

2、情景模拟类主题公园收费对比

第六章 中国主题公园行业成功运营模式分析

第一节 中国主题公园行业运营模式分析

一、主题公园经营模式分析

1、华侨城模式

2、吴文化园模式

3、第三极模式

二、主题公园盈利模式分析

1、盈利方式

2、经营增长盈利模式

3、物业增值盈利模式

4、品牌延伸盈利模式

5、客源共享盈利模式

6、主题公园产业化发展盈利模式

第二节 主题公园轻资产模式运营分析

一、主题公园轻资产模式现状分析

二、华强方特授权投资扩张模式分析

三、海昌控股轻资产尝试现状分析

四.常州恐龙园轻资产扩张现状分析

四、主题公园轻资产模式发展前景

第三节 中国主题公园运营建议

一、主题公园运营存在的问题及解决思路分析

二、主题公园行业运营管理建议

第四节 中国主题公园行业运营战略

一、主题公园六力互动模型分析

二、竞争格局下主题公园经营战略

1、差异化经营战略

2、空间集聚战略

3、战略联盟

第七章 中国主题公园行业经营战略与营销模式分析

第一节 国内外主题公园经营战略比较分析

一、主题公园集团化经营战略比较

二、主题公园国际化经营战略比较

三、主题公园品牌化经营战略比较

四、主题公园连锁化经营战略比较

五、主题公园集群化经营战略比较

六、主题公园多元化经营战略比较

七、主题公园差异化经营战略比较

八、主题公园虚拟化经营战略比较

第二节 主题公园行业连锁扩张战略分析

一、主题公园行业连锁扩张并购模式

二、主题公园行业连锁扩张内容为王

三、主题公园行业连锁扩张产业链模式

四、主题公园行业连锁扩张跨界模式

五、主题公园行业连锁扩张品牌化模式

六、华强集团方特主题公园的扩张启示

第三节 主题公园行业主要开发模式分析

一、大型集团公司复合化片区开发模式

二、地方政府和旅游企业主导开发模式

第四节 主题公园行业营销模式分析

一、主题公园营销主要成功要素

二、主题公园行业主要营销策略

第五节 基于新媒体推广下的城市主题公园品牌研究

一、城市主题公园品牌研究的背景以及重要意义

二、国内外主题公园的研究综述以及发展趋势

三、主题公园品牌推广的环境分析

1、外部环境分析

2、内部环境分析

四、发展城市主题公园品牌的建议

第四部分 竞争格局分析

【主题公园行业市场竞争程度怎样?各区域主题公园分析如何?品牌企业占有率有什么变化?】

第八章 中国主题公园行业竞争分析

第一节 主题公园行业总体市场竞争状况分析

一、主题公园行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、主题公园行业集中度分析

三、2019-2023年主题公园行业主要企业竞争力对比

1、重点企业资产总计对比分析

2、重点企业从业人员对比分析

3、重点企业营业收入对比分析

4、重点企业利润总额对比分析

第二节 主题公园行业竞争格局分析

一、主题公园区域分布

二、主题公园类型结构分析

三、主题公园投资金额分布

四、主题公园占地面积分析

五、主题公园竞争现状分析

第三节 2024-2029年中国主题公园行业竞争策略分析

一、主题公园竞争焦点分析

1、空间竞争

2、市场体系

3、主导品牌

4、文化内涵

5、生命周期

二、主题公园竞争因素分析

1、主题因素分析

2、品牌因素分析

3、创新因素分析

4、高新技术应用因素分析

5、选址因素分析

三、中国主题公园核心竞争力分析

1、主题公园评价指标体系

2、部分主题公园比较分析

3、主题公园核心竞争力

四、主题公园竞争对策分析

1、培育核心能力

2、开展文化经营

3、构造顾客矩阵

4、提升品牌形象

5、推进营销创新

6、实施战略管理

第九章 中国主题公园行业重点区域发展分析

第一节 主题公园行业区域分布

一、中国大型主题公园分布概况

二、我国主题公园在不同经济区域的发展分析

第二节 北京主题公园行业发展分析

一、北京旅游行业发展情况分析

二、北京主题公园行业客源分析

三、北京主题公园行业发展现状

四、北京主题公园行业竞争分析

五、北京主题公园行业发展规划

第三节 上海主题公园行业发展分析

一、上海旅游行业发展情况分析

二、上海主题公园行业客源分析

三、上海主题公园行业发展现状

四、上海主题公园行业竞争分析

五、上海主题公园行业发展规划

第四节 广州主题公园行业发展分析

一、广州旅游行业发展情况分析

二、广州主题公园行业客源分析

三、广州主题公园行业发展现状

四、广州主题公园行业竞争分析

五、广州主题公园行业发展规划

第五节 深圳主题公园行业发展分析

一、深圳旅游行业发展情况分析

二、深圳主题公园行业客源分析

三、深圳主题公园行业发展现状

1、主题公园数量

2、主题公园产业类型

3、主题公园实力不平衡

四、深圳主题公园行业竞争分析

五、深圳主题公园行业发展规划

第六节 江苏主题公园行业发展分析

一、江苏旅游行业发展情况分析

二、江苏主题公园行业客源分析

三、江苏主题公园行业发展现状

1、影视基地主题公园发展

2、向多元化主题公园转型

3、主题公园规模

四、江苏主题公园行业竞争分析

五、江苏主题公园行业发展规划

第七节 浙江主题公园行业发展分析

一、浙江旅游行业发展情况分析

二、浙江主题公园行业客源分析

三、浙江主题公园行业发展现状

四、浙江主题公园行业竞争分析

五、浙江主题公园行业发展规划

第八节 湖南主题公园行业发展分析

一、湖南旅游行业发展情况分析

二、湖南主题公园行业客源分析

三、湖南主题公园行业发展现状

四、湖南主题公园行业竞争分析

五、湖南主题公园行业发展规划

第九节 湖北主题公园行业发展分析

一、湖北旅游行业发展情况分析

二、湖北主题公园行业客源分析

三、湖北主题公园行业发展现状

四、湖北主题公园行业竞争分析

五、湖北主题公园行业发展规划

第十节 江西主题公园行业发展分析

一、江西旅游行业发展情况分析

二、江西主题公园行业客源分析

三、江西主题公园行业发展现状

四、江西主题公园行业竞争分析

五、江西主题公园行业发展规划

第十一节 河南主题公园行业发展分析

一、河南旅游行业发展情况分析

二、河南主题公园行业客源分析

三、河南主题公园行业发展现状

四、河南主题公园行业竞争分析

五、河南主题公园行业发展规划

第十二节 四川主题公园行业发展分析

一、四川旅游行业发展情况分析

二、四川主题公园行业客源分析

三、四川主题公园行业发展现状

四、四川主题公园行业竞争分析

五、四川主题公园行业发展规划

第十三节 云南主题公园行业发展分析

一、云南旅游行业发展情况分析

二、云南主题公园行业客源分析

三、云南主题公园行业发展现状

四、云南主题公园行业竞争分析

五、云南主题公园行业发展规划

第十四节 山东主题公园行业发展分析

一、山东旅游行业发展情况分析

二、山东主题公园行业客源分析

三、山东主题公园行业发展现状

四、山东主题公园行业竞争分析

五、山东主题公园行业发展规划

第十五节 辽宁主题公园行业发展分析

一、辽宁旅游行业发展情况分析

二、辽宁主题公园行业客源分析

三、辽宁主题公园行业发展现状

四、辽宁主题公园行业竞争分析

五、辽宁主题公园行业发展规划

第十章 主题公园领先公园经营形势分析

第一节 上海国际主题乐园有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第二节 香港海洋公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第三节 华侨城集团有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第四节 广州长隆集团有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第五节 华强方特文化科技集团股份有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第六节 海昌海洋公园控股有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第七节 深圳锦绣中华发展有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第八节 深圳世界之窗有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第九节 杭州宋城集团控股有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第十节 北京世界公园

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第十一节 北京信沃达海洋科技有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第十二节 华特迪士尼(中国)有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第十三节 西安曲江文化旅游股份有限公司大唐芙蓉园景区管理分公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第十四节 珠海经济特区圆明新园旅游有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第十五节 浙江横店影视城有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第十六节 开封清明上河园股份有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第十七节 西双版纳傣族园有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第十八节 青岛极地海洋世界有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第十九节 恐龙园文化旅游集团股份有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第二十节 常州市春秋乐园旅游发展有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第二十一节 嬉戏族集团有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第二十二节 苏州高新旅游产业集团有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第二十三节 安徽嘉恒文化旅游集团股份有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第二十四节 上海上影电影制作有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第二十五节 北京万达主题娱乐文化有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第二十六节 北京乐多港发展有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第二十七节 建荣皇家海洋科普世界(沈阳)有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第二十八节 大连圣亚旅游控股股份有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第二十九节 桂林乐满地发展有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第三十节 云南旅游股份有限公司

一、主题公园发展概况

二、主题公园设计模式

三、主题公园主题特色

四、主题公园经营情况

五、主题公园营销模式

六、主题公园竞争优势

第五部分 发展前景展望

【未来主题公园行业发展前景怎样?有些什么样的变化趋势?投资机会在哪里?】

第十一章 2024-2029年主题公园发展前景及趋势

第一节 2024-2029年主题公园市场发展前景

一、2024-2029年主题公园市场发展潜力

二、节日经济、夜经济刺激旅游市场发展

三、2024-2029年主题公园区域市场前景展望

四、2024-2029年主题公园细分行业发展前景

第二节 2024-2029年主题公园市场发展趋势预测

一、2024-2029年主题公园行业发展趋势

二、2024-2029年主题公园行业开发数量预测

三、未来几年主题公园将探索多种创收途径

四、2024-2029年细分市场发展趋势预测

五、疫情过后全球及中国主题公园行业发展趋势

第三节 2024-2029年中国主题公园供需预测

一、2024-2029年中国主题公园区域需求预测

二、2024-2029年中国主题公园区域饱和度预测

三、2024-2029年中国主题公园周边供需预测

第十二章 2024-2029年主题公园行业投资分析

第一节 中国主题公园行业投资分析

一、主题公园行业进入壁垒

1、潜在进入者进入壁垒及威胁

2、市场竞争激烈，行业进入壁垒越来越高

二、主题公园主流投资模式

1、公园+地产投资模式

2、公园+演艺投资模式

3、公园+科技投资模式

三、主题公园投资热深层原因

四、重点地区主题公园投资动向

第二节 主题公园行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、宏观经济波动风险及防范

三、区域供求风险及防范

四、项目结构风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、其他风险及防范

第三节 中国主题公园行业投资建议

第六部分 发展战略研究

【主题公园行业面临哪些困境?需要注意哪些问题?采取哪些策略?如何制定发展战略?】

第十三章 中国主题公园行业面临的困境及对策

第一节 主题公园行业面临的困境

一、中国主题公园行业发展的主要困境

二、项目建设周期长及回报较难

三、市场需求不稳定性

四、运营模式不清

第二节 中国主题公园行业存在的问题及对策

一、中国主题公园行业存在的问题

二、主题公园行业发展的建议对策

第三节 基于swot分析的中国主题公园旅游策划思考

一、中国主题公园旅游策划的swot分析

二、中国主题公园旅游策划存在的问题

三、主题公园旅游策划对策

第四节 全球主题公园发展经验的借鉴作用

一、ip方面

二、科技方面

三、服务方面

四、资金方面

五、其他方面

第十四章 主题公园行业发展战略研究

第一节 主题公园行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、经营品牌战略

第二节 对中国主题公园品牌的战略思考

一、主题公园品牌的重要性

二、主题公园实施品牌战略的意义

三、主题公园企业品牌的现状分析

四、中国主题公园企业的品牌战略

五、主题公园品牌战略管理的策略

第三节 主题公园经营策略分析

一、主题公园细分市场策略

二、主题公园创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、主题公园新项目差异化战略

第四节 主题公园行业投资战略研究

一、十四五时期旅游业行业投资规划

二、2024-2029年主题公园融资并购战略

三、2024-2029年主题公园行业投资战略

四、2024-2029年细分行业投资战略

第十五章 研究结论及发展建议

第一节 主题公园行业研究结论及建议

第二节 主题公园子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和主题公园行业发展建议

图表目录

图表：主题公园行业产业链结构

图表：2019-2023年中国居民出游率变化

图表：2019-2023年中国城镇和农村居民人均旅游消费

图表：2019-2023年中国国内旅游人数走势图

图表：2019-2023年中国入境旅游人数及同比增速

图表：2019-2023年中国国内旅游收入走势图

图表：2019-2023年国际旅游收入及同比增速

图表：2019-2023年主题公园行业收入总额

图表：2019-2023年主题公园行业销售收入

图表：2019-2023年主题公园行业利润总额

图表：2019-2023年主题公园行业资产总计

图表：2019-2023年主题公园行业负债总计

图表：2019-2023年主题公园行业竞争力分析

图表：2019-2023年主题公园票价走势

图表：2019-2023年主题公园行业主营业务收入

图表：2019-2023年主题公园行业主营业务成本

图表：2019-2023年主题公园行业销售费用分析

图表：2019-2023年主题公园行业管理费用分析

图表：2019-2023年主题公园行业财务费用分析

图表：2019-2023年主题公园行业销售毛利率分析

图表：2019-2023年主题公园行业销售利润率分析

图表：2019-2023年主题公园行业成本费用利润率分析

图表：2019-2023年主题公园行业总资产利润率分析

图表：2019-2023年中国旅游人数统计

图表：中国主题公园数量类型分布

图表：中国不同类型主题公园投资总额

图表：中国主要游乐类主题公园门票(通票)价格情况

图表：2024-2029年中国旅游收入增长趋势图

图表：2024-2029年中国旅游人数增长趋势图

图表：2024-2029年中国旅游收入统计预测

图表：世界十大主题公园年接待游客人数情况

图表：亚洲十大主题公园年接待游客人数情况

图表：2024-2029年中国国内旅游人数预测

图表：2024-2029年中国入境旅游接待人数预测

图表：2024-2029年中国国内旅游收入预测

图表：2024-2029年中国入境旅游外汇收入预测

图表：2024-2029年中国国内旅游人数增长趋势图

图表：2024-2029年中国国内旅游总花费统计预测

图表：2024-2029年中国国内旅游总花费增长趋势图

图表：2024-2029年中国旅游人均花费统计预测

图表：2024-2029年中国旅游人均花费增长趋势图

图表：2024-2029年中国入境旅游人数统计预测

图表：2024-2029年中国入境旅游人数增长趋势图

图表：2024-2029年中国入境旅游人数分国别统计预测

图表：2024-2029年中国出境旅游人数统计预测

图表：近两年全球前25名主题公园入园总数统计

图表：2024-2029年全球前25主题公园入园增长趋势

图表：全球前25名主题公园入园人数排名

图表：迪斯尼公司战略选择矩阵

图表：香港海洋公园发展mdash;份额矩阵图

图表：公司战略选择矩阵

图表：旅游演艺产业体系

图表：主题公园风格变迁趋势

图表：主题公园项目增加与游客量的关系

图表：主题公园投资收益的影响因素

图表：艺术性表演与旅游演艺的差异

图表：华侨城旅游演出节目的文化价值

图表：vr主题公园发展前景

图表：中国主题公园经营效益结构

图表：中国主题公园经营状况不佳的主要原因

图表：主题公园盈利方式分析

图表：主题公园经营增长盈利模式分析

图表：主题公园品牌延伸盈利模式三阶段分析

图表：主题公园客源共享盈利模式分析

图表：中国植物类主题公园区域分布

图表：中国动物类主题公园区域分布

图表：中国体验类主题公园区域分布

图表：中国科普教育类主题公园区域分布

图表：观光类主题公园设计要素分析

图表：中国情景模拟类主题公园区域分布

图表：情景模拟类主题公园设计要素分析

图表：中国主要影视城特色分析表

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

本文地址：https://www.51baogao.cn/lvyou/zhutigongyuan.shtml

在线订购：点击这里