

# 中国主题公园旅游产业动向分析及投资环境评估报告2024-2030年

产品名称	中国主题公园旅游产业动向分析及投资环境评估报告2024-2030年
公司名称	鸿晟信合研究网
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区日坛北路19号楼9层(08)(朝外孵化器0530)
联系电话	18513627985 18513627985

## 产品详情

中国主题公园旅游产业动向分析及投资环境评估报告2024-2030年

【全新修订】：2024年4月

【出版机构】：中赢信合研究网

【内容部分有删减·详细可参中赢信合研究网出版完整信息！】

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】：文本+电子版+光盘

【联系人】：何晶晶 顾佳

包含售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员

第1章：旅游行业发展的背景与阶段

1.1 旅游行业发展现状

### 1.1.1 中国国内旅游市场发展现状

- (1) 国内旅游人数
- (2) 国内旅游收入
- (3) 国内旅游人均花费

### 1.1.2 中国入境旅游市场发展现状

- (1) 入境旅游接待人数
- (2) 入境旅游外汇收入
- (3) 入境旅游客源情况
- (4) 入境旅游过夜游客数

### 1.1.3 中国黄金周旅游市场发展现状

- (1) “十一”黄金周旅游市场发展分析
- (2) 春节黄金周旅游市场发展分析

## 1.2 旅游行业发展环境

### 1.2.1 旅游行业政策环境分析

- (1) 国家支持旅游业发展
- (2) 国家支持西部地区旅游业发展
- (3) 国家扩大内需政策推动旅游市场规模扩大

### 1.2.2 旅游行业经济环境分析

- (1) 国际经济环境分析
- (2) 国内经济环境分析
- (3) 宏观经济环境对旅游行业的影响

### 1.2.3 旅游行业消费环境分析

- (1) 居民消费价格指数
- (2) 消费品零售市场分析
- (3) 居民消费性支出分析
- (4) 消费结构升级

## 1.2.4 旅游行业社会环境分析

(1) 法定节假日和带薪假期实施

(2) 人口年龄结构

(3) 社会结构

## 第2章：主题公园旅游界定与经营分析

### 2.1 主题公园旅游界定

### 2.2 主题公园数量规模分析

### 2.3 主题公园旅游收入规模分析

### 2.4 主题公园旅游效益情况分析

## 第3章：中国文化类主题公园旅游典型案例商业模式分析

### 3.1 文化类主题公园发展分析

#### 3.1.1 文化类主题公园发展现状

#### 3.1.2 文化类主题公园分布情况

#### 3.1.3 文化类主题公园经营分析

#### 3.1.4 文化类主题公园发展前景

### 3.2 中国民俗文化村商业模式分析

#### 3.2.1 公园商业模式分析

#### 3.2.2 公园经营情况分析

(1) 公园游客规模

(2) 公园重游率

(3) 公园收费情况

#### 3.2.3 公园成功经验借鉴

### 3.3 杭州宋城商业模式分析

#### 3.3.1 公园商业模式分析

#### 3.3.2 公园经营情况分析

(1) 公园游客规模

(2) 公园重游率

(3) 公园收费情况

3.3.3 公园成功经验借鉴

第4章：中国游乐类主题公园旅游典型案例商业模式分析

4.1 游乐类主题公园发展分析

4.1.1 游乐类主题公园发展现状

4.1.2 游乐类主题公园分布情况

4.1.3 游乐类主题公园经营分析

4.1.4 游乐类主题公园发展前景

4.2 欢乐谷商业模式分析

4.2.1 公园商业模式分析

4.2.2 公园经营情况分析

(1) 公园游客规模

(2) 公园重游率

(3) 公园收费情况

4.2.3 公园成功经验借鉴

4.3 芜湖方特欢乐世界商业模式分析

4.3.1 公园商业模式分析

4.3.2 公园经营情况分析

(1) 公园游客规模

(2) 公园重游率

(3) 公园收费情况

4.3.3 公园成功经验借鉴

第5章：中国观光类主题公园旅游典型案例商业模式分析

5.1 观光类主题公园发展分析

5.1.1 观光类主题公园发展现状

## 5.1.2 观光类主题公园分布情况

## 5.1.3 观光类主题公园经营分析

## 5.1.4 观光类主题公园发展前景

## 5.2 东部华侨城商业模式分析

### 5.2.1 公园商业模式分析

### 5.2.2 公园经营情况分析

#### (1) 公园游客规模

#### (2) 公园重游率

#### (3) 公园收费情况

### 5.2.3 公园成功经验借鉴

## 5.3 深圳世界之窗商业模式分析

### 5.3.1 公园商业模式分析

### 5.3.2 公园经营情况分析

#### (1) 公园游客规模

#### (2) 公园重游率

#### (3) 公园收费情况

### 5.3.3 公园成功经验借鉴

## 第6章：中国情景模拟类主题公园旅游典型案例商业模式分析

## 6.1 情景模拟类主题公园发展分析

### 6.1.1 情景模拟类主题公园发展现状

### 6.1.2 情景模拟类主题公园分布情况

### 6.1.3 情景模拟类主题公园经营分析

### 6.1.4 情景模拟类主题公园发展前景

## 6.2 横店影视城商业模式分析

### 6.2.1 公园商业模式分析

### 6.2.2 公园经营情况分析

(1) 公园游客规模

(2) 公园重游率

(3) 公园收费情况

6.2.3 公园成功经验借鉴

6.3 中视传媒无锡影视基地商业模式分析

6.3.1 公园商业模式分析

6.3.2 公园经营情况分析

(1) 公园游客规模

(2) 公园重游率

(3) 公园收费情况

6.3.3 公园成功经验借鉴

图表目录

图表1：2019-2023年中国国内旅游人数及预测（单位：亿人次，%）

图表2：2019-2023年中国国内旅游收入（单位：亿元，%）

图表3：2019-2023年中国国内旅游人均花费及增长率（单位：元，%）

图表4：2023年中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%）

图表5：2023年中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%）

图表6：2023年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）

图表7：2023年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）

图表8：2023年中国入境旅游客源结构（单位：%）

图表9：2023年外国人入境旅游目的（单位：%）

图表10：2023年入境旅游外国人年龄结构（单位：%）

图表11：2023年入境旅游外国人性别结构（单位：%）

图表12：2023年中国入境旅游主要客源市场情况（单位：%）

图表13：2023年中国入境旅游过夜游客数（单位：万人次，%）

图表14：2023年中国入境旅游过夜游客数（单位：万人次，%）

图表15：2019-2023年“十一”黄金周旅游人数及增长率（单位：万人次，%）

图表16：2019-2023年“十一”黄金周旅游收入及增长率（单位：亿元，%）

图表17：2019-2023年春节黄金周旅游人数及增长率（单位：万人次，%）

图表18：2019-2023年春节黄金周旅游收入及增长率（单位：亿元，%）

图表19：各旅游区的规划及政策研究

图表20：2019-2023年全球主要经济体经济增长速度（单位：%）

图表21：2019-2023年各项全球PMI指数变动情况

图表22：2023年季度欧盟经济增长速度（单位：%）

图表23：2023年季度主要新兴市场经济体货币升、贬值情况（单位：%）

图表24：2019-2023年全球大宗商品价格和石油价格指数走势图

图表25：2019-2023年全球主要经济体经济增速及预测分析（单位：%）

图表26：2019-2023年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表27：2019-2023年规模以上工业增加值增速走势及预测（单位：%）

图表28：2019-2023年中国全社会固定资产投资及增长情况（单位：亿元，%）

图表29：2019-2023年中国居民消费价格月度涨跌幅度（单位：%）

图表30：2023年中国居民消费价格比上年涨跌幅度（单位：%）

图表31：2019-2023年中国社会消费品零售总额及其增长情况（单位：亿元，%）

图表32：2023年中国人均消费性支出情况（单位：元，%）

图表33：2023年中国人均消费性支出结构（单位：%）

图表34：2023年中国法定节假日安排

图表35：2023年与2018年中国人口年龄结构表（单位：万人，%）

图表36：2023年与2018年中国人口年龄结构图（单位：%）

图表37：2019-2023年中国人口年龄结构变化趋势（单位：%）

图表38：中国目前“金字塔型”社会结构具体表现

图表39：中国民俗文化村经营优劣势分析

图表40：中国民俗文化村门票价格情况（单位：元/人，元/张）

图表41：中国民俗文化村表演收费情况（单位：元/人）

图表42：2019-2023年杭州宋城旅游发展股份有限公司营收能力分析（单位：万元）

图表43：2019-2023年杭州宋城旅游发展股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表44：2019-2023年杭州宋城旅游发展股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表45：2019-2023年杭州宋城旅游发展股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表46：2019-2023年杭州宋城旅游发展股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表47：杭州宋城经营优劣势分析

图表48：杭州宋城景区门票价格情况（单位：元/人）

图表49：中国主要游乐类主题公园门票（通票）价格情况（单位：元/人）

图表50：欢乐谷经营优劣势分析

图表51：深圳欢乐谷门票价格情况（单位：元/人）

图表52：深圳欢乐谷年卡价格情况（单位：元/张）

图表53：深圳欢乐谷服务设施收费情况（单位：元/人）

图表54：北京欢乐谷门票价格情况（单位：元/人）

图表55：成都欢乐谷门票价格情况（单位：元/张）

图表56：武汉欢乐谷门票价格情况（单位：元/张）

图表57：武汉欢乐谷门票价格情况（单位：元/张）

图表58：芜湖方特欢乐世界经营优劣势分析

图表59：2019-2023年深圳华侨城股份有限公司营收能力分析（单位：万元）

图表60：2019-2023年深圳华侨城股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表61：2019-2023年深圳华侨城股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表62：2019-2023年深圳华侨城股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表63：2019-2023年深圳华侨城股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表64：东部华侨城经营优劣势分析

图表65：东部华侨城门票价格情况（单位：元/人）

图表66：深圳世界之窗经营优劣势分析



图表67：中国主要情景模拟类主题公园门票（联票）价格情况（单位：元/人）

图表68：横店影视城经营优劣势分析

图表69：中视传媒无锡影视基地经营优劣势分析