2008-2009年中国主题公园及旅游地产行业研究咨询报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2008-2009年中国主题公园及旅游地产行业研究咨询报告》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/200808/72098F7783657198.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

近几年，中国主题公园发展速度加快，国际知名主题公园也相继进入中国市场。2008-2010年，中国开始进入主题公园时代。面对这个内外竞争加剧的时代，中国主题公园的发展面临着机遇与挑战。相比20年前，中国的主题公园发展速度加快，尤其在南方，长隆主题公园的规模与水平更是与世界主题公园相差无几，中国主题公园的水平不断提高。

然而，水平的提高意味着要加大主题公园的管理以及服务质量。中国主题公园当前所面临的问题是：中国的旅游行业不断发展，新的景区也日益增加，随着新景区的开放，游客数量不断递增，景区安全、管理问题以及员工的素质成为中国主题公园成败的因素。如何加强景区管理建设，提高员工素质是主题公园亟待解决的问题。中国主题公园正在迎来一个国有资本、民营资本和海外资本共同角力的时代，中国旅游业也到了观光旅游向观光和休闲度假相结合的过渡时期。

未来一段时期内，我国主题公园业的竞争必定更加激烈，而且竞争的层次和手段将更加高级化。另外，当时机成熟时，国外著名的主题公园会通过特许经营、管理输出甚至直接投资等方式将品牌转移到中国，这也会对国内主题公园的稳步发展构成巨大威胁。可以预见，中国主题公园业将会经历一次大整合。各主题公园要在这次整合中占有一席之地，就必须围绕品牌塑造、市场开拓和经营创新来展开竞争。

2008-2009年，中国旅游房地产将迎来快速发展。展望未来，在我国国民经济持续健康发展的大环境下，在旅游房地产发展的环境日渐成熟，旅游投资规模持续增长，市场需求潜力巨大等利好因素的推动下，作为旅游业和房地产业相结合的产物，旅游房地产必将迎来更快的发展时期。在此过程中，政策法规将直接影响旅游房地产的步伐，资金和品牌将成为旅游房地产未来的决定力量，与国情适合与国际接轨的特色产品将不断出现。

2008-2010年，中国主题公园和旅游地产行业都将在奥运会效应以及2010年世博会的拉动下迎来发展黄金期。但是我国目前的主题公园运营并不理想，70%以上处于亏损的局面。如何成功投资运营主题公园及旅游地产行业呢？

本研究咨询报告主要依据了国家统计局、国家商务部、国家旅游局、国家发改委、国务院发展研究中心、中国经济景气监测中心、中国房地产业协会、国际景区及主题公园协会、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，立足于全国主题公园及旅游地产行业发展概况，从中国主题公园及旅游地产行业概况、国外主题公园及旅游地产的行业概况、发展方向，到我国主题公园及旅游地产行业的发展策略、主题公园及旅游地产行业的竞争格局、主题公园及旅游地产行业未来发展趋势等多方面进行了深度剖析。本报告内容丰富、数据详细，在撰写的过程中，运用了大量的图、表，分析深入、透彻，且有独到的见解，是主题公园及旅游地产企业、策划机构、运营管理公司及相关企业和单位、计划投资于主题公园行业的企业等准确了解目前中国主题公园及旅游地产行业市场发展动态，把握主题公园及旅游地产行业发展趋势，制定市场策略

的必备的精品。

目 录

CONTENTS

第一部分 行业发展投资环境分析
第一章 中国主题公园及旅游地产行业投资环境 1
第一节 2008年中国宏观经济环境分析 1
一、2008年我国宏观经济发展分析 1
二、2008年上半年宏观形势分析及下半年预测 6
三、2008-2010年人均GDP和旅游行业相关性分析 16
四、2008年居民人均可支配收入分析 19
第二节 2008年中国主题公园及旅游地产行业政策环境分析 21
一、中国旅游业发展政策导向分析 21
二、2008年国家法定节 假日调整方案对旅游行业的影响 27
三、2008-2010年中国旅游业将受益于奥运效应 31
第三节 2008年中国主题公园及旅游地产行业社会环境分析 42
一、我国旅游消费需求分析 42
二、2008年居民旅游消费分析 48
第二部分 主题公园发展概况
第二章 主题公园概述 53
第一节 主题公园的起源与产生 53
一、主题公园的起源 53
二、中国主题公园的发展历程 53
三、主题公园在我国的发展 58
第二节 主题公园的相关概述 59
一、主题公园的定义 59
二、主题公园的分类 59
三、主题公园的意义 61
四、主题公园文化特色分析 62
第三节 中国主题公园产业特性分析 64
一、高投入高成本 64
二、明显的生命周期性 65
三、主题产品衍生产业尚未形成 65
四、客源市场集中在国内和亚洲文化圈 66
第四节 主题公园对旅游业的作用及意义 66
一、主题公园与旅游业的关系 66

二、主题公园与都市旅游目的地吸引力的互动分析 66
第三章 全球主题公园发展概况 71
第一节 全球主题公园业的状况与趋势 71
一、全球主题公园行业特征 71
二、全球市场竞争因素分析 77
三、全球行业发展趋势 79
第二节 国外发达国家主题公园经营现状 81
一、英国 81
二、日本 81
三、美国 82
四、澳大利亚 83
第三节 国外主题公园发展经验探讨 84
一、选址的重要性 84
二、充分展现主题 84
三、强调游客参与 84
四、娱乐与教育相结合 84
五、主题公园与零售业相结合 85
六、价格策略多元化 85
七、完善的服务系统 85
八、经营规模化 85
第四节 世界主题公园的发展及其对中国的启示 86
一、全球主题公园业概况 87
二、全球主题公园的发展分析 88
三、对中国主题公园业的启示 89
第四章 2008年不同角度看中国主题公园发展 91
第一节 从规划设计的角度论主题公园的发展 91
一、设计目标 91
二、设计主体 92
三、设计技能 93
第二节 从经营管理的角度论主题公园的发展 94
一、强化战略管理 95
二、在主题公园生命周期各阶段实施不同产营销策略 95
三、降低季节 性影响 96
四、提高员工素质及加强内部管理 97
第三节 从宏观调控的角度论主题公园的发展 97

一、依据城市（地区）总体规划和旅游发展总体规划 97
二、旅游主管部门对主题公园的审批制度 98
三、对重大主题公园的建设给予有力支持 98
第五章 2008年中国主题公园发展现状分析 99
第一节 2008年我国主题公园发展分析 99
一、中国主题公园产业前景分析 99
二、2008年中国将进入大型主题公园发展新时期 101
三、2008年我国主题公园顾客需求调查分析 108
第二节 2008年主要区域主题公园发展分析 112
一、长三角主题公园建设分析 112
二、2008年四川再掀主题公园热潮 115
第三节 大型主题公园发展的影响因素 117
一、客源市场和交通条件 118
二、区域经济发展水平 119
三、城市旅游感知形象 120
四、空间集聚和竞争 122
第四节 2008年主题公园差异化虚拟经营探讨 123
一、主题公园差异化虚拟经营的内涵 123
二、主题公园差异化虚拟经营的形式 124
三、主题公园差异化虚拟经营模式的建立流程 124
第五节 主题公园的盈利模式 126
第六章 中国主题公园产业发展策略 128
第一节 主题公园市场化商业运作模式分析 128
一、主题公园发展现状分析 128
二、我国主题公园与国外主题公园的SWOT分析 129
三、商业设计步骤分析 131
第二节 主题公园营销模式分析 134
一、有效的主题定位 134
二、激活市场的产品策略 135
三、灵活多变的价格策略 136
四、推拉结合的促销策略 137
五、双管齐下的渠道策略 138
第三节 迪斯尼主题公园成功经营策略 140
一、品牌经营策略 141
二、服务制胜策略 141

三、产品创新策略 143
四、灵活定价策略 144
五、营销管理策略 144
第四节 迪斯尼对中国大型主题乐园的启示 145
一、把主题公园作为品牌文化来推广 146
二、快乐王国的氛围营造 146
三、强大的整体营销策略 147
第七章 2008-2010年中国主题公园发展趋势 148
第一节 2008年主题公园的发展趋势 148
一、主题突出文化性 148
二、技术体现互动性 149
三、内容追求娱乐性 149
四、项目偏重参与性 149
五、氛围张扬刺激性 150
六、景观回归真实性 150
七、付款刷卡便捷性 151
八、规模凸现扩张性 151
第二节 2008-2010年中国主题公园发展趋势 152
一、主题公园的发展方向 152
二、主题公园将成公园发展新主题 155
三、2008-2010年中国主题公园将迎来“黄金时代” 158
四、2010年主题公园经营状况预测 159
第三节 2008-2010年中国主题公园的投资建设 160
一、2008年云南建成我国一流恐龙文化主题公园 160
二、2008年滨海航母主题公园全面启建 162
三、2008年果树主题公园陆续开园 163
四、崇明拟建最大自行车主题公园 164
五、2010年前南宁体育主题公园建设完工 165
六、2010年上海“农字号”主题公园建设预测 165
七、2010年前番禺建成海洋主题公园 168
第三部分 旅游地产发展概况
第八章 旅游地产发展概况 169
第一节 中国旅游地产的含义及兴起 169
一、旅游房地产的定义及相关概念 169
二、旅游房地产的形成与发展 171

三、旅游地产概念细分 174
第二节 中国旅游地产的市场开发分析 178
一、房地产与旅游的内在联系 179
二、中国旅游地产的特征 180
三、旅游地产开发的特殊性 181
四、旅游资源发掘与地产项目开发的双增值 181
五、中国旅游地产项目开发成功的重要措施 182
第三节 发展旅游地产的前景与现实意义 185
一、旅游地产的前景展望 185
二、旅游地产的现实意义 185
三、旅游地产的产业特点 187
四、旅游地产的发展对策 188
第九章 世界旅游地产发展概况 189
第一节 世界旅游房地产开发理念的演进过程 189
一、单一的大中型文化主题公园 189
二、综合性、区域性开发的雏形 191
三、大型旅游休闲社区的出现 193
第二节 旅游房地产项目开发分析 197
一、旅游房地产项目开发的原则 197
二、项目开发中应特别注意的问题 199
第十章 2008年中国旅游地产形势分析 204
第一节 旅游地产的发展现状分析 204
一、中国旅游地产业发展前景分析 204
二、旅游房地产的发展空间分析 211
三、创新旅游地产以度假的理念开发地产 213
四、我国旅游地产发展呈现的问题分析 215
第二节 2008年旅游地产发展态势分析 218
一、中国旅游地产现状分析 218
二、旅游地产是房地产业发展战略的新定位 220
三、2008年旅游地产发展态势 220
四、2008年中国旅游房地产将迎来快速发展 223
五、2008-2010年旅游地产的机遇与挑战分析 224
第三节 2008年旅游地产主要发展城市分析 225
一、环渤海区域的旅游地产分析 225
二、海南旅游地产的发展 228

三、大连旅游地产的发展 232
四、青岛旅游地产的发展 234
五、威海旅游地产的发展 236
六、秦皇岛旅游地产的发展 237
第十一章 2008年中国旅游地产发展策略 239
第一节 旅游房地产开发的基本模式 239
一、以旅游区域开发带动旅游房地产开发 239
二、以产权式酒店为主体的房地产开发 240
三、以度假地第二居所为主体的旅游房地产开发 241
四、经营服务类旅游房地产的开发 242
五、酒店式公寓的开发 242
第二节 旅游地产项目的成功基础 243
一、天生的资质 244
二、良好的题材 244
三、完善的规划 245
四、持续的投资 245
五、完备网络 245
第三节 促进旅游地产发展的策略 246
一、地产定位应面向国际 246
二、注重保护稀缺的生态景观资源 246
三、加强宏观及微观的把握能力 246
第四节 旅游地产发展政策建议 247
一、建立严格的市场准入制度 248
二、建立有效的旅游交换系统 248
第十二章 2008年中国旅游地产发展趋势 250
第一节 未来旅游地产发展形势展望 250
一、优厚的旅游地产发展资源 250
二、规划、开发向专业化发展 251
第二节 2008年旅游房地产在我国的发展趋势 252
一、旅游房地产发展的环境日渐成熟 253
二、旅游房地产的市场需求潜力巨大 253
三、政策法规将直接影响旅游房地产的步伐 253
四、资金和品牌将成为旅游房地产未来的决定力量 253
五、与国情适合与国际接轨的特色产品将不断出现 254
第三节 2008年旅游地产的发展趋势 254

一、旅游地产发展前景广阔 254
二、从“小旅游、大地产”到“大旅游、小地产” 255
三、旅游地产开发的多元化趋势加深 256
四、旅游地产投资开发重心将从销售转向经营 258
五、旅游地产需要全盘策划和动态规划 258
六、旅游地产的多方共赢趋势 259
第四部分 行业竞争格局分析
第十三章 中国主题公园市场竞争分析 261
第一节 中国主题公园的竞争力因素 261
一、OCT是中国主题公园的领跑者 261
二、现代主题公园竞争热的冷思考 268
第二节 中国主题公园取得竞争优势的要素 270
一、准确的主题选择 270
二、恰当的园址选择 271
三、独特的主题创意 272
四、深度的主题产品开发 273
五、灵活的营销策略 274
第十四章 中国主题公园及旅游地产的经典案例 276
第一节 成功案例分析 276
一、华侨城 276
二、杭州宋城 295
三、无锡太湖影视基地 296
四、中国首家军事主题公园 298
第二节 失败案例分析 299
一、江苏吴江福禄贝尔科幻乐园 299
二、海南中华人民族文化村 300
三、广东番禺飞龙世界游乐城 300
第三节 启示 301
图表目录
图表：2007年1季度-2008年1季度我国GDP变化情况 2
图表：2007年7月-2008年3月我国居民消费价格指数变化 2
图表：2008年1季度我国GDP增长变化 3
图表：2008年1季度分类别工业品出厂价格增长率 3
图表：2004-2008年1季度全社会固定资产投资情况 3
图表：2008年1季度我国税收收入及增长 4

图表：2008年1-4月CPI指数图 4
图表：2004-2008年6月国内生产总值增长趋势图 7
图表：2000-2008年6月城镇固定资产投资名义增速及实际增速 8
图表：2006-2008年5月我国出口累计同比增速对比 8
图表：2006-2008年5月社会消费品零售总额实际累计同比增速对比 9
图表：1993-2007年各国GDP增速 11
图表：2008年我国人均GDP预测 17
图表：汇率升值对旅游业影响的主要路径 17
图表：人均GDP与旅游业态存在一定对应关系（旅游范围视角） 18
图表：人均GDP与旅游业态存在一定对应关系（旅游目的视角） 18
图表：2005-2008年3月人民币升值明显并有所加速 20
图表：1985-2009年我国不同区域和阶层之间居民收入差距日益扩大 20
图表：1988-2005年我国部分区域人均GDP早已突破3000美元 21
图表：2008年新方案下我国假期分散于7个月之中 28
图表：2008年1月开始实施的《国家法定节 假日调整方案》 29
图表：《带薪休假》规定的年休假天数与工作年限的对应 29
图表：黄金周实行后城镇居民旅游人数增长明显 30
图表：黄金周实行后城镇居民旅游消费脱离收入出现明显异动 31
图表：奥运前后举办城市国际入境旅游人数增长率变化情况 32
图表：2000-2008年我国旅游行业增长势头加快 32
图表：2008年1季度六大省市国内旅游人数较快增长 33
图表：2008年1季度入境旅游人数增速有所下降 34
图表：近几届奥运会期间举办城市的入境旅游者和国际旅游收入 34
图表：举办城市在奥运会会中入境人数有明显增长 35
图表：近几届奥运会举办期间入境旅游者约为参赛人数的23-41倍之间 35
图表：2008年春节 全国游客接待量和旅游收入下降明显 37
图表：2005-2008年3月旅游上升值背景下我国入境游客增速仍上升 38
图表：2008年我国国际旅游收入呈高速增长 38
图表：自然灾害通过影响消费心理、消费能力等途径对旅游业产生影响 39
图表：2008年短期内提价是影响景点行业业绩的重大因素 39
图表：2008年国内旅游人数保持快速增长 40
图表：2008年国内旅游收入保持快速增长 40
图表：1983-2008年旅游目的地开放速度明显加快 41
图表：2008年我国入境游客增长明显加速 41
图表：1999-2009年城镇居民和农村居民的收入差距日益扩大 49

图表：1996-2009年居民尤其是农村居民出游欲望渐趋强烈（从增速来看） 49
图表：1996-2009年居民尤其是农村居民出游欲望渐趋强烈（从出游率来看） 50
图表：1996-2009年居民国内旅游人均花费保持较快增长 50
图表：1994-2009年城镇、农村居民国内旅游人均花费保持较快增长 51
图表：2002-2007年我国国内居民出游率仍较低 51
图表：根据投资规模和市场腹地等对主题公园的分类 60
图表：根据主题内容不同对主题公园的分类 60
图表：全国部分倒闭的重要主题公园 61
图表：国外部分大型主题公园基本数据 72
图表：国外主题公园游客访问率比较 76
图表：1990-2000年全球主题公园发展状况 77
图表：顾客了解到各大主题公园的途径 108
图表：顾客偏好的游乐方式 108
图表：顾客的出游方式 109
图表：顾客希望主题公园的售票方式 109
图表：主题公园吸引顾客的促销方式 109
图表：主题公园赠送初体验会对顾客的吸引力 110
图表：优质的服务是否会增强主题公园的吸引力 110
图表：顾客在主题公园总的花费（不包含门票） 110
图表：去主题公园游玩的顾客的年龄 111
图表：去主题公园游玩的顾客的职业 111
图表：旅游地产产生和发展演变 175
图表：国外旅游地产产生和发展历程与启示 176
图表：我国旅游地产发展阶段 176
图表：我国旅游消费发展阶段 177
图表：国外旅游地产发展历程与启示列表 177
图表：旅游房地产的三大类型 178
图表：旅游房地产与传统房地产的区别 178
图表：华侨城开创的“旅游+房地产”经营模式 277
图表：深圳华侨城控股股份有限公司酒店地产项目开发流程 277
图表：华侨城主要地产项目概况 278
图表：2007-2008年深圳华侨城控股股份有限公司偿债能力分析 285
图表：2007-2008年深圳华侨城控股股份有限公司资本结构分析 286
图表：2007-2008年深圳华侨城控股股份有限公司经营效率分析 286
图表：2007-2008年深圳华侨城控股股份有限公司获利能力分析 287

图表：2007-2008年深圳华侨城控股股份有限公司发展能力分析 287
图表：2007-2008年深圳华侨城控股股份有限公司现金流量分析 288
图表：2007-2008年深圳华侨城控股股份有限公司投资收益分析 288
图表：2008-2009年深圳华侨城控股股份有限公司未来项目结转计划 288
图表：华侨城旅游景点简况一览表 289
图表：2008-2009年深圳华侨城控股股份有限公司主题公园业务概况 290
图表：2008-2009年深圳华侨城控股股份有限公司主题公园部分业绩预测 290
图表：2008-2010年深圳华侨城控股股份有限公司整体上市后盈利预测 291
图表：2008年深圳华侨城控股股份有限公司房地产开发主要盈利项目收入预测 291
图表：2009年深圳华侨城控股股份有限公司盈利预测 291
图表：2008-2009年深圳华侨城控股股份有限公司损益表预测 292
图表：2008-2010年深圳华侨城控股股份有限公司资产负债表 293
图表：2008-2010年深圳华侨城控股股份有限公司现金流量表 293
图表：2008-2010年深圳华侨城控股股份有限公司利润表 294
图表：2008-2010年深圳华侨城控股股份有限公司主要财务比率 294

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/200808/72098F7783657198.html