

2010-2015年中国主题公园 行业分析与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2010-2015年中国主题公园行业分析与投资战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201103/62874.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

目录

第一部分 发展现状与前景分析 1

第一章 全球主题公园发展概况 1

第一节 全球主题公园业的状况与趋势 1

一、全球主题公园行业特征 1

二、全球市场竞争因素分析 7

三、全球行业发展趋势 9

第二节 国外发达国家主题公园经营现状 11

一、英国 12

二、日本 12

三、美国 12

四、澳大利亚 13

第三节 国外主题公园发展经验探讨 13

一、选址的重要性 13

二、充分展现主题 13

三、强调游客参与 14

四、娱乐与教育相结合 14

五、主题公园与零售业相结合 14

六、价格策略多元化 14

七、完善的服务系统 15

八、经营规模化 15

第四节 世界主题公园的发展及其对中国的启示 16

一、全球主题公园业概况 16

二、全球主题公园的发展分析 18

三、对中国主题公园业的启示 19

第二章 中国主题公园发展概况 22

第一节 我国主题公园发展分析 22

一、中国主题公园产业前景分析 22

二、中国进入大型主题公园发展新时期 23

三、2010年我国主题公园顾客需求调查分析	24
四、中国主题公园连锁经营时代到来	27
五、主题公园的发展出路	28
六、我国主题公园走向分析	31
第二节 主要区域主题公园发展分析	35
一、长三角主题公园建设分析	35
二、四川再掀主题公园热潮	37
第三节 大型主题公园发展的影响因素	40
一、客源市场和交通条件	40
二、区域经济发展水平	41
三、城市旅游感知形象	42
四、空间集聚和竞争	44
第四节 主题公园与都市旅游目的地吸引力的互动分析	46
一、主题公园的与都市旅游的关系	46
二、主题公园是都市旅游目的地的重要旅游吸引物	48
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	48
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	49
第五节 主题公园差异化虚拟经营探讨	50
一、主题公园差异化虚拟经营的内涵	50
二、主题公园差异化虚拟经营的形式	51
三、主题公园差异化虚拟经营模式的建立流程	52
第六节 主题公园的盈利模式	53
一、主题公园盈利模式分析	53
二、主题公园再认识	55
三、主题公园盈利模式规划	57
第三章 我国主题公园行业发展现状	60
第一节 我国主题公园行业发展现状	60
一、主题公园行业品牌发展现状	60
二、主题公园行业消费市场现状	65
三、主题公园市场消费层次分析	66
四、我国主题公园市场走向分析	67

第二节 我国主题公园行业发展状况 77

一、2009年主题公园行业发展情况分析 77

二、2009年我国主题公园市场特点分析 81

三、2010年我国主题公园市场发展分析 82

四、2010年我国主题公园行业发展特点分析 83

第三节 中国主题公园行业供需分析 83

一、2009年中国主题公园市场供给总量分析 83

二、2009年中国主题公园市场供给结构分析 84

三、2009年中国主题公园市场需求总量分析 84

四、2009年中国主题公园市场需求结构分析 85

五、2010年中国主题公园市场供需平衡分析 85

第四章 不同角度看中国主题公园发展 87

第一节 从规划设计的角度论主题公园的发展 87

一、设计目标 87

二、设计主体 88

三、设计技能 89

第二节 从经营管理的角度论主题公园的发展 91

一、强化战略管理 92

二、在主题公园生命周期各阶段实施不同产营销策略 93

三、降低季节性影响 94

四、提高员工素质及加强内部管理 94

第三节 从宏观调控的角度论主题公园的发展 96

一、依据城市（地区）总体规划和旅游发展总体规划 96

二、旅游主管部门对主题公园的审批制度 97

三、对重大主题公园的建设给予有力支持 97

第五章 中国主题公园行业区域市场分析 99

第一节 华北地区主题公园行业分析 99

一、2009-2010年行业发展现状分析 99

二、环渤海滨海旅游地产 100

三、2010年华北地区主题公园发展动态 104

第二节 东北地区主题公园行业分析	105
一、2009-2010年行业发展现状分析	105
二、2010年哈尔滨主题公园发展动态	106
三、2010年沈阳主题公园发展动态	107
第三节 华东地区主题公园行业分析	107
一、2009-2010年行业发展现状分析	107
二、长三角休闲度假类旅游地产	109
三、2010年上海迪斯尼主题公园建设进程分析	110
第四节 华南地区主题公园行业分析	111
一、2009-2010年行业发展现状分析	111
二、海南热带海景旅游地产	112
三、2010年深圳主题公园发展动态	113
第五节 华中地区主题公园行业分析	113
一、2009-2010年行业发展现状分析	113
二、武汉主题公园发展分析	114
三、2010年华中地区汽车主题公园发展动态	116
第六节 西南地区主题公园行业分析	117
一、2009-2010年行业发展现状分析	117
二、2010年成都主题公园发展分析	117
三、2010年西南地区海洋主题公园发展动态	118
第七节 西北地区主题公园行业分析	119
一、2010年新疆主题公园发展动态	119
二、2010年陕西主题公园发展动态	119
第六章 主题公园行业投资与发展前景分析	121
第一节 2009年主题公园行业投资情况分析	121
一、2009年主题公园行业总体投资结构	121
二、2009年主题公园行业投资规模情况	121
三、2009年主题公园分行业投资分析	122
第二节 产业投资环境分析	123
一、宏观经济环境分析	123
二、政策行规环境分析	124

- 三、社会文化环境分析 126
- 四、中国宏观经济走势分析 126
- 五、2010-2015年中国消费趋势预测 128
- 六、2010-2015年中国经济风险预测 131
- 第三节 主题公园行业投资机会分析 132
 - 一、主题公园投资项目分析 132
 - 二、可以投资的主题公园模式 137
 - 三、2010年主题公园投资机会 139
 - 四、2010年主题公园投资新方向 140
- 第四节 主题公园行业发展前景分析 141
 - 一、主题公园市场发展前景分析 141
 - 二、我国主题公园市场蕴藏的商机 143
 - 三、后危机时代主题公园市场的发展前景 146
 - 四、2010-2015年主题公园市场面临的发展商机 147

第二部分 市场竞争格局与形势 150

第七章 主题公园行业竞争格局分析 150

第一节 主题公园行业集中度分析 150

- 一、主题公园市场集中度分析 150
- 二、主题公园区域集中度分析 154

第二节 主题公园行业竞争格局分析 154

- 一、2010年现代主题公园竞争的焦点分析 154
- 二、2010年我国主题公园国际竞争力分析 159
- 三、我国海洋主题公园竞争格局特点分析 161

第三节 主题公园行业的竞合机制分析 166

- 一、主题公园竞合机制的构建 166
- 二、主题公园竞合机制动因 167
- 三、主题公园竞合对象分析 169
- 四、主题公园竞合机制实施基础 171
- 五、主题公园竞合机制运行保障 173

第八章 2010-2015年中国主题公园行业发展形势分析 175

第一节 主题公园行业发展概况	175
一、主题公园行业发展特点分析	175
二、主题公园行业投资现状分析	177
三、主题公园行业总产值分析	180
四、主题公园行业技术发展分析	180
第二节 2009-2010年主题公园行业市场情况分析	181
一、主题公园行业市场发展分析	181
二、主题公园市场存在的问题	183
三、主题公园市场规模分析	185
第三部分 赢利水平与企业分析	186
第九章 中国主题公园行业整体运行指标分析	186
第一节 2009-2010年中国主题公园行业总体规模分析	186
一、行业总体数量分析	186
二、行业总体状况分析	186
第二节 2009-2010年中国主题公园行业财务指标总体分析	187
一、行业盈利能力分析	187
二、行业营运能力分析	187
三、行业发展能力分析	188
第十章 主题公园行业赢利水平分析	190
第一节 成本分析	190
一、主题公园运营成本特点分析	190
二、2009-2010年主题公园行业人工成本分析	190
第二节 盈利水平分析	191
一、2009-2010年主题公园盈利现状	191
二、主题公园行业盈利瓶颈分析	192
三、2010-2020年主题公园盈利前景分析	192
第十一章 主题公园行业盈利能力分析	194
第一节 中国主题公园产业发展特性分析	194
一、高投入高成本	194

- 二、明显的生命周期性 194
- 三、主题产品衍生产业尚未形成 195
- 四、客源市场集中在国内和亚洲文化圈 195
- 第二节 主题公园行业旅游地产模式分析 196
 - 一、旅游房产定义 196
 - 二、旅游房地产的类型 196
 - 三、旅游地产的兴起 197
 - 四、旅游地产的基本特征 198
- 第三节 中国主题公园旅游地产模式发展前景分析 199
 - 一、我国主题公园旅游地产模式潜力分析 199
 - 二、2010年旅游地产发展态势分析 203
 - 三、未来旅游地产发展趋势 210

第十二章 主题公园重点企业发展分析 216

第一节 成功案例分析 217

- 一、华侨城 217
- 二、香港迪士尼乐园 224
- 三、大唐芙蓉园 231
- 四、开封清明上河园 232

第二节 失败案例分析 233

- 一、江苏吴江福祿贝尔科幻乐园 233
- 二、海南中华民族文化村 233
- 四、广州世界大观 245

第三节 启示 247

- 一、影响主题公园发展的因素分析 247
- 二、经验总结分析 249

第四部分 投资策略与风险预警 256

第十三章 主题公园行业投资策略分析 256

第一节 行业发展特征 256

- 一、行业的周期性 256
- 二、行业的区域性 256

三、行业经营模式 256

第二节 行业投资形势分析 257

一、行业发展格局 257

二、行业进入壁垒 258

三、行业SWOT分析 259

第三节 主题公园行业投资效益分析 259

一、2009年主题公园行业投资状况分析 259

二、2009年主题公园行业投资效益分析 260

三、2010-2015年主题公园行业投资方向 260

四、2010-2015年主题公园行业投资建议 261

第四节 主题公园行业投资策略研究 264

一、产业模式复合化 264

二、合理设定投资回报期，保证运营资金 264

三、融资渠道畅通 265

四、探询市场化商业运作模式 266

第十四章 主题公园行业投资风险预警 268

第一节 影响主题公园行业发展的主要因素 268

一、2010年影响主题公园行业运行的有利因素 268

二、2010年影响主题公园行业运行的稳定因素 268

三、2010年我国主题公园行业发展面临的挑战 268

四、2010年我国主题公园行业发展面临的机遇 269

第二节 主题公园行业投资风险预警 269

一、2010-2015年主题公园行业市场风险预测 269

二、2010-2015年主题公园行业政策风险预测 270

三、2010-2015年主题公园行业经营风险预测 270

四、2010-2015年主题公园行业竞争风险预测 270

五、2010-2015年主题公园行业其他风险预测 271

第五部分 发展趋势与规划建议 273

第十五章 主题公园行业发展趋势分析 273

第一节 2010-2015年中国主题公园市场趋势分析 273

- 一、2009-2010年我国主题公园市场趋势总结 273
- 二、2010-2015年我国主题公园发展趋势分析 275
- 第二节 2010-2015年主题公园产品发展趋势分析 277
 - 一、宏观旅游主题公园的前景功能 277
 - 二、2010-2015年主题公园产品多元化发展趋势 282
- 第三节 2010-2015年中国主题公园行业供需预测 283
 - 一、2010-2015年中国主题公园供给预测 283
 - 二、2010-2015年中国主题公园需求预测 283

第十六章 主题公园企业管理策略建议 284

第一节 旅游房地产开发的基本模式 284

- 一、以旅游区域开发带动旅游房地产开发 284
- 二、以产权式酒店为主体的房地产开发 285
- 三、以度假地第二居所为主体的旅游房地产开发 286
- 四、经营服务类旅游房地产的开发 287
- 五、酒店式公寓的开发 288

第二节 旅游地产项目的成功基础 289

- 一、天生的资质 290
- 二、良好的题材 290
- 三、完善的规划 291
- 四、持续的投资 291
- 五、完备网络 291

第三节 旅游地产开发与生态景观保护 292

- 一、中华石苑凤凰岭风景区规划 293
- 二、郑州黄河大观 295
- 三、武汉盘龙城 295
- 四、天津珠江温泉城规划 297

第四节 促进旅游地产发展的策略 298

- 一、地产定位应面向国际 298
- 二、注重保护稀缺的生态景观资源 298
- 三、加强宏观及微观的把握能力 299

第五节 对我国主题公园品牌的战略思考 299

- 一、品牌的基本含义 299
- 二、品牌战略在企业发展中的重要性 300
- 三、主题公园品牌的特性和作用 301
- 四、主题公园品牌的价值战略 301
- 五、我国主题公园品牌竞争趋势 302
- 六、主题公园企业品牌发展战略 302
- 七、主题公园行业品牌竞争策略 303
- 第六节 提高主题公园企业竞争力的策略 303
 - 一、提高中国主题公园企业核心竞争力的对策 303
 - 二、影响中国主题公园企业核心竞争力的因素及提升途径 304
 - 三、提高中国主题公园企业竞争力的策略 304
- 第七节 迪斯尼主题公园成功经营策略 306
 - 一、品牌经营策略 306
 - 二、服务制胜策略 308
 - 三、产品创新策略 309
 - 四、灵活定价策略 310
 - 五、营销管理策略 311
 - 六、迪斯尼对中国大型主题乐园的启示 312
- 第八节 郴州主题公园建设的重要性及条件 315

图表目录：

- 图表 1：部分大型主题公园基本数据 2
- 图表 2：主题公园游客访问率比较 7
- 图表 3：欧洲、美国、日本主题公园的比较 11
- 图表 4：2007 -2009 年世界十大主题公园年接待游客人数情况如（单位：万人次） 16
- 图表 5：2007 -2009 年亚洲十大主题公园年接待游客人数情况（单位：万人次） 17
- 图表 6：顾客了解到各大主题公园的途径 24
- 图表 7：顾客偏好的游乐方式 24
- 图表 8：顾客的出游方式 25
- 图表 9：顾客希望主题公园的售票方式 25
- 图表 10：主题公园吸引顾客的促销方式 25
- 图表 11：主题公园赠送初体验会对顾客的吸引力 26

- 图表 12：优质的服务是否会增强主题公园的吸引力 26
- 图表 13：顾客在主题公园总的花费（不包含门票） 26
- 图表 14：去主题公园游玩的顾客的年龄 27
- 图表 15：去主题公园游玩的顾客的职业 27
- 图表 16：2009年国内生产总值的国内比较 42
- 图表 17：我国主题公园品牌定位举例 62
- 图表 18：我国主题公园品牌定位举例2 62
- 图表 19：2009年国内主题公园产业投资情况分析 121
- 图表 20：主题公园行业主要依据的法律法规、部门规章和规范性文件 125
- 图表 21：主题公园持续发展的影响因子系统 155
- 图表 22：主题公园的生命周期 159
- 图表 23：我国海洋主题公园区域分布 161
- 图表 24：2004-2009年我国大型主题公园入园人数（亿元） 185
- 图表 25：2004-2009年我国主题公园数量（家） 186
- 图表 26：2004-2009年我国大型主题公园入园人数（万人次） 186
- 图表 27：主题公园运营成本 190
- 图表 28：我国主题公园特征和主要代表作品 216
- 图表 29：2008-2009年3季度深圳华侨城控股股份有限公司每股指标 218
- 图表 30：2008-2009年3季度深圳华侨城控股股份有限公司获利能力表 219
- 图表 31：2008-2009年3季度深圳华侨城控股股份有限公司经营能力表 219
- 图表 32：2008-2009年3季度深圳华侨城控股股份有限公司偿债能力表 220
- 图表 33：2008-2009年3季度深圳华侨城控股股份有限公司资本结构表 220
- 图表 34：2008-2009年3季度深圳华侨城控股股份有限公司发展能力表 221
- 图表 35：2008-2009年3季度深圳华侨城控股股份有限公司现金流量分析表 222
- 图表 36：2008-2009年3季度深圳华侨城控股股份有限公司利润分配表 222
- 图表 37：飞龙世界1996～1999年游客数量统计(人次) 241
- 图表 38：我国主题公园行业SWOT分析 259
- 图表 39：2010-2015年中国主题公园供给预测 283

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201103/62874.html>