

中国主题公园产业运营模式分析及发展策略研究报告2023-2029年

产品名称	中国主题公园产业运营模式分析及发展策略研究报告2023-2029年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

产品详情

中国主题公园产业运营模式分析及发展策略研究报告2023-2029年*****

*****【报告编号】362727【出版日期】2023年2月【出版机构】

中研华泰研究院【交付方式】EMIL电子版或特快专递【报告价格】纸质版:6500元 电子版:6800元
纸质版+电子版:7000元【联系人员】

刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 章 主题公园相关概述 第二章

2020-2022年国际主题公园发展状况及经验借鉴 2.1 2020-2022年世界主题公园发展综述 2.1.1

行业发展现状 2.1.2 产业发展规模 2.1.3 主题公园排名 2.1.4 企业模式分析 2.1.5 行业发展动态 2.1.6

疫情影响分析 2.1.7 运营趋势剖析 2.2 2020-2022年全球部分地区主题公园市场发展状况 2.2.1

北美地区 2.2.2 亚太地区 2.2.3 拉美和墨西哥 2.3 世界主题公园发展的成功经验分析 2.3.1

选址的重要性 2.3.2 充分展现主题 2.3.3 强调游客参与 2.3.4 娱乐与教育相结合 2.3.5

与零售业相结合 2.3.6 价格策略多元化 2.3.7 完善的服务系统 2.3.8 经营规模化发展 第三章

2020-2022年中国主题公园的发展环境分析 3.1 政策环境分析 3.1.1 产业政治环境综述 3.1.2

产业管理体制分析 3.1.3 旅游行业相关政策 3.1.4 主题公园相关政策 3.1.5 主题公园重点政策 3.2

经济环境分析 3.2.1 国际经济形势 3.2.2 宏观经济概况 3.2.3 固定资产投资 3.2.4 居民收入水平 3.2.5

居民消费结构 3.2.6 宏观经济展望 3.3 产业环境分析 3.3.1 文化企业营业收入 3.3.2

旅游业发展热点 3.3.3 旅游业运行状况 3.3.4 旅游业发展趋势 3.3.5 疫情对旅游的影响 3.3.6

文旅融合发展路径 第四章 2020-2022年中国主题公园市场全面发展分析 4.1

中国主题公园的发展综述 4.1.1 发展历程回顾 4.1.2 建设运营特点 4.1.3 发展特征分析 4.1.4

基本态势判断 4.2 2020-2022年中国主题公园市场运行分析 4.2.1 行业发展现状 4.2.2

行业市场规模 4.2.3 主题公园数量 4.2.4 区域布局状况 4.2.5 市场竞争格局 4.2.6 本土企业优势 4.2.7

市场发展业态 4.2.8 开发模式分析 4.2.9 疫情影响分析 4.3 中国主题公园产业的SWOT分析 4.3.1

发展优势分析 4.3.2 发展劣势分析 4.3.3 发展机遇分析 4.3.4 发展挑战分析 4.4

中国主题公园盈利能力分析 4.4.1 现行盈利模式 4.4.2 盈利模式特点 4.4.3 盈利不足问题 4.4.4

盈利不佳原因 4.4.5 国外盈利启示 4.4.6 盈利模式提升路径 4.4.7 优化盈利模式策略 4.5

中国主题公园运营方式分析 4.5.1 主题公园运营模式 4.5.2 主题公园经营问题 4.5.3

盈利结构待完善 4.5.4 轻资产方式拓展 4.5.5 IP创新发展机遇 4.5.6 运营效益影响因素 4.6

中国主题公园创新发展路径分析 4.6.1 主题公园产品创新 4.6.2 公园技术应用创新 4.6.3

主题活动创新 4.6.4 表演和服务创新 4.6.5 市场营销和管理装修 4.6.6 主题公园发展思路 第五章

2020-2022年中国主题公园规划建设研究 5.1 主题公园的建设开发条件 5.1.1 资源条件 5.1.2 区位条件 5.1.3 市场条件 5.1.4 规模条件 5.2 主题公园建设应该注意的问题 5.2.1 主题公园规划设计 5.2.2 主题公园的主题 5.2.3 主题公园管理与服务 5.2.4 主题公园的产品 5.3 主题公园建设中的景观设计分析 5.3.1 主题公园景观构成要素 5.3.2 主题公园地形设计 5.3.3 主题公园建筑设计 5.3.4 主题公园植物设计 5.3.5 主题公园小品设计 5.3.6 城市文化景观设计 5.4 主题公园建设与环境审计分析 5.4.1 公园建设与环境审计的关系 5.4.2 主题公园建设环境审计问题 5.4.3 主题公园建设环境审计措施 5.5

2020-2022年中国主题公园建设动态 5.5.1 天津泰达航母主题公园建设 5.5.2 北京环球度假区主题公园建设 5.5.3 赣州方特东方欲晓正式开园 5.5.4 延吉恐龙王国主题公园进展 第六章 2020-2022年主题公园细分市场建设发展状况 6.1 2020-2022年海洋主题公园的建设发展 6.1.1 海洋公园概念 6.1.2 发展历程分析 6.1.3 市场运行现状 6.1.4 盈利状况分析 6.1.5 市场竞争态势 6.1.6 公园建设规划 6.1.7 发展经验借鉴 6.1.8 公园发展建议 6.1.9 未来发展方向 6.2 2020-2022年影视主题公园的建设发展 6.2.1 公园发展历程 6.2.2 公园发展概况 6.2.3 公园发展模式 6.2.4 影视城发展 6.2.5 游客偏好分析 6.2.6 成都影视城现状 6.2.7 公园建设动态 6.2.8 游客开发问题 6.2.9 游客开发策略 6.2.10 行业发展前景 6.3 雕塑主题公园的建设发展 6.3.1 公园发展起源 6.3.2 公园发展现状 6.3.3 公园价值分析 6.3.4 国外公园 6.3.5 国内典型公园 6.3.6 主题公园设计 6.3.7 主题性雕塑公园 6.4 汽车主题公园的建设发展 6.4.1 德国汽车公园 6.4.2 市场建设设想 6.4.3 公园建设动态 6.4.4 典型公园分析 6.5 军事主题公园的建设发展 6.5.1 行业政策支持 6.5.2 市场需求分析 6.5.3 国外军事公园 6.5.4 国内军事公园 6.6 其他主题公园 6.6.1 动漫主题公园 6.6.2 历史主题公园 第七章 2020-2022年中国部分地区及城市主题公园发展状况 7.1 2020-2022年长三角地区主题公园发展分析 7.1.1 发展阶段沿革 7.1.2 行业发展现状 7.1.3 行业发展动态 7.1.4 典型公园介绍 7.1.5 市场竞争状况 7.1.6 行业竞合机制 7.1.7 存在问题分析 7.1.8 公园发展趋势 7.2 2020-2022年珠三角主题公园产业集群剖析 7.2.1 集群演进路径 7.2.2 集群发展条件 7.2.3 集群演进模式 7.2.4 区域发展现状 7.2.5 长隆主题公园 7.3 2020-2022年深圳主题公园发展分析 7.3.1 发展优势分析 7.3.2 整体发展综述 7.3.3 行业发展价值 7.3.4 行业发展问题 7.3.5 创新发展分析 7.3.6 企业布局状况 7.4 2020-2022年海南主题公园发展分析 7.4.1 行业发展优劣势 7.4.2 市场发展分析 7.4.3 区域布局规划 7.4.4 行业发展价值 7.4.5 行业发展问题 7.4.6 问题解决对策 7.4.7 公园建设态势 7.4.8 行业发展机遇 7.5 其他地区 7.5.1 北京市 7.5.2 山东省 7.5.3 福建省 第八章 2020-2022年国内外主题公园发展运营分析 8.1 迪士尼乐园 8.1.1 园区基本简介 8.1.2 基本业务构成 8.1.3 园区发展现状 8.1.4 乐园票价情况 8.1.5 商业模式分析 8.1.6 发展战略选择 8.1.7 竞争优势分析 8.1.8 园区发展启示 8.2 香港海洋公园 8.2.1 园区基本简介 8.2.2 行业发展环境 8.2.3 公园发展动态 8.2.4 竞争优势分析 8.2.5 公园面临挑战 8.2.6 公园转型策略 8.3 华侨城主题公园 8.3.1 园区基本简介 8.3.2 公园发展现状 8.3.3 运营模式分析 8.3.4 经营状况分析 8.3.5 公园布局规划 8.4 长隆欢乐世界 8.4.1 园区基本简介 8.4.2 旅游资源情况 8.4.3 园区经营状况 8.4.4 公园运营模式 8.4.5 核心优势分析 8.4.6 园区发展建议 8.4.7 园区规划方案 8.5 中华恐龙园 8.5.1 恐龙园基本简介 8.5.2 恐龙园业务架构 8.5.3 恐龙园发展历程 8.5.4 恐龙园旅游资源 8.5.5 恐龙园财务状况 8.5.6 恐龙园发展现状 8.5.7 恐龙园盈利模式 8.5.8 发展模式及启示 8.5.9 开发挑战及建议 第九章 2019-2022年中国主题公园市场投资主体经营状况分析 9.1 迪士尼 (The Walt Disney Company) 9.1.1 企业发展概况 9.1.2 市场运作模式 9.1.3 品牌价值开发 9.1.4 2020财年企业经营状况分析 9.1.5 2021财年企业经营状况分析 9.1.6 2022财年企业经营状况分析 9.2 深圳华侨城股份有限公司 9.2.1 企业发展概况 9.2.2 深圳欢乐谷发展 9.2.3 经营效益分析 9.2.4 业务经营分析 9.2.5 财务状况分析 9.2.6 核心竞争力分析 9.2.7 公司发展战略 9.2.8 未来前景展望 9.3 宋城演艺发展股份有限公司 9.3.1 企业发展概况 9.3.2 企业盈利模式 9.3.3 经营效益分析 9.3.4 业务经营分析 9.3.5 财务状况分析 9.3.6 核心竞争力分析 9.3.7 公司发展战略 9.3.8 未来前景展望 9.4 华强方特文化科技集团股份有限公司 9.4.1 企业发展概况 9.4.2 经营效益分析 9.4.3 业务经营分析 9.4.4 财务状况分析 9.4.5 商业模式分析 9.4.6 公司发展战略 9.4.7 未来前景展望 9.4.8 企业盈利模式 9.5 海昌海洋公园控股有限公司 9.5.1 企业发展概况 9.5.2 企业经营现状 9.5.3 2019年企业经营状况分析 9.5.4 2020年企业经营状况分析 9.5.5 2021年企业经营状况分析 第十章 中国主题公园发展策略研究 10.1 中国主题公园发展制约因素分析 10.1.1 客源市场条件 10.1.2 交通设施建设 10.1.3 主要影响因素 10.1.4 影响因素系统分析 10.2

中国主题公园发展存在的问题 10.2.1 主题选择趋同化 10.2.2 收入结构单一化 10.2.3 客源市场本地化 10.2.4 人力资源短缺化 10.2.5 主题乐园内核缺失 10.3 从规划设计的角度分析主题公园的发展对策 10.3.1 主题公园规划设计要点分析 10.3.2 主题公园规划设计影响因素 10.3.3 主题公园规划设计建议措施 10.4 从经营管理的角度分析主题公园的发展对策 10.4.1 强化战略管理 10.4.2 延迟生命周期策略 10.4.3 降低季节性影响 10.4.4 加强内部管理 10.5 从宏观调控的角度分析主题公园的发展对策 10.5.1 约束主题公园的投资建设 10.5.2 实施严格的审批制度 10.5.3 支持重大主题公园建设 10.6 中国主题公园文化精致化发展的对策 10.6.1 以文化内涵突破重围 10.6.2 主题公园文化特色探析 10.6.3 主题公园主题开发方向 10.6.4 精致的规划和施工 10.6.5 主题公园经营管理方法 10.7 主题公园的开发经营策略 10.7.1 市场导向策略 10.7.2 文化主导策略 10.7.3 本土特色策略 10.7.4 系统经济策略 10.7.5 资源整合策略 10.8 主题公园的发展模式思考 10.8.1 区位选择 10.8.2 开发模式选择 10.8.3 商业模式选择 10.9 主题乐园IP发展新路径 10.9.1 主题乐园IP发展基础 10.9.2 主题公园IP发展现状 10.9.3 主题公园IP发展特征 10.9.4 主题公园IP现有问题 10.9.5 主题公园IP发展对策 第十一章 2020-2022年中国主题公园竞争分析 11.1 中国主题公园竞争力指数分析 11.1.1 综合评价排名 11.1.2 区位竞争力评价 11.1.3 规模竞争力评价 11.1.4 项目吸引力评价 11.1.5 发展能力评价 11.2 主题公园产业竞争模型解析 11.2.1 产业竞争强度分析 11.2.2 企业退出障碍 11.2.3 产业供应方 11.2.4 满足买方需求 11.2.5 潜在进入者 11.2.6 替代品威胁 11.3 现代主题公园竞争焦点 11.3.1 空间竞争 11.3.2 市场体系 11.3.3 主导品牌 11.3.4 文化内涵 11.3.5 生命周期 11.4 主题公园企业取得竞争优势的必备要素 11.4.1 准确的主题选择 11.4.2 恰当的园址选择 11.4.3 独特的主题创意 11.4.4 深度的产品开发 11.4.5 灵活的营销策略 11.5 中国主题公园竞争对策分析 11.5.1 培育核心能力 11.5.2 开展文化经营 11.5.3 构造顾客矩阵 11.5.4 提升品牌形象 11.5.5 推进营销创新 11.5.6 实施战略管理 11.5.7 打造差异化和特色化 第十二章 2020-2022年中国主题公园营销分析 12.1 中国主题公园主要营销方式分析 12.1.1 广告营销 12.1.2 数据库营销 12.1.3 活动策划 12.1.4 网络营销 12.1.5 体验式营销 12.2 中国主题公园营销模式构建分析 12.2.1 有效准确的主题定位 12.2.2 激活市场的产品策略 12.2.3 灵活多变的价格策略 12.2.4 推拉结合的促销策略 12.2.5 主题公园消费者偏好 12.2.6 游客重游率提升策略 12.3 中国主题公园营销渠道策略分析 12.3.1 营销渠道策略 12.3.2 销售代理渠道 12.3.3 产品直销渠道 12.4 中国主题公园差异化营销策略分析 12.4.1 差异化营销策略概述 12.4.2 细分目标客户差异化选择 12.4.3 差异化产品营销策略制定 12.4.4 差异化营销定价策略分析 12.4.5 差异化市场营销渠道策略 12.4.6 差异化促销策略选择分析 12.4.7 营销组合策略案例分析 第十三章 中国主题公园投资潜力分析 13.1 中国主题公园投资背景分析 13.1.1 旅游业前景光明 13.1.2 消费群体支撑 13.1.3 国外资本影响 13.2 中国主题公园投资现状分析 13.2.1 投资模式分析 13.2.2 投资规模分析 13.2.3 投资领域分布 13.2.4 房企投资布局 13.2.5 盲目投资现象 13.3 中国水上主题公园商业投资模式分析 13.3.1 市场发展阶段 13.3.2 主要功能和载体 13.3.3 投资策略分析 13.3.4 投资步骤介绍 13.3.5 投资模式分析 13.4 中国主题公园投融资案例分析 13.4.1 华强方特投融资态势 13.4.2 华侨城投融资模式 13.4.3 常州恐龙园融资状况 13.4.4 融创文旅投资并购 13.5 中国主题公园的投资风险及建议 13.5.1 投资开发特殊性 13.5.2 衍生产品开发 13.5.3 主题公园投资建议 13.5.4 主题公园投资风险 13.6 中国主题公园成功开发的因素分析 13.6.1 主题选择与定位 13.6.2 主题公园区位选择 13.6.3 主题公园创意设计 13.6.4 主题产品开发与更新 13.6.5 主题公园文化内涵 13.7 中国主题公园投资开发建设的策略分析 13.7.1 市场化商业运作模式 13.7.2 设计全新的游憩方式 13.7.3 树立整合营销传播理念 13.7.4 加快公园管理人才开发 13.7.5 实现多元化的盈利模式 第十四章 2023-2029年中国主题公园前景趋势预测 14.1 中国主题公园未来增长驱动因素 14.1.1 城镇化率攀升 14.1.2 消费结构升级 14.1.3 政府支持发展 14.1.4 数字科技推动 14.1.5 基础设施改善 14.2 中国主题公园发展趋势分析 14.2.1 行业发展方向 14.2.2 区域发展形势 14.2.3 行业发展趋势 14.2.4 市场发展趋势 14.2.5 未来竞争格局 14.2.6 未来发展路径 14.2.7 商业化运作趋势 14.3 2023-2029年中国主题公园行业预测分析 14.3.1 2023-2029年中国主题公园行业影响因素分析 14.3.2 2023-2029年中国主题公园行业市场规模预测 图表目录 图表1 主题公园产业链构成 图表2 主题公园主要类型 图表3 2020年全球前25主题公园区域分布 图表4 全球主题公园集团 图表5

2020年全球top25主题公园游客数 图表6 2020年北美地区排名前20位的娱乐/主题公园 图表7
2020年亚太主题乐园top20 图表8 2020年拉美地区前10的娱乐/主题公园区域分布 图表9
2020年拉美地区前10的娱乐/主题公园相关数据排名 图表10
2020年拉美地区前10的水上乐园区域分布 图表11
2020年拉美地区前10的水上乐园相关数据排名 图表12
2015-2022年国家层面旅游行业相关政策汇总 图表13 地方层面旅游行业相关政策汇总 图表14
中国主题公园建设重点政策汇总（一） 图表15 中国主题公园建设重点政策汇总（二） 图表16
2016-2020年中国国内生产总值及其增长速度