

2010-2015年中国主题公园 行业深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2010-2015年中国主题公园行业深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/lyyou1012/H827161KFI.html>

【报告价格】纸介版6000元 电子版7000元 纸介+电子8000元

【出版日期】2010-12-20

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

→报告说明

博思数据研究中心发布的《2010-2015年中国主题公园行业深度调研与投资前景研究报告》共十六章。首先介绍了主题公园行业相关概述、中国主题公园产业运行环境等，接着分析了中国主题公园行业的现状，然后介绍了中国主题公园行业竞争格局。随后，报告对中国主题公园行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国主题公园产业发展前景与投资预测。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。

→内容简介

主题公园是现代旅游业发展的主体内容之一，也是未来旅游业发展的重要趋势。中国的主题公园拥有广阔的发展前景。从数量上说，许多著名的大城市如天津、重庆、武汉、沈阳、西安等，都没有一个真正意义上的主题公园。2010年起，中国将进入一个大型主题公园发展的新时期。2010年开始的中国大型主题公园发展新时期，将有如下突出特点：市场竞争激烈。随着中国经济的崛起和中国城市化进程的加快，主题公园这种都市型旅游休闲产品将逐渐成为人们闲暇游憩的主要消费对象。中国将成为世界主题公园巨头竞争的主场地。粤港地区、以上海为中心的长三角地区和国内主要城市，是业界主要争夺的市场。民族品牌的崛起。中国主题公园市场的崛起大大激发了本土品牌发展壮大的愿望，国内大型旅游公司、主题公园公司将加速发展。产品多元化。目前国内主题公园的经营状况总体来说是良莠不齐，一部分主题公园因气候条件优越、产品设施丰富、市场促销得当，受到游客追捧，营收赢利能力较好；一部分主题公园从开发建设之日起，就贴上了“为房地产开路”的标签，市场和经营工作不为投资者所重视，业绩平平；还有一部分主题公园因产品定位失当、经营管理不力，举步维艰，市场后劲不明显。2009年，能盈利的主题公园从原先只有10%上升到了25%，持平的占45%，亏损的企业占少数。说明现在正是主题公园发展的又一个时期。但任何投资都是投入越大，风险越大。在大家都一窝蜂要做主题公园的同时也危机四伏。没有灵魂的主题公园就将被淘汰。

中国将进入一个大型主题公园发展的新时期，除了国内品牌国际化、国际品牌国内化之外，在产品上也呈现多元化的趋势，集中为三个大的产品方向：一是出现大型的主题公园，投资规模在30亿元左右；二是出现生态、会议展览、休闲、体育相结合的度假区；三是出现接近国际市场又体现民族化的大型演艺“秀”。投资前景广阔。现在，各地不仅营造了良好的招商引资环境，而且对国际品牌和国内大型旅游企业给予空前的优惠条件，并在基

基础设施投入等方面进行大力配合。此外，还采取“大旅游”等先进的开发理念，将旅游发展与城市发展结合在一起，将大型旅游项目规划与城市规划结合在一起，非常注重对资源的利用和对环境的保护。现在，旅游业、包括主题公园业的发展前景日益被投资者看好，会有不同行业、不同企业的资金流向主题公园。其中，民营资本和境外资本的投资力度还会加大。未来25年至30年，中国可以容纳10个或更多的类似迪士尼规模的主题公园。未来5年，中国主题公园市场将超过每年100亿元水平。

→报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

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 11

二、日本 11

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 14

一、选址的重要性 14

二、充分展现主题 14

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 15

六、价格策略多元化 15

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 17
- 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 21

第一节 我国主题公园发展分析 21

- 一、中国主题公园产业前景分析 21
- 二、中国进入大型主题公园发展新时期 22
- 三、2010年我国主题公园顾客需求调查分析 23
- 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 36

第三节 大型主题公园发展的影响因素 38

- 一、客源市场和交通条件 38
- 二、区域经济发展水平 39
- 三、城市旅游感知形象 40
- 四、空间集聚和竞争 42

第四节 主题公园与都市旅游目的地吸引力的互动分析 43

- 一、主题公园的与都市旅游的关系 43
- 二、主题公园是都市旅游目的地的重要旅游吸引物 44
- 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 45
- 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 46

第五节 主题公园差异化虚拟经营探讨 47

- 一、主题公园差异化虚拟经营的内涵 47
- 二、主题公园差异化虚拟经营的形式 47
- 三、主题公园差异化虚拟经营模式的建立流程 48

第六节 主题公园的盈利模式 49

- 一、主题公园盈利模式分析 49
- 二、主题公园再认识 51

三、主题公园盈利模式规划 52

第三章 我国主题公园行业发展现状 58

第一节 我国主题公园行业发展现状 58

一、主题公园行业品牌发展现状 58

二、主题公园行业消费市场现状 60

三、主题公园市场消费层次分析 61

四、我国主题公园市场走向分析 63

第二节 我国主题公园行业发展状况 63

一、2009年主题公园行业发展情况分析 63

二、2009年我国主题公园市场特点分析 65

三、2010年我国主题公园市场发展分析 65

四、2010年我国主题公园行业发展特点分析 70

第三节 中国主题公园行业供需分析 73

一、2009年中国主题公园市场供给总量分析 73

二、2009年中国主题公园市场供给结构分析 73

三、2009年中国主题公园市场需求总量分析 73

四、2009年中国主题公园市场需求结构分析 74

五、2010年中国主题公园市场供需平衡分析 74

第四章 不同角度看中国主题公园发展 76

第一节 从规划设计的角度论主题公园的发展 76

一、设计目标 76

二、设计主体 77

三、设计技能 78

第二节 从经营管理的角度论主题公园的发展 79

一、强化战略管理 80

二、在主题公园生命周期各阶段实施不同产营销策略 80

三、降低季节性影响 81

四、提高员工素质及加强内部管理 81

第三节 从宏观调控的角度论主题公园的发展 82

一、依据城市（地区）总体规划和旅游发展总体规划 82

- 二、旅游主管部门对主题公园的审批制度 82
- 三、对重大主题公园的建设给予有力支持 83

第五章 中国主题公园行业区域市场分析 84

第一节 华北地区主题公园行业分析 84

- 一、2009-2010年行业发展现状分析 84
- 二、环渤海滨海旅游地产 84
- 三、2010年华北地区主题公园发展动态 85

第二节 东北地区主题公园行业分析 88

- 一、2009-2010年行业发展现状分析 88
- 二、2010年哈尔滨主题公园发展动态 89
- 三、2010年沈阳主题公园发展动态 89

第三节 华东地区主题公园行业分析 90

- 一、2009-2010年行业发展现状分析 90
- 二、长三角休闲度假类旅游地产 91
- 三、2010年上海迪斯尼主题公园建设进程分析 91

第四节 华南地区主题公园行业分析 93

- 一、2009-2010年行业发展现状分析 93
- 二、海南热带海景旅游地产 93
- 三、2010年深圳主题公园发展动态 94

第五节 华中地区主题公园行业分析 95

- 一、2009-2010年行业发展现状分析 95
- 二、武汉主题公园发展分析 95
- 三、2010年华中地区汽车主题公园发展动态 95

第六节 西南地区主题公园行业分析 96

- 一、2009-2010年行业发展现状分析 96
- 二、2010年成都主题公园发展分析 97
- 三、2010年西南地区海洋主题公园发展动态 100

第七节 西北地区主题公园行业分析 100

- 一、2010年新疆主题公园发展动态 100
- 二、2010年陕西主题公园发展动态 101

第六章 主题公园行业投资与发展前景分析	103
第一节 2009年主题公园行业投资情况分析	103
一、2009年主题公园行业总体投资结构	103
二、2009年主题公园行业投资规模情况	103
三、2009年主题公园分行业投资分析	104
第二节 产业投资环境分析	105
一、宏观经济环境分析	105
二、政策行规环境分析	139
三、社会文化环境分析	145
四、中国宏观经济走势分析	158
五、2010-2015年中国消费趋势预测	169
六、2010-2015年中国经济风险预测	181
第三节 主题公园行业投资机会分析	185
一、主题公园投资项目分析	185
二、可以投资的主题公园模式	190
三、2010年主题公园投资机会	191
四、2010年主题公园投资新方向	199
第四节 主题公园行业发展前景分析	202
一、主题公园市场发展前景分析	202
二、我国主题公园市场蕴藏的商机	203
三、后危机时代主题公园市场的发展前景	204
四、2010-2015年主题公园市场面临的发展商机	205

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 主题公园行业竞争格局分析 207

第一节 主题公园行业集中度分析 207

一、主题公园市场集中度分析 207

二、主题公园区域集中度分析 207

第二节 主题公园行业竞争格局分析 207

一、2010年现代主题公园竞争的焦点分析 207

二、2010年我国主题公园国际竞争力分析 210

三、我国海洋主题公园竞争格局特点分析 211

第三节 主题公园行业的竞合机制分析 215

一、主题公园竞合机制的构建 215

二、主题公园竞合机制动因 216

三、主题公园竞合对象分析 217

四、主题公园竞合机制实施基础 219

五、主题公园竞合机制运行保障 220

第八章 2010-2015年中国主题公园行业发展形势分析 223

第一节 主题公园行业发展概况 223

一、主题公园行业发展特点分析 223

二、主题公园行业投资现状分析 223

三、主题公园行业总产值分析 224

四、主题公园行业技术发展分析 224

第二节 2009-2010年主题公园行业市场情况分析 225

一、主题公园行业市场发展分析 225

二、主题公园市场存在的问题 227

三、主题公园市场规模分析 230

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国主题公园行业整体运行指标分析 233

第一节 2009-2010年中国主题公园行业总体规模分析 233

一、行业总体数量分析 233

二、行业总体状况分析 233

第二节 2009-2010年中国主题公园行业财务指标总体分析 234

一、行业盈利能力分析 234

二、行业营运能力分析 234

三、行业发展能力分析 234

第十章 主题公园行业赢利水平分析 235

第一节 成本分析 235

一、主题公园运营成本特点分析 235

二、2009-2010年主题公园行业人工成本分析 235

第二节 盈利水平分析 237

- 一、2009-2010年主题公园盈利现状 237
- 二、主题公园行业盈利瓶颈分析 237
- 三、2010-2020年主题公园盈利前景分析 238

第十一章 主题公园行业盈利能力分析 239

第一节 中国主题公园产业发展特性分析 239

- 一、高投入高成本 239
- 二、明显的生命周期性 239
- 三、主题产品衍生产业尚未形成 240
- 四、客源市场集中在国内和亚洲文化圈 240

第二节 主题公园行业旅游地产模式分析 240

- 一、旅游房产定义 240
- 二、旅游房地产的类型 241
- 三、旅游地产的兴起 243
- 四、旅游地产的基本特征 244

第三节 中国主题公园旅游地产模式发展前景分析 246

- 一、我国主题公园旅游地产模式潜力分析 246
- 二、2010年旅游地产发展态势分析 250
- 三、未来旅游地产发展趋势 258

第十二章 主题公园重点企业发展分析 264

第一节 成功案例分析 264

- 一、华侨城 264
- 二、香港迪士尼乐园 280
- 三、大唐芙蓉园 284
- 四、开封清明上河园 286

第二节 失败案例分析 287

- 一、江苏吴江福祿贝尔科幻乐园 287
- 二、海南中华民族文化村 288
- 三、广东番禺飞龙世界游乐城 288
- 四、广州世界大观 289

第三节 启示 292

一、影响主题公园发展的因素分析 292

二、经验总结分析 292

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 主题公园行业投资策略分析 295

第一节 行业发展特征 295

一、行业的周期性 295

二、行业的区域性 295

三、行业经营模式 295

第二节 行业投资形势分析 297

一、行业发展格局 297

二、行业进入壁垒 298

三、行业SWOT分析 298

第三节 主题公园行业投资效益分析 300

一、2009年主题公园行业投资状况分析 300

二、2009年主题公园行业投资效益分析 300

三、2010-2015年主题公园行业投资方向 300

四、2010-2015年主题公园行业投资建议 302

第四节 主题公园行业投资策略研究 304

一、产业模式复合化 305

二、合理设定投资回报期，保证运营资金 305

三、融资渠道畅通 306

四、探询市场化商业运作模式 306

第十四章 主题公园行业投资风险预警 310

第一节 影响主题公园行业发展的主要因素 310

一、2010年影响主题公园行业运行的有利因素 310

二、2010年影响主题公园行业运行的稳定因素 310

三、2010年我国主题公园行业发展面临的挑战 311

四、2010年我国主题公园行业发展面临的机遇 311

第二节 主题公园行业投资风险预警 311

- 一、2010-2015年主题公园行业市场风险预测 311
- 二、2010-2015年主题公园行业政策风险预测 312
- 三、2010-2015年主题公园行业经营风险预测 312
- 四、2010-2015年主题公园行业竞争风险预测 314
- 五、2010-2015年主题公园行业其他风险预测 314

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 主题公园行业发展趋势分析 315

第一节 2010-2015年中国主题公园市场趋势分析 315

- 一、2009-2010年我国主题公园市场趋势总结 315
- 二、2010-2015年我国主题公园发展趋势分析 315

第二节 2010-2015年主题公园产品发展趋势分析 318

- 一、宏观旅游主题公园的前景功能 318
- 二、2010-2015年主题公园产品多元化发展趋势 320

第三节 2010-2015年中国主题公园行业供需预测 321

- 一、2010-2015年中国主题公园供给预测 321
- 二、2010-2015年中国主题公园需求预测 321

第十六章 主题公园企业管理策略建议 322

第一节 旅游房地产开发的基本模式 322

- 一、以旅游区域开发带动旅游房地产开发 322
- 二、以产权式酒店为主体的房地产开发 323
- 三、以度假地第二居所为主体的旅游房地产开发 324
- 四、经营服务类旅游房地产的开发 325
- 五、酒店式公寓的开发 325

第二节 旅游地产项目的成功基础 326

- 一、天生的资质 327
- 二、良好的题材 327
- 三、完善的规划 328
- 四、持续的投资 328
- 五、完备的网络 328

第三节 旅游地产开发与生态景观保护 329

一、中华石苑凤凰岭风景区规划	329
二、郑州黄河大观	331
三、武汉盘龙城	332
四、天津珠江温泉城	333
第四节 促进旅游地产发展的策略	334
一、地产定位应面向国际	334
二、注重保护稀缺的生态景观资源	334
三、加强宏观及微观的把握能力	334
第五节 对我国主题公园品牌的战略思考	335
一、品牌的基本含义	335
二、品牌战略在企业发展中的重要性	335
三、主题公园品牌的特性和作用	336
四、主题公园品牌的价值战略	337
五、我国主题公园品牌竞争趋势	337
六、主题公园企业品牌发展战略	338
七、主题公园行业品牌竞争策略	339
第六节 提高主题公园企业竞争力的策略	340
一、提高中国主题公园企业核心竞争力的对策	340
二、影响中国主题公园企业核心竞争力的因素及提升途径	344
三、提高中国主题公园企业竞争力的策略	345
第七节 迪斯尼主题公园成功经营策略	348
一、品牌经营策略	349
二、服务制胜策略	349
三、产品创新策略	351
四、灵活定价策略	352
五、营销管理策略	352
六、迪斯尼对中国大型主题乐园的启示	353

图表目录：

图表：国外部分 大型主题公园基本数据 2

图表：国外主题公园游客访问率比较 6

图表：全球主题公园发展状况 7

图表：顾客了解到各大主题公园的途径 24

图表：顾客偏好的游乐方式 24

图表：顾客的出游方式 24

图表：顾客希望主题公园的售票方式 25

图表：主题公园吸引顾客的促销方式 25

图表：主题公园赠送初体验会对顾客的吸引力 25

图表：优质的服务是否会增强主题公园的吸引力 26

图表：顾客在主题公园总的花费（不包含门票） 26

图表：去主题公园游玩的顾客的年龄 27

图表：去主题公园游玩的顾客的职业 27

图表：2005-2009年国内生产总值 105

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度 106

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度 106

图表：2005-2009年年末国家外汇储备 107

图表：2005-2009年财政收入 107

图表：2005-2009年粮食产量 108

图表：2005-2009年工业增加值 109

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度 110

图表：2009年1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度 111

图表：2005-2009年建筑业增加值 111

图表：2005-2009年全社会固定资产投资 112

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 112

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力 113

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况 113

图表：2005-2009年社会消费品零售总额 114

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度 115

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度 116

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度 116

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 117

图表：2005-2009年货物进出口总额 117

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度 117

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 119

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 119

图表：2005-2009年年末电话用户数 120

图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度 121

图表：2005-2009年城乡居民人民币储蓄存款余额 121

图表：2005-2009年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 122

图表：2009年人口数及其构成 124

图表：2005-2009年农村居民人均纯收入 125

图表：2005-2009年城镇居民人均纯收入 125

图表：2009-2010年我国消费者物价指数走势图 129

图表：2009-2010年我国生产者物价指数走势图 130

图表：2009-2010年我国GDP走势增长图 130

图表：2010年1月我国宏观经济景气指数 138

图表：2010年2月我国宏观经济景气指数 138

图表：2010年3月我国宏观经济景气指数 138

图表：2010年4月我国宏观经济景气指数 138

图表：2010年5月我国宏观经济景气指数 138

图表：2010年6月我国宏观经济景气指数 138

图表：2010年7月我国宏观经济景气指数 139

图表：2010年8月我国宏观经济景气指数 139

图表：2010年9月我国宏观经济景气指数 139

图表：2009年1月我国消费者信心指数 149

图表：2009年2月我国消费者信心指数 150

图表：2009年3月我国消费者信心指数 150

图表：2009年4月我国消费者信心指数 150

图表：2009年5月我国消费者信心指数 150

图表：2009年6月我国消费者信心指数 150

图表：2009年7月我国消费者信心指数 150

图表：2009年8月我国消费者信心指数 150

图表：2009年9月我国消费者信心指数 151

图表：2009年10月我国消费者信心指数 151

图表：2009年11月我国消费者信心指数 151

图表：2009年12月我国消费者信心指数 151

图表：2010年1月我国消费者信心指数 151

图表：2010年2月我国消费者信心指数 151

图表：2010年3月我国消费者信心指数 152

图表：2010年4月我国消费者信心指数 152

图表：2010年5月我国消费者信心指数 152

图表：2010年6月我国消费者信心指数 152

图表：2010年7月我国消费者信心指数 152

图表：2010年8月我国消费者信心指数 152

图表：2010年9月我国消费者信心指数 153

图表：2009年12月我国居民消费价格分类指数 153

图表：2010年1月我国居民消费价格分类指数 153

图表：2010年2月我国居民消费价格分类指数 154

图表：2010年3月我国居民消费价格分类指数 154

图表：2010年4月我国居民消费价格分类指数 155

图表：2010年5月我国居民消费价格分类指数 155

图表：2010年6月我国居民消费价格分类指数 156

图表：2010年7月我国居民消费价格分类指数 156

图表：2010年8月我国居民消费价格分类指数 157

图表：2010年9月我国居民消费价格分类指数 157

图表：2010年10月我国居民消费价格分类指数 158

图表：旅游房地产开发、投资价值比较 243

图表：华侨城开创的“旅游+房地产”经营模式 265

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 265

图表：华侨城主要地产项目概况 266

图表：2010年6月深圳华侨城控股股份有限公司主营业务按行业构成数据统计 277

图表：2010年6月深圳华侨城控股股份有限公司主营业务按产品构成数据统计 277

图表：2010年3月深圳华侨城控股股份有限公司主营业务按地区构成数据统计 278

图表：2009-2010年深圳华侨城控股股份有限公司偿债能力分析 278

图表：2009-2010年深圳华侨城控股股份有限公司资本结构分析 278

图表：2009-2010年深圳华侨城控股股份有限公司经营效率分析 279

图表：2009-2010年深圳华侨城控股股份有限公司获利能力分析 279

图表：2009-2010年深圳华侨城控股股份有限公司发展能力分析 280

图表：2009-2010年深圳华侨城控股股份有限公司现金流量分析 280

图表：2009-2010年深圳华侨城控股股份有限公司投资收益分析 280

图表：中国主题公园经营分类表 296

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，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、国际景区及主题公园协会、国内外相关刊物杂志的基础信息以及主题公园研究单位等公布和提供的大量资料，结合对主题公园相关企业的实地调查，对我国主题公园行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展的调查，对我国主题公园行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展的调查，对主题公园行业进行深入研究，并重点分析了主题公园行业的前景与风险。报告揭示了主题公园市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/lyyou1012/H827161KFI.html>