2021-2027年中国主题公园及旅游地产行业供需态势分析及投资机会分析报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国主题公园及旅游地产行业供需态势分析及投资机会分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://www.chyxx.com/research/202010/903258.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联 系 人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

智研咨询发布的《2021-2027年中国主题公园及旅游地产行业供需态势分析及投资机会分析报告》共十四章。首先介绍了主题公园及旅游地产行业市场发展环境、主题公园及旅游地产整体运行态势等，接着分析了主题公园及旅游地产行业市场运行的现状，然后介绍了主题公园及旅游地产市场竞争格局。随后，报告对主题公园及旅游地产做了重点企业经营状况分析，最后分析了主题公园及旅游地产行业发展趋势与投资预测。您若想对主题公园及旅游地产产业有个系统的了解或者想投资主题公园及旅游地产行业，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 中国主题公园及旅游地产行业发展环境分析
第一节 2020年中国宏观经济环境分析
一、2020年宏观经济运行情况分析
二、2020年我国宏观经济形势分析
三、2020年中国经济增长分析预测
第二节 2020年中国主题公园及旅游地产行业政策环境分析
第三节 2020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、2020年旅游经济运行数据
六、旅游市场的问题与趋势
第二章 主题公园概述
第一节 主题公园的起源与产生
一、主题公园的起源
二、中国主题公园的发展历程
三、主题公园在我国的发展
第二节 主题公园的相关概述
一、主题公园的定义

二、主题公园的分类
三、主题公园的意义
四、主题公园文化特色分析
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
第三章 全球主题公园发展概况
第一节 全球主题公园业的状况与趋势
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 国外发达国家主题公园经营现状
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 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 不同角度看中国主题公园发展

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
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
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
第五章 中国主题公园发展现状分析
第一节 我国主题公园发展分析
一、中国主题公园产业前景分析
二、我国主题公园顾客需求调查分析
三、中国主题公园连锁经营时代到来
四、主题公园的发展出路
五、我国主题公园走向分析
第二节 主要区域主题公园发展分析
一、长三角主题公园建设分析
二、四川再掀主题公园热潮
第三节 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
第四节 主题公园与都市旅游目的地吸引力的互动分析
一、主题公园的与都市旅游的关系
二、主题公园是都市旅游目的地的重要旅游吸引物
三、主题公园的建设能有效诠释都市旅游目的地独特的文化底蕴
四、主题公园的良性发展促进都市旅游目的地特色商业发展
第五节 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
第六节 主题公园的盈利模式
一、主题公园盈利模式分析
二、主题公园再认识
三、主题公园盈利模式规划
第六章 旅游地产发展概况
第一节 中国旅游地产的含义及兴起
一、旅游房地产的定义及相关概念
二、旅游房地产的形成与发展
三、旅游地产概念细分
第二节 中国旅游地产的市场开发分析
一、房地产与旅游的内在联系
二、中国旅游地产的特征
三、旅游地产开发的特殊性
四、旅游资源发掘与地产项目开发的双增值
五、中国旅游地产项目开发成功的重要措施
六、旅游地产项目的成功要素
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
第七章 世界旅游地产发展概况
第一节 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 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
第八章 中国旅游地产发展分析
第一节 旅游地产的发展现状分析
一、中国旅游地产业发展前景分析
二、旅游房地产的发展空间分析

三、创新旅游地产以度假的理念开发地产
四、我国旅游地产发展呈现的问题分析
五、旅游地产充分发展的“瓶颈”因素分析
六、旅游地产的发展趋势
第二节 2020年旅游地产发展态势分析
一、中国旅游地产现状分析
二、旅游地产是房地产业发展战略的新定位
三、旅游地产进入快速发展阶段
四、中国旅游房地产迎来快速发展
五、城市旅游地产投资情况
六、中部旅游地产调查
七、2021-2027年旅游地产的机遇与挑战分析
第三节 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
第四节 2020年旅游地产主要发展城市分析
一、环渤海区域的旅游地产分析
二、海南旅游地产的发展
三、大连旅游地产的发展
四、青岛旅游地产的发展
五、威海旅游地产的发展
六、秦皇岛旅游地产的发展
七、烟台旅游地产的发展
八、上海旅游地产的发展
第九章 2021-2027年中国主题公园发展趋势
第一节 2021-2027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 2021-2027年中国主题公园发展趋势
一、主题公园的发展方向
二、主题公园将成公园发展新主题
三、2021-2027年中国主题公园将迎来“黄金时代”
四、主题公园经营状况
第三节 2016-2020年中国主题公园的投资建设
一、云南建成我国一流恐龙文化主题公园
二、滨海航母主题公园全面启建
三、2020年果树主题公园陆续开园
四、崇明拟建最大自行车主题公园
五、2020年延庆建成元帅系苹果主题公园
六、2020年全球首家国旗主题公园落户中国
七、2020年西部最大水上主题公园开园
八、海南文昌将建航天育种主题公园
九、2020年前南宁体育主题公园建设完工
十、2020年前番禺建成海洋主题公园
第十章 2021-2027年中国旅游地产发展趋势
第一节 2021-2027年旅游地产发展形势展望
一、优厚的旅游地产发展资源
二、规划、开发向专业化发展
第二节 2021-2027年旅游房地产在我国的发展趋势
一、旅游房地产发展的环境日渐成熟
二、旅游房地产的市场需求潜力巨大
三、政策法规将直接影响旅游房地产的步伐
四、资金和品牌将成为旅游房地产未来的决定力量
五、与国情适合与国际接轨的特色产品将不断出现
六、旅游地产逆势发展成地产新宠
第三节 2021-2027年旅游地产的发展趋势
一、旅游地产发展前景广阔
二、从“小旅游、大地产”到“大旅游、小地产”
三、旅游地产开发的多元化趋势加深
四、旅游地产投资开发重心将从销售转向经营
五、旅游地产需要全盘策划和动态规划
六、旅游地产的多方共赢趋势
第十一章中国主题公园及旅游地产的经典案例

第一节 成功案例分析
一、华侨城
二、杭州宋城
三、无锡太湖影视基地
第二节 失败案例分析
一、江苏吴江福禄贝尔科幻乐园
二、海南中华人民族文化村
三、广东番禺飞龙世界游乐城
第三节 启示
第十二章 2021-2027年中国主题公园产业发展策略
第一节 主题公园市场化商业运作模式分析
一、主题公园发展现状分析
二、中国主题公园经营现状分析
三、我国主题公园与国外主题公园的swot分析
四、商业设计步骤分析
五、国产主题公园经营策略分析
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 主题公园营销方式
一、直复营销
二、内部营销
三、品牌营销
四、合作营销
五、网络营销
六、体验营销
七、事件营销
八、整合营销
第四节 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
第五节 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
第六节 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
第七节 中国首个自主创新主题公园连锁品牌解构
第十三章 2021-2027年中国主题公园市场竞争策略分析
第一节 中国主题公园的竞争力因素
一、oct是中国主题公园的领跑者
二、现代主题公园竞争热的冷思考
第二节 中国主题公园取得竞争优势的要素
一、准确的主题选择
二、恰当的园址选择
三、独特的主题创意
四、深度的主题产品开发
五、灵活的营销策略
第十四章 2021-2027年中国旅游地产发展策略（ZYZS）
第一节 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 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、完备网络
第三节 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、天津珠江温泉城规划
第四节 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
四、旅游房地产成功开发策略分析
第五节 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
第六节二线城市旅游地产差异化经营
图表目录：
图表 1：2016-2020年中国国内生产总值及增长率分析
图表 2：2020年主要客源国入境旅游情况分析
图表 3：按国际旅游（外汇）收入排列，31个省、自治区、直辖市的具体情况
图表 4：2020年中国公民首站前往主要目的地国家（地区）情况
图表 5：2020年全国星级饭店经营情况
图表 6：按规模大小、项目特征和服务半径将主题公园类型
图表 7：按主题公园主题的性质分类
图表 8：合理约束主题公园投资建设行业的目的
图表 9：实施严格的审批制度的目的
图表 10： 投资措施方式
图表 11：顾客了解到各大主题公园的途径
图表 12：顾客偏好的游乐方式
图表 13：顾客的出游方式
图表 14：顾客希望主题公园的售票方式
图表 15：主题公园吸引顾客的促销方式
更多图表见正文.....

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/202010/903258.html