

2023-2029年中国主题公园 建设行业分析与市场运营趋势报告

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

《2023-2029年中国主题公园建设行业分析与市场运营趋势报告》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/202304/352588.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国主题公园建设行业分析与市场运营趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章 主题公园相关概述

第一节 主题公园的起源和发展

一、主题公园的起源

二、主题公园的历史沿革

三、主题公园的特点

四、主题公园的类型

第二节 主题公园是商业和旅游业结合的产物

第三节 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、客源市场集中在中国和亚洲文化圈

第四节 著名主题公园分布

一、欧洲地区

二、亚洲地区

第二章 2022-2023年国外主题公园产业运行态势分析

第一节 2022-2023年世界主题公园产业运行概况

第二节 2022-2023年世界主题公园产业动态分析

第三节 2022-2023年发达国家主题公园运行探析

一、英国

二、日本

三、美国

四、澳大利亚

第四节 世界主题公园发展的成功经验借鉴

- 一、选址的重要性
- 二、充分展现主题及强调游客参与
- 三、娱乐与教育相结合
- 四、主题公园与零售业相结合
- 五、价格策略多元化
- 六、完善的服务系统
- 七、经营规模化

第三章 中国主题公园产业运行环境解析

第一节 主题公园一般环境分析

- 一、政治环境
- 二、技术环境
- 三、社会文化环境
- 四、自然环境

第二节 主题公园产业环境分析

- 一、产业竞争强度分析
- 二、退出障碍和转移成本经济障碍
- 三、产业供应方
- 四、买方
- 五、潜在进入者
- 六、替代品

第三节 2022年中国宏观经济环境分析

第四节 中国主题公园发展的重要性

- 一、《主题公园服务规范》获国家立项
- 二、国家限制开发商借主题公园跑马圈地

第四章 2022-2023年中国主题公园产业运行态势分析

第一节 2022-2023年中国主题公园产业运行简况

- 一、中国主题公园的发展历程回顾
- 二、中国主题公园发展取得的成就

三、中国主题公园发展特色及区域分布

四、中国主题公园发展规划

第二节 中国主题公园与国外主题公园的SWOT分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机遇分析

四、挑战分析

第三节 2022-2023年中国主题公园的盈利能力现状分析

一、中国主题公园四大盈利模式

二、中国主题公园盈利现状形成的原因

三、世界著名主题公园的经营对我国主题公园的启示

第四节 主题公园与都市旅游目的地吸引力的互动浅析

一、都市旅游及都市旅游目的地吸引力分析

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 世博会与主题公园发展的互动影响分析

一、世博会对主题公园的起源与发展的影响

二、当今的世博会与主题公园的互动影响

三、世博会的主题公园化发展趋势

四、世博会与主题公园关联的实证分析

五、世博会和主题公园本质的差异

第六节 2022-2023年中国主题公园体验价值的创造分析

一、主题公园核心竞争力在于“体验价值”

二、体验价值在主题公园经营中的重要意义

三、影响主题公园体验价值的主要因素分析

四、华侨城主题公园体验价值的创造模式

第七节 体验经济时代中国主题公园的服务创新分析

一、主题公园迎合旅游者对旅游体验的多元化追求

二、体验经济的涵义及基本特征

三、主题公园服务内涵与现状分析

四、体验经济下主题公园服务创新思路

第五章 中国主题公园的建设新进展

第一节 主题公园建设应该注意的问题

- 一、主题公园的主题
- 二、城市人口与规模
- 三、城市交通
- 四、管理与服务
- 五、主题公园的产品

第二节 近几年中国主题公园的建设新进展

第三节 中国主题公园的建设新项目动态分析

第四节 部分地区主题公园的建设规划

第五节 主题公园建设中的景观设计分析

- 一、主题公园地形设计
- 二、主题公园建筑设计
- 三、主题公园植物设计
- 四、主题公园小品设计

第六节 主题公园之景观要素在北方地区的表现浅析

- 一、中国主题公园建设热潮概述
- 二、主题公园景观要素表现手法
- 三、实践案例的分析

第六章 中国主题公园细分市场探析

第一节 中国主题公园市场细分领域综述

- 一、中国主题公园缺乏可行性研究主题雷同或缺失
- 二、主题公园市场细分的必要性
- 三、以出游动机为划分标准的市场细分
- 四、主题公园细分市场的差异化战略

第二节 雕塑主题公园

- 一、雕塑主题公园的起源
- 二、雕塑主题公园的公共性分析
- 三、内蒙古雕塑艺术主题公园正式开放

第三节 影视主题公园

- 一、影视主题公园的基本概念和现状
- 二、中国影视主题公园的起步与发展
- 三、中国影视主题公园面临的问题以及发展前景

第四节 汽车主题公园

- 一、德国汽车城主题公园的景观设计
- 二、中国汽车主题公园打造城市新品牌
- 三、中国汽车主题公园引资建设的设想
- 四、厦门灌口建设汽车主题公园打造城市名片

第五节 其他主题公园

第七章 国内外著名主题公园产业运行浅析

第一节 迪斯尼乐园

- 一、迪士尼乐园简介
- 二、迪士尼主题公园启动全球扩建计划
- 三、迪斯尼主题公园成功经营策略
- 四、迪斯尼对我国主题公园发展的启示

第二节 香港海洋公园

- 一、香港海洋公园简介
- 二、香港海洋公园的发展战略解析
- 三、香港海洋公园的发展动态
- 四、香港海洋公园的差异化定位战略

第三节 华侨城主题公园

- 一、华侨城主题公园领航中国主题公园产业
- 二、华侨城主题公园第二轮全国布局启动
- 三、华侨城“欢乐谷”跻身世界主题公园产品前八强
- 四、华侨城主题公园开创旅游表演文化产业新模式

第四节 长隆欢乐世界

- 一、长隆欢乐世界简介
- 二、长隆游客首破千万跻身世界主题公园前列
- 三、庆长隆主题公园发展势头强劲
- 四、长隆海洋主题公园建设项目积极推进
- 五、长隆主题公园的营销新思维

第五节 中华恐龙园

- 一、中华恐龙园简介
- 二、中华恐龙园发展现状分析
- 三、中华恐龙园的产品优势及发展特点
- 四、中华恐龙园“5+2”成功模式的分析及启示
- 五、中华恐龙园面临的挑战及开发建议

第八章 2022-2023年中国主题公园的发展策略研究

第一节 2022-2023年中国主题公园产业热点问题探讨

- 一、主题公园主题产品衍生产业尚未形成
- 二、主题公园主题不鲜明及重复建设
- 三、主题公园生命周期偏短

第二节 中国主题公园发展的基本理念探析

- 一、时代背景下主题公园的价值导向
- 二、以大众文化为内涵
- 三、以综合效益为目标
- 四、以区位组合为关键

第三节 从规划设计的角度分析主题公园的发展对策

- 一、设计目标
- 二、设计主体
- 三、设计技能

第四节 从经营管理的角度分析主题公园的发展对策

- 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

第五节 从宏观调控的角度分析主题公园的发展对策

- 一、依据城市（地区）规划约束主题公园的投资建设
- 二、旅游主管部门实施严格的审批制度
- 三、对重大主题公园的建设给予有力支持

第六节 中国主题公园文化精致化发展的对策

- 一、主题公园文化特色探析

- 二、主题开发
- 三、精致的规划设计和施工
- 四、经营管理

第九章 2019-2022年中国主题公园竞争力探讨

第一节 现代主题公园竞争的五大焦点

- 一、空间竞争
- 二、市场体系
- 三、主导品牌
- 四、文化内涵
- 五、生命周期

第二节 主题公园企业取得竞争优势的必备要素

- 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

第三节 中国主题公园的竞争对策分析

- 一、培育核心能力
- 二、开展文化经营
- 三、构造顾客矩阵
- 四、提升品牌形象
- 五、推进营销创新
- 六、实施战略管理

第十章 2022-2023年中国主题公园的营销分析

第一节 2022-2023年中国主题公园营销方式分析

- 一、广告
- 二、数据库营销
- 三、活动策划
- 四、网络营销

第二节 2022-2023年中国主题公园营销中的文化缺失

一、前期规划

二、中期管理经营

三、后期主题公园产品的延续

四、文化是主题公园营销的灵魂

第三节 中国主题公园营销流程及推广策略选择

一、体验营销是主题公园营销的最好选择

二、主题公园营销的积木流程

三、强势品牌塑造

四、新产品开发

五、主题系列产品开发

第四节 中国主题公园营销模式的构建

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

第五节 中国主题公园的营销渠道策略分析

一、营销渠道策略构建概述

二、销售代理渠道

三、产品直销渠道

第十一章 2023-2029年中国主题公园投资前景预测

第一节 2022-2023年中国主题公园的投资背景

第二节 2022-2023年中国主题公园投资现状分析

第三节 2023-2029年中国主题公园的投资风险及建议

一、中国主题公园经营形势依旧严峻

二、中国主题公园衍生产品和其他盈利渠道的开发仍处于启蒙阶段

三、中国主题公园的投资建议

第四节 主题公园成功开发的因素分析

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

第五节 中国主题公园投资开发建设的策略分析

- 一、探询市场化商业运作模式
- 二、设计全新的游憩方式
- 三、树立整合营销传播理念
- 四、加快公园经营管理人才的开发
- 五、实现多元化的盈利模式

第十二章 2023-2029年中国主题公园的前景趋势分析

第一节 2023-2029年中国主题公园的前景展望

第二节 2023-2029年中国主题公园未来前景乐观的因素

- 一、中国经济发展起决定性因素
- 二、旅游业本身
- 三、中国旅游业现状还不能适应中国人的需求
- 四、政府的导向和民间的取向

第三节 2023-2029年中国主题公园产业新趋势探析

- 一、中国主题公园的发展趋势预测
- 二、中国主题公园未来发展的战略性趋势
- 三、未来珠三角主题公园格局将发生变局

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202304/352588.html>