

# 2021-2027年中国主题公园及旅游地产行业供需策略分析及市场供需预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国主题公园及旅游地产行业供需策略分析及市场供需预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202010/903259.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

智研咨询发布的《2021-2027年中国主题公园及旅游地产行业供需策略分析及市场供需预测报告》共十六章。首先介绍了主题公园及旅游地产行业市场发展环境、主题公园及旅游地产整体运行态势等，接着分析了主题公园及旅游地产行业市场运行的现状，然后介绍了主题公园及旅游地产市场竞争格局。随后，报告对主题公园及旅游地产做了重点企业经营状况分析，最后分析了主题公园及旅游地产行业发展趋势与投资预测。您若想对主题公园及旅游地产产业有个系统的了解或者想投资主题公园及旅游地产行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第一章 主题公园产业相关概述

#### 第一节 主题公园基础概述

- 一、主题公园的起源
- 二、中国主题公园的发展历程
- 三、主题公园的意义

#### 第二节 主题公园的相关概述

- 一、主题公园特色
- 二、主题公园的分类
- 三、著名的主题公园点评

#### 第三节 中国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、客源市场集中在国内和亚洲文化圈

#### 第四节 主题公园对旅游业的作用及意义

- 一、主题公园与旅游业的关系
- 二、主题公园与都市旅游目的地吸引力的互动分析

### 第二章 旅游地产业阐述

#### 第一节 中国旅游地产概况

- 一、旅游房产界定及意义

## 二、旅游房地产的类型

## 三、旅游地产的兴起

### 第二节 旅游房产发展背景

#### 一、国际旅游房产发展背景

#### 二、中国旅游房产发展背景

### 第三节 发展旅游地产的前景与现实意义

#### 一、旅游地产的前景展望

#### 二、旅游地产的现实意义

#### 三、旅游地产的产业特点

#### 四、旅游地产的发展对策

## 第三章 2020年全球主题公园产业所属行业运行现状分析

### 第一节2020年全球主题公园所属行业状况分析

#### 一、全球主题公园行业特征

#### 二、全球市场竞争因素分析

#### 三、全球行业发展趋势

### 第二节2020年国外发达国家主题公园所属行业经营现状分析

#### 一、英国

#### 二、日本

#### 三、美国

#### 四、澳大利亚

### 第三节 国外主题公园发展经验探讨

#### 一、选址的重要性

#### 二、充分展现主题

#### 三、强调游客参与

#### 四、娱乐与教育相结合

#### 五、主题公园与零售业相结合

#### 六、价格策略多元化

#### 七、完善的服务系统

#### 八、经营规模化

### 第四节2020年世界主题公园的发展及其对中国的启示

#### 一、全球主题公园业概况

#### 二、全球主题公园的发展分析

#### 三、对中国主题公园业的启示

## 第四章2020年世界旅游地产业运行形态分析

### 第一节2020年世界旅游房地产开发理念的演进过程

一、单一的大中型文化主题公园

二、综合性、区域性开发的雏形

三、大型旅游休闲社区的出现

第二节2020年旅游房地产项目开发分析

一、旅游房地产项目开发的原则

二、项目开发中应特别注意的问题

第五章 2020年不同视角剖析中国主题公园发展——点评

第一节 从规划设计的角度论主题公园的发展

一、设计目标

二、设计主体

三、设计技能

第二节 从经营管理的角度论主题公园的发展分析

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

第三节 从宏观调控的角度论主题公园的发展分析

一、依据城市（地区）总体规划和旅游发展总体规划

二、旅游主管部门对主题公园的审批制度

三、对重大主题公园的建设给予有力支持

第六章 2020年中国主题公园所属行业发展态势分析

第一节 2020年中国主题公园产业运行总况

一、中国主题公园将迎来“黄金时代”

二、中国主题公园经营状况分析

三、中国海洋主题公园的时空分布

第二节2020年我国主题公园发展分析

一、主题公园的引进与输出

二、中国主题公园建设存在的问题

三、主题公园应走出西方化误区

四、我国主题公园顾客需求调查分析

五、主题公园成功运作的关键

第三节2020年主要区域主题公园发展分析

一、深圳主题公园的发展

二、长三角主题公园投资建设情况

第七章2020年中国主题公园所属行业经营及盈利模式分析

## 第一节2020年大型主题公园发展的影响因素

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

## 第二节2020年主题公园差异化虚拟经营探讨

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

## 第三节2020年主题公园的盈利模式

- 一、经营增长盈利模式
- 二、物业增值盈利模式
- 三、品牌延伸盈利模式
- 四、客源共享盈利模式

## 第八章 2020年中国旅游地产发展分析

### 第一节2020年旅游地产的发展现状分析

- 一、旅游地产的发展特点
- 二、旅游房地产的优势特征分析
- 三、旅游房地产的发展契机与潜力

### 第二节2020年我国旅游地产发展前景

- 一、旅游地产的兴起是经济发展的必然结果
- 二、旅游地产充分发展的“瓶颈”因素分析
- 三、促进旅游地产发展的若干思考

### 第三节 2020年旅游地产发展态势分析

- 一、中国旅游地产现状分析
- 二、突破旅游地产的发展瓶颈
- 三、旅游地产迎来黄金时代

## 第九章 2020年中国旅游地产区域市场发展格局分析

### 第一节 全国旅游地产分布情况及区域比较

- 一、海南热带海景旅游地产
- 二、长三角休闲度假类旅游地产
- 三、环渤海滨海旅游地产
- 四、中西部旅游地产

### 第二节 中国主题公园行业区域分布

- 一、北京主题公园行业发展分析

二、上海主题公园行业发展分析

三、广州主题公园行业发展分析

四、深圳主题公园行业发展分析

五、江苏主题公园行业发展分析

六、浙江主题公园行业发展分析

七、湖南主题公园行业发展分析

八、湖北主题公园行业发展分析

九、江西主题公园行业发展分析

十、河南主题公园行业发展分析

十一、四川主题公园行业发展分析

十二、云南主题公园行业发展分析

十三、山东主题公园行业发展分析

十四、辽宁主题公园行业发展分析

第十章 主题公园运营和典型案例

第一节 中国文化类主题公园运营和典型案例分析

一、文化类主题公园发展分析

二、文化类主题公园特色分析

三、文化类主题公园经营分析

四、典型文化类主题公园分析

1、中国民俗文化村分析

2、杭州宋城分析

第二节 中国游乐类主题公园运营和典型案例分析

一、游乐类主题公园发展分析

二、游乐类主题公园特色分析

三、游乐类主题公园经营分析

四、典型游乐类主题公园分析

1、欢乐谷分析

2、芜湖方特欢乐世界分析

第三节 中国观光类主题公园运营和典型案例分析

一、观光类主题公园发展分析

二、观光类主题公园特色分析

三、观光类主题公园经营分析

四、典型观光类主题公园分析

1、东部华侨城分析

2、世界之窗分析

#### 第四节 中国情景模拟类主题公园运营和典型案例分析

- 一、情景模拟类主题公园发展分析
- 二、情景模拟类主题公园特色分析
- 三、情景模拟类主题公园经营分析
- 四、典型情景模拟类主题公园分析

##### 1、横店影视城分析

##### 2、中视传媒无锡影视基地分析

#### 第十一章 2016-2020年中国主题公园发展趋势分析

##### 第一节 2016-2020年主题公园总体发展趋势

- 一、主题突出文化性
- 二、技术体现互动性
- 三、内容追求娱乐性
- 四、项目偏重参与性
- 五、氛围张扬刺激性
- 六、景观回归真实性
- 七、付款刷卡便捷性
- 八、规模凸现扩张性

##### 第二节 2016-2020年主题公园的发展趋势分析

- 一、宏观旅游主题公园的前景功能
- 二、主题公园的发展方向
- 三、主题公园的专业化经营趋势
- 四、主题公园的发展趋势
- 五、主题公园经营情况预测

##### 第三节 2016-2020年我国主题公园发展预测分析

- 一、民族品牌发展趋势
- 二、产品多元化发展趋势
- 三、投资前景预测

##### 第四节 2016-2020年旅游地产发展趋势分析

- 一、优厚的旅游地产发展资源
- 二、规划、开发向专业化发展
- 三、旅游地产发展趋势

#### 第十二章 2020年中国主题公园及旅游地产行业投资环境分析

##### 第一节 2020年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析



三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2020年中国主题公园及旅游地产行业政策环境分析

一、中国旅游业发展政策导向分析

二、中国各省促进旅游业发展的政策

三、甲型流感对旅游行业的影响

第三节 2020年中国主题公园及旅游地产行业社会环境分析

一、我国旅游消费需求分析

二、我国国内旅游消费的主要特征

三、假日旅游消费最大潜力分析

四、我国居民旅游消费意愿分析

五、中国旅游经济运行数据

六、全国房地产市场数据监测

第十三章 2016-2020年中国主题公园所属行业投资分析

第一节 2020年中国主题公园投资概况

一、主题公园投资情况环境

二、“婚庆主题公园”的发展前景

三、中国主题公园投资价值分析

第二节 2020年中国主题公园的投资建设

第十四章 2020年中国旅游地产投资概况

第一节 多角度分析旅游房地产业发展机遇

一、从资本市场分析

二、从社会角度分析

三、从政策法规角度分析

第二节 2016-2020年中国旅游地产投资前景预测

一、旅游地产渐成楼市新宠

二、旅游地产成为新的投资热点

三、旅游地产投资情况

四、旅游地产投资潜力

五、城市旅游地产投资分析

第十五章 2020年中国主题公园产业发展策略分析

第一节 主题公园市场化商业运作模式分析

一、主题公园的发展现状

## 二、我国主题公园与国外主题公园的SWOT分析

### 三、商业设计步骤分析

#### 第二节 主题公园营销模式分析

##### 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

##### 五、双管齐下的渠道策略

#### 第三节 主题公园成功开发的要素

##### 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

##### 六、营销策略

#### 第四节 迪斯尼主题公园成功经营策略

##### 一、品牌经营策略

##### 二、服务制胜策略

##### 三、产品创新策略

##### 四、灵活定价策略

##### 五、营销管理策略

#### 第五节 迪斯尼对中国大型主题乐园的启示

##### 一、把主题公园作为品牌文化来推广

##### 二、快乐王国的氛围营造

##### 三、强大的整体营销策略

#### 第六节 中国首个自主创新主题公园连锁品牌解构

### 第十六章 2016-2020年中国旅游地产发展策略分析 (ZYZS)

#### 第一节 2020年中国旅游房地产开发的基本模式

##### 一、以旅游区域开发带动旅游房地产开发

##### 二、以产权式酒店为主体的房地产开发

##### 三、以度假地第二居所为主体的旅游房地产开发

##### 四、经营服务类旅游房地产的开发

##### 五、酒店式公寓的开发

#### 第二节 2020年旅游地产项目的成功基础

##### 一、天生的资质

二、良好的题材

三、完善的规划

四、持续的投资

五、完备的网络

第三节2020年中国旅游地产开发与生态景观保护

第四节2016-2020年中国促进旅游地产发展的策略

一、地产定位应面向国际

二、注重保护稀缺的生态景观资源

三、加强宏观及微观的把握能力

第五节2016-2020年中国旅游地产发展政策建议

一、发展政策建议

二、建立严格的市场准入制度

三、建立有效的旅游交换系统

第六节2016-2020年中国二线城市旅游地产差异化经营

图表目录：

图表：根据投资规模和市场腹地等对主题公园的分类

图表：根据主题内容不同对主题公园的分类

图表：全国部分 倒闭的重要主题公园

图表：国外部分 大型主题公园基本数据

图表：国外主题公园游客访问率比较

图表：全球主题公园发展状况

图表：顾客了解到各大主题公园的途径

图表：顾客偏好的游乐方式

图表：顾客的出游方式

图表：顾客希望主题公园的售票方式

图表：主题公园吸引顾客的促销方式

图表：主题公园赠送初体验会对顾客的吸引力

图表：优质的服务是否会增强主题公园的吸引力

图表：顾客在主题公园总的花费

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202010/903259.html>