

# 2024-2030年中国主题公园行业竞争现状及投资策略 略研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国主题公园行业竞争现状及投资策略研究报告》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/202110/977420.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

为方便行业人士或投资者更进一步了解主题公园行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国主题公园行业竞争现状及投资策略研究报告》（以下简称《报告》）。报告对中国主题公园市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保主题公园行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年主题公园行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能主题公园从业者抢跑转型赛道。

主题公园是根据某个特定主题或内容，集诸多娱乐活动、休闲要素和服务接待设施于一体的现代旅游目的地。从游客游览层面可以把主题公园分为四大类：观光型（如：世界之窗、三亚蜈支洲岛）；体验型（如：欢乐谷）；参与型（如：宋城千古情、横店影视城）；全域型（如：迪士尼、环球影城）。根据目前国内主题公园内容特征，将主题公园主要分为：游乐、演艺、度假、海洋、水上、自然及历史六类。

目前游乐场/器械类主题公园占据半壁江山，但无论是传统单一器械类游乐场（如：欢乐谷），还是以旅游演艺为核心的景区（如：宋城千古情），或是海洋动物主题景区（如：长隆、海昌等），均通过扩建场馆、叠加街区场景、开发新项目以及配套旅游设施，向休闲度假业态过渡。

2012-2019年，我国国内旅游市场规模快速增长，数据显示，2019年我国国内旅游人次数达到60.06亿人次，国内旅游总花费为5.73万亿元，国内旅游市场达到历史最高，旅游收入占国内GDP总值5.81%。2019-2023年全球旅游市场受疫情因素影响，市场大幅衰减，2023年随着我国疫情政策优化，上半年国内旅游人次数达到23.84亿人次，同比增长63.9%，2023年上半年国内旅游总花费2.30万亿元，同比增长95.9%，随着国内旅游市场景气度回暖，主题公园旅游有望持续受益。

从国内主题公园现状来看，就数量及类型而言，近年来受疫情因素影响，我国主题公园建设趋缓，数据显示，2022年中国主题公园数量约为3180家，同比增长0.95%。其中较大主题公园占比13%左右，中小型主题公园占比87%。

随着我国经济近年来高速发展，主题公园行业也迎来蓬勃发展势头，2019年我国主题公园客流量达到2.2亿人次，2021年主题公园客流量再创新高，约为2.3亿人次，2022年疫情原因，国内主题公园客流量降至1.48亿人次。2023年旅游市场高景气度带动，国内主题公园客流量有望恢复至疫情前水平。

从全球主题公园市场来看，2022年欧美及中东地区主题公园市场火热，亚太地区市场处于回升过程。数据显示，从整体上来看，全球TOP25主题公园整体客流量达到1.78亿人次，同比增长26.27%。细分区域方面，巴黎迪士尼、艾夫特琳乐园和冒险港等区域内最受欢迎的景点都在2022年创下历史新高，该区域总体游客量已恢复至2019年水平的98%，随着2022年市场限制放宽，此前被压抑的需求亦得到释放，大部分景点都吸引了数量可观的游客，2023年全球主题公园市场规模将保持增长态势。

就国内市场而言，相较于全球市场恢复至疫情前水平，国内市场较为惨淡。国内主要主题公园仅有部分恢复至疫情前70%-80%以上的客流量，排名较为靠前的几大主题公园客流量较2021年下降在40%以上，如横琴长隆海洋王国客流量同比下降41%，长隆欢乐世界同比下降41%，深圳世界之窗、上海欢乐谷分别同比下降54%、62%，国内香港地区迪士尼乐园和海洋公园客流量保持持平或上升。整体而言，国内市场受疫情反复影响，主题公园市场惨淡，预计2023年国内主题公园市场有望回暖至2019年的80%水平及以上。

《2024-2030年中国主题公园行业竞争现状及投资策略研究报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是主题公园领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

## 第一章 主题公园相关概述

### 1.1 主题公园的定义和内涵

#### 1.1.1 主题公园的概念

#### 1.1.2 主题公园的涵义

#### 1.1.3 主题公园产业链构成

### 1.2 主题公园的起源和发展

#### 1.2.1 主题公园的起源

#### 1.2.2 主题公园的历史沿革

#### 1.2.3 主题公园的特点

#### 1.2.4 主题公园的类型

### 1.3 中国主题公园产业特性分析

#### 1.3.1 高投入高成本

#### 1.3.2 生命周期性

#### 1.3.3 主题产品衍生

#### 1.3.4 客源市场集中

## 1.4 中国主题公园发展的重要性

### 1.4.1 中国主题公园建设发展的意义

### 1.4.2 对区域经济发展具有推动作用

### 1.4.3 成为城市旅游形象的新名片

## 第二章 2019-2023年国际主题公园发展状况及经验借鉴

### 2.1 2019-2023年世界主题公园发展综述

#### 2.1.1 行业发展历程

#### 2.1.2 产业发展现状

#### 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 市场竞争格局

#### 2.1.7 影响分析

#### 2.1.8 运营趋势剖析

### 2.2 2019-2023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

#### 2.2.4 欧洲地区

### 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 2019-2023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 主题公园监管政策

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 国内生产总值

3.2.3 固定资产投资

3.2.4 居民收入水平

3.2.5 人均消费支出

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 旅游业运行状况

3.3.3 细分市场收入规模

3.3.4 旅游业客源分析

3.3.5 旅游业发展特点

3.3.6 旅游业发展趋势

3.3.7 旅游的影响

3.3.8 文旅融合发展路径

#### 第四章 2019-2023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 2019-2023年中国主题公园市场运行分析

4.2.1 主题公园数量

4.2.2 主题公园收入

4.2.3 行业运营现状

4.2.4 公园类别占比

4.2.5 区域布局状况

4.2.6 市场竞争格局

4.2.7 本土企业优势

4.2.8 市场发展业态

4.2.9 开发模式分析

### 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 2019-2023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 2019-2023年中国主题公园建设动态

## 第六章 2019-2023年主题公园细分市场建设发展状况

- 6.1 2019-2023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 2019-2023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 长三角公园现状



- 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 国外著名公园
  - 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
- 6.5 军事主题公园的建设发展
- 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 2019-2023年中国部分地区及城市主题公园发展状况

- 7.1 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023年国内外著名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 公园经营现状
  - 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 公园盈利模式

#### 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 恐龙园业务收入

#### 8.5.7 恐龙园发展优势

#### 8.5.8 恐龙园盈利模式

#### 8.5.9 发展模式及启示

#### 8.5.10 开发挑战及建议

## 第九章 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 企业经营状况分析

#### 9.1.5 业务经营分析

#### 9.1.6 主题公园业务

### 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 主题公园业务

#### 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

### 9.3 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

### 9.4 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 企业盈利模式

#### 9.4.3 经营效益分析

#### 9.4.4 业务经营分析

#### 9.4.5 财务状况分析

#### 9.4.6 公司发展战略

## 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 精致的规划设计和施工
  - 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 2019-2023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 2019-2023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 项目投资现状
- 13.2.5 房企投资布局
- 13.2.6 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 2024-2030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 未来发展格局
  - 14.2.3 行业发展前景
  - 14.2.4 行业发展趋势
  - 14.2.5 未来发展路径
  - 14.2.6 战略趋势分析
  - 14.2.7 商业化运作趋势
- 14.3 2024-2030年中国主题公园行业预测分析
  - 14.3.1 2024-2030年中国主题公园行业影响因素分析
  - 14.3.2 2024-2030年中国主题公园行业市场营业收入预测

图表目录：部分

- 图表1：主题公园的类型
  - 图表2：行业适用的主要产业政策
  - 图表3：2019-2023年中国国内游客人次走势
  - 图表4：主题公园的发展历程
  - 图表5：2019-2023年中国主题公园数量及门票收入情况
  - 图表6：主题公园选址要点
  - 图表7：不同规模的主题公园选址特征
  - 图表8：国内部分游乐园门票情况
  - 图表9：2019-2023年中国主题公园人流量情况
  - 图表10：2019-2023年中国主题公园门票价格情况
  - 图表11：2023年游乐类主题公园经营情况
  - 图表12：2023年情景模拟类主题公园消费群体分布
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/977420.html>