

2020-2026年中国主题公园产业竞争现状及未来发展趋势报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国主题公园产业竞争现状及未来发展趋势报告》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/201801/606018.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

2018年对于主题娱乐行业而言是里程碑式的一年，前十大主题公园集团的各主题景点年总入园人次首度突破五亿，这个数字差不多是全球人口总数的7%。全球十大主题公园集团名单和排位与2017年保持一致，迪士尼集团以1.57亿总入园人次位居榜首，中国的华侨城、华强方特和长隆集团三大主题公园巨头继续保持全球主题公园集团第四、第五和第六名之位，2018年接待总入园人次增长率均突破9%。

在2018年全球主题公园集团游客量排行榜上，迪士尼集团以1.57亿的游客量高居榜首，相比2017年1.5亿游客量增长了4.9%；排名第二的是默林娱乐集团，2018年游客数为6700万人，同比增长1.5%；环球影城娱乐集团游客量排名第三，2018年游客量为5006.8万，同比增长1.2%。在前十大主题公园集团中，游客量增长最快的是中国华侨城集团，2018年游客量为4935万，同比增幅为15.1%。另外，中国的华强方特和长隆公园集团2018年游客量增速也都在9%以上。

2018年全球主题公园集团游客量排行TOP10

2018年全球主题公园集团游客量增长率排行TOP10

智研咨询发布的《2020-2026年中国主题公园产业竞争现状及未来发展趋势报告》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：

第一部分产业环境透视

第一章中国主题公园行业发展综述

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

第二节主题公园行业发展环境分析

一、主题公园行业政策环境分析

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分析

1、宏观经济环境分析

- (1) 粮食生产再获丰收，畜牧业生产形势基本稳定
- (2) 工业生产平稳增长，企业效益明显好转
- (3) 固定资产投资缓中趋稳，商品房待售面积减少
- (4) 市场销售平稳较快增长，消费升级类商品增长较快
- (5) 出口降幅收窄，进口由负转正
- (6) 居民消费价格温和上涨，工业生产者价格月度同比由降转升
- (7) 居民收入稳定增长，城乡差距继续缩小
- (8) 供给侧结构性改革取得积极进展，经济结构继续优化
- (9) 货币信贷平稳增长，新增贷款同比多增

2、城市化进程分析

三、主题公园行业消费环境分析

四、主题公园行业社会环境分析

第三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

5、灵活的营销策略

第二部分行业深度分析

第二章中国主题公园所属行业发展状况分析

第一节主题公园行业发展历程分析

一、主题公园行业发展历程分析

1、主题公园的缘起与发展

2、主题公园的类型

3、主题公园的一般特点

4、影响主题公园布局的地理因素

二、主题公园行业发展大事记

第二节主题公园行业发展现状分析

一、我国主题公园发展数量分析

二、我国主题公园数量区域分布

随着我国旅游休闲产业蓬勃发展、城镇化建设快速推进，这也促成了我国主题公园产业的独特模式——主题公园片区模式，即以主题公园为引擎，带动片区发展的模式。至此，我国的主题公园进入了发展的第二阶段，并迎来了第二次建设高潮。这一阶段又可以细分为3个时代。

主题公园5.1时代——主题社区。主题公园5.1时代采用的是主题社区的发展模式，以主题公园为核心引擎，带动周边的居住建设，并配套以商业、餐饮、办公、文化与学校等设施，形成一个综合大社区。例如深圳华侨城，自1989年的“锦绣中华”建成以来，华侨城集团先后建设了“中华民俗村”（1991年）、“世界之窗”（1994年）和“欢乐谷”（1998年），在打造4个主题公园的同时，在周边也形成了一个集居住、商业、办公和文娱于一体的面积达4.8km²的综合社区——深圳华侨城，促进了区域的城镇化发展。

主题公园5.2时代——主题度假区。随着国民的旅游需求经历了“观光—休闲—度假”的连续三轮升级，第五代主题公园片区发展模式借此契机进入了5.2时代，这一代主题公园采用的是主题度假区模式，具有较高的功能混合性，通常是以主题公园为核心，配套以酒店、商业与运动等多方位、多层次的度假休闲娱乐设施。其中，最典型的例子就是深圳的“东部华侨城”，以“让都市人回归自然”为口号，集观光游乐、休闲度假、户外运动、科普教育与生态探险等于一体，在三大功能片区内配套有3个特色旅游小镇、9个度假酒店和相应的度假居住区等大面积服务设施，片区之间还有娱乐化的交通设施相连。

主题公园5.3时代——主题文旅城。随着2011年上海迪士尼乐园的破土动工，我国主题公园市场进入了第三个小高潮。商业地产巨头—万达集团也积极踏足主题公园建设、深耕“文化旅游”领域。在“万达广场”这一城市商业综合体的基础上，融入主题公园5.1时代的主题社区和5.2时代的主题度假区，形成集室内外主题公园、度假酒店群、大型秀场、商业娱乐综合体和居住区等于一体的“万达文化旅游城”。

从1989年第一家主题公园深圳“锦绣中华”开业至今，近30年来，中国全国共有约2500座主题公园相继落地开花。其中，东部主题公园分布最多，在全国数量占比超过58%；而京津冀地区、长三角地区与珠三角地区的主题公园分类却又大同小异。

国内主题公园区域数量分布及各地区代表性主题公园

三、我国主题公园类型结构分析

四、我国主题公园投资金额分布

第三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关联性

第四节主题公园行业经营情况分析

一、我国主题公园行业经营效益分析

二、我国主题公园行业盈利模式分析

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

第五节主题公园行业竞争分析

一、主题公园行业竞争焦点分析

1、主题公园区域性竞争

2、主题公园的竞争范围

3、主题公园的主导品牌

4、主题公园的文化内涵

5、主题公园的生命周期

二、主题公园行业竞争因素分析

三、主题公园行业竞争对策分析

1、培育核心能力

2、开展文化经营

3、提升品牌形象

4、推进营销创新

5、实施战略管理

四、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、典型主题公园比较分析

3、主题公园核心竞争力

第六节主题公园行业重游率分析

一、主题公园重游调查分析

二、主题公园重游率低的原因

三、提高主题公园重游率建议

第三章我国主题公园行业整体运行指标分析

第一节我国主题公园行业总体规模分析

一、全国主题公园总数

二、新建主题公园规模

第二节我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

第三部分市场全景调研

第四章2020-2026年我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

第五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

第一节中国主题公园行业区域分布

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

1、北京环球主题公园

2、北京欢乐谷

3、石景山游乐园

4、八达岭野生动物园

5、世界公园

6、东方普罗旺斯薰衣草庄园

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

四、深圳主题公园行业竞争分析

1、世界之窗

2、东部华侨城

3、欢乐谷

4、深圳海洋世界

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

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

1、接待和收入

2、主要客源市场情况

3、各市入境旅游情况

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

1、杭州乐园

2、烂苹果乐园

3、杭州浪浪浪水世界

4、凤凰山海港乐园

五、浙江主题公园行业发展规划

1、主题选择突出特色

2、盈利模式多元化

3、主题公园集团化

4、人才培养和队伍建设

5、创新是主题公园发展的永恒的主题

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

1、武汉欢乐谷

2、世茂嘉年华

3、武汉海昌极地海洋世界

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
 - 1、成都海洋馆
 - 2、国色天香
 - 3、梦幻岛
 - 4、极地海洋世界
 - 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
 - 1、方特欢乐世界
 - 2、抚顺皇家极地海洋世界
 - 3、热高乐园

4、大连发现王国主题公园

五、辽宁主题公园行业发展规划

第七章2020-2026年主题公园行业发展及竞争形势

第一节中国主题公园行业发展分析

一、旅游行业发展分析

1、旅游人数分析

2、旅游收入规模分析

3、旅游行业发展前景分析

4、旅游行业对本行业的影响

二、主题公园行业发展分析

1、主题公园行业发展阶段分析

2、中国主题公园行业特性分析

3、主题公园行业发展现状分析

4、主题公园行业影响因素分析

第二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、主题公园经济效益分析

2、主题公园社会效益分析

第三节中国主题公园行业竞争分析

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

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、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

四、主题公园竞争现状分析

五、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

第四节中国主题公园行业重游率分析

一、主题公园重游率情况分析

二、主题公园重游率低的原因

1、文化含量低

2、产品缺少创新

3、门票价格高

4、同质化问题严重

三、主题公园重游率提高策略

1、提高知名度

2、灵活定价

3、加强客源市场的针对性

第五节中国主题公园行业存在问题及发展建议

一、对开发条件缺乏全面分析

二、大部分主题公园主题重复

三、资金实力不足影响后续发展

四、门票价格相对过高

第八章2020-2026年主题公园领先公园经营形势分析

第一节香港海洋公园

一、主题公园发展简介

二、主题公园经营情况分析

三、主题公园盈利模式分析

四、主题公园营销管理模式

五、主题公园园区设计模式

六、主题公园竞争优势

七、主题公园游客规模分析

八、主题公园发展动态分析

九、主题公园成功因素分析

第二节 澳门渔人码头

一、主题公园发展概况分析

二、主题公园经营指标分析

三、主题公园营销模式分析

四、主题公园区位优势分析

五、主题公园游客定位分析

六、主题公园规模设备分析

七、主题公园最新动态分析

第三节 香港迪士尼乐园

一、主题公园发展概述分析

二、主题公园主题特色分析

三、主题公园盈利模式分析

四、主题公园投资规模分析

五、主题公园经营情况分析

六、主题公园游客定位分析

七、主题公园辐射范围分析

第四节 小人国主题公园

一、主题公园发展简介

二、主题公园主题特色

三、主题公园园区设计模式

四、主题公园收费情况

五、主题公园游客规模分析

六、主题公园营销模式分析

第五节 长影世纪城

一、主题公园发展概述分析

二、主题公园主题特色分析

三、主题公园优劣势分析

四、主题公园投资规模

五、主题公园区位优势分析

六、主题公园园区设计模式

七、主题公园的盈利模式

八、主题公园游客规模

九、主题公园收费情况

第六节发现王国

一、主题公园发展简介

二、主题公园盈利模式

三、主题公园园区设计模式

四、主题公园发展优势分析

五、主题公园投资规模分析

六、主题公园成功因素分析

第七节深圳锦绣中华民族村

一、主题公园发展概述分析

二、主题公园主题特色分析

三、主题公园优势分析

四、主题公园区位优势分析

五、主题公园游客规模分析

六、主题公园营销模式分析

七、主题公园成功经验分析

第八节世界之窗

一、主题公园发展简介

二、主题公园经营情况

三、主题公园营销管理模式

四、主题公园园区设计模式

五、主题公园竞争优势

六、主题公园发展战略分析

第九节武汉欢乐谷

一、主题公园发展概述分析

二、主题公园主题特色分析

三、主题公园投资规模分析

四、主题公园经营情况分析

五、主题公园游客定位分析

六、主题公园辐射范围分析

七、主题公园交通条件分析

第十节北京世界公园

- 一、主题公园发展简介
- 二、主题公园主题特色
- 三、主题公园投资规模
- 四、主题公园园区设计模式
- 五、主题公园竞争优势分析

第五部分发展前景展望

第九章2020-2026年主题公园行业前景及趋势预测

第一节2020-2026年主题公园市场发展前景

- 一、2020-2026年主题公园市场发展潜力
- 二、2020-2026年主题公园市场发展前景展望
- 三、2020-2026年主题公园细分行业发展前景分析
 - 1、2020-2026年主题公园题材设计前景分析
 - 2、2020-2026年主题公园风格设计前景分析
 - 3、2020-2026年品质规划设计前景分析

第二节2020-2026年主题公园市场发展趋势预测

- 一、2020-2026年主题公园行业发展趋势
 - 1、设计技术发展趋势分析
 - 2、文化内涵发展趋势分析
 - 3、主流概念趋势分析
- 二、2020-2026年主题公园经营规模预测
 - 1、主题公园行业经营市场容量预测
 - 2、主题公园行业营业收入预测
- 三、2020-2026年主题公园行业扩张趋势预测
- 四、2020-2026年细分市场发展趋势预测

第三节2020-2026年中国主题公园供需预测

- 一、2020-2026年中国主题公园区域需求预测
- 二、2020-2026年中国主题公园区域饱和度预测
- 三、2020-2026年中国主题公园周边供给预测
- 四、2020-2026年中国主题公园周边供需平衡预测

第四节影响公园经营的趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、区域市场拓展的趋势
- 四、主题公园开发趋势及替代进展

- 1、主题公园精致化，打造更有深度主题的小型园
- 2、主题公园城镇化，打造有明显特色的主题城镇
- 3、主题公园网络化，打造有更大市场的在线主题公园
- 4、主题公园产业化，使之成为“永恒的乐园”

第十章2020-2026年主题公园行业投资机会与风险防范

第一节中国主题公园行业投资特性分析

- 一、主题公园行业进入壁垒分析
- 二、主题公园行业投资风险分析
- 三、主题公园行业发展因素分析
 - 1、有利因素
 - 2、不利因素

第二节中国主题公园行业投资热点分析

- 一、主题公园主流投资模式分析
 - 1、公园+地产
 - 2、公园+演艺
 - 3、公园+科技
- 二、主题公园投资热深层原因分析
- 三、各省市主题公园投资动向分析

第三节中国主题公园行业投资建议

- 一、主题公园行业发展趋势分析
- 二、主题公园行业发展前景分析
 - 1、主题公园消费需求前景
 - 2、主题公园发展前景分析
 - 三、主题公园投资前景分析
- 四、主题公园行业投资建议

第四节2020-2026年主题公园行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、设计技术风险及防范
- 三、区域供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、项目结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第五节中国主题公园行业发展建议

- 一、主题公园行业未来发展方向

二、主题公园行业主要投资建议

三、中国主题公园投资企业融资分析

第六部分发展战略研究

第十一章2020-2026年主题公园行业面临的困境及对策

第一节2019年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、投资企业资金实力困难
- 三、项目建设及市场不稳定性把握困难
- 四、政策优惠及选址困难

第二节主题公园投资企业面临的困境及对策

- 一、重点主题公园投资企业面临的困境及对策
 - 1、重点主题公园投资企业面临的困境
 - 2、重点主题公园投资企业对策探讨
- 二、中小主题公园投资企业发展困境及策略分析
 - 1、中小主题公园投资企业面临的困境
 - 2、中小主题公园投资企业对策探讨
- 三、国内主题公园投资企业的出路分析

第三节中国主题公园投资行业存在的问题及对策

第四节中国主题公园行业发展面临的挑战与对策

第十二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

第二节中国主题公园行业营销分析

一、主题公园行业营销模式

1、有效的主题定位

2、激活市场的产品策略

3、灵活多变的价格策略

4、推拉结合的促销策略

5、双管齐下的渠道策略

二、主题公园营销方式分析

三、主题公园行业营销策略

1、直复营销

2、内部营销

3、品牌营销

4、合作营销

5、网络营销

6、体验营销

7、事件营销

8、整合营销

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

第十三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

七、竞争战略规划

第二节对我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、我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、2019年主题公园行业投资战略.

二、2020-2026年主题公园融资并购战略

三、2020-2026年主题公园行业投资战略

四、2020-2026年细分行业投资战略

第十四章研究结论及发展建议 (ZY GXH)

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

第三节主题公园投资热深层原因分析及建议

第四节主题公园行业发展建议

一、主题公园行业发展趋势分析

1、向主题原创方向发展

2、向突出教育功能转换

3、与衍生产业结合趋势

4、培育可持续发展的空间

5、主题公园内涵的不断丰富

6、技术配置向高、精、尖递进

7、市场竞争强度进一步加剧

二、主题公园行业发展前景分析

1、主题公园消费需求前景

2、主题公园发展前景分析

三、主题公园投资前景分析

四、主题公园行业投资建议

1、行业发展策略建议

2、行业投资布局建议（ZY GXH）

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

图表：主题公园相关政策分析

图表：2012-2019年中国GDP增长情况

图表：2012-2019年中国粮食生产再获丰收

图表：2012-2019年中国规模以上工业增加值

图表：2012-2019年中国固定资产投资（不含农户）统计

图表：2012-2019年中国民间固定资产投资统计

图表：2012-2019年中国房地产开发投资统计

图表：2012-2019年中国社会消费品零售总额统计

图表：2012-2019年中国进出口总额统计

图表：2012-2019年中国居民人均可支配收入

图表：2017年中国城镇化率进程

图表：2012-2019年中国人口增长情况

图表：我国主题公园政策发展大事记

图表：2017年我国主题公园数量区域分布情况

图表：2017年中国主题公园类型结构分析

图表：2017年中国主题公园投资金额区域分布情况

图表：部分主题公园指标比较

图表：2012-2019年中国主题公园数量及增长分析

图表：2012-2019年中国主题公园行业盈利能力分析

图表：2012-2019年中国主题公园行业偿债能力分析

图表：2012-2019年中国主题公园行业营运能力分析

图表：2012-2019年中国主题公园行业发展能力分析

图表：文化类主题公园分布情况

图表：游乐类主题公园分布情况

图表：观光类主题公园分布情况

图表：情景模拟类主题公园分布情况

图表：2017年中国各地区主题公园数量占比

图表：部分主题公园指标比较

图表：2015-2019年澳门励骏主要经营指标分析

图表：2015-2019年澳门励骏营收利润分析

图表：2015-2019年澳门励骏资产负债分析

图表：2015-2019年澳门励骏现金流量分析

图表：香港迪士尼乐园投资规模属性分析

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

图表：长影世纪城票务信息

图表：华强方特欢乐世界产业链之间的关系

图表：芜湖方特欢乐世界盈利模式分析

图表：民族文化生态旅游的“四因子”关系图

图表：传统民族文化旅游与民族文化生态旅游的比较

图表：2015-2019年中华恐龙园主要经营指标分析

图表：2015-2019年中华恐龙园资产负债分析

图表：2015-2019年中华恐龙园营收利润分析

图表：2015-2019年中华恐龙园现金流量分析

图表：淹城春秋乐园门票收费情况

图表：重庆龙门阵魔幻山主题乐园门票收费情况

图表：2020-2026年中国主题公园行业市场容量预测

图表：2020-2026年中国主题公园行业营业收入预测

图表：2020-2026年中国主题公园行业需求预测

图表：“主题公园产业化发展”盈利模式

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT战略分析图

图表：以出游动机为划分标准的细分市场

图表：华侨城旗下的主题公园投资回报期

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201801/606018.html>