

2023-2028中国主题公园旅游最佳商业模式分析与开发策略报告

目 录

CONTENTS

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
 - 1) 美国经济环境概况
 - 2) 日本经济环境概况
 - 3) 欧洲经济环境概况
- (2) 国内经济环境分析
 - 1) 中国GDP及增长情况
 - 2) 中国三次产业结构
 - (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

2.1.1 主题公园的定义

2.1.2 主题公园的特点

2.1.3 主题公园的发展阶段

- (1) 初级阶段：1989年-1997年
- (2) 复制阶段：1998年-2005年
- (3) 快速增长阶段：2006年-2015年
- (4) 综合发展阶段：2016年至今

2.1.4 《国民经济行业分类与代码》中主题公园行业归属

2.2 主题公园数量规模分析

2.2.1 我国主题公园发展数量分析

2.2.2 我国主题公园区域分布

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
 - (1) 杭州宋城
 - (2) 清明上河园
- 3.1.4 文化类主题公园收费对比
- 3.1.5 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
 - (1) 公园简要介绍
 - (2) 公园主题特色
- 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
 - (1) 公园简要介绍
 - (2) 公园主题特色
- 3.3.2 公园经营情况分析
 - (1) 公园游客规模
 - (2) 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
 - (1) 中国游乐类主题公园发展概况
 - (2) 中国游乐类主题公园规模
- 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
 - (1) 欢乐谷
 - (2) 杭州乐园
 - (3) 北京石景山游乐园
- 4.1.4 游乐类主题公园收费对比
- 4.1.5 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
 - (1) 公园简要介绍
 - (2) 公园主题特色
- 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
 - (1) 公园简要介绍
 - (2) 公园主题特色
- 4.3.2 公园经营情况分析
 - (1) 公园游客规模
 - (2) 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
 - (1) 东部华侨城
 - (2) 大连圣亚海洋世界
- 5.1.4 观光类主题公园收费对比
- 5.1.5 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
 - (1) 公园简要介绍
 - (2) 公园主题特色
- 5.2.2 公园经营情况分析
 - (1) 公园游客规模
 - (2) 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
 - (1) 公园简要介绍
 - (2) 公园主题特色
- 5.3.2 公园经营情况分析
 - (1) 公园游客规模
 - (2) 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
 - (1) 情景模拟类主题公园发展概况
 - (2) 影视主题公园
 - (3) 情景模拟类主题公园规模
- 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
 - (1) 收入来源
 - (2) 盈亏情况
 - (3) 具体案例
- 6.1.4 情景模拟类主题公园收费对比
- 6.1.5 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
 - (1) 公园简要介绍
 - (2) 公园主题特色
- 6.2.2 公园经营情况分析
 - (1) 公园游客规模
 - (2) 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
 - (1) 公园简要介绍
 - (2) 公园主题特色
- 6.3.2 公园经营情况分析
 - (1) 公园游客规模
 - (2) 公园收费情况
- 6.3.3 公园成功经验借鉴

图表目录

图表1：2013-2023年中国国内旅游人数走势图（单位：亿人次，%）

图表2：2012-2023年中国国内旅游收入走势图（单位：万亿元，%）

- 图表3: 2012-2023年中国国内旅游人均花费及增长率(单位:元,%)
- 图表4: 2017-2023年中国入境旅游人数变化趋势(单位:亿人次,万人次)
- 图表5: 2019-2023年中国旅行社入境旅游营业收入及占比情况(单位:亿元,%)
- 图表6: 2023年中国旅行社入境旅游客源分布情况(单位:%)
- 图表7: 中国入境旅游过夜游客人数及占比变化趋势(单位:万人次,%)
- 图表8: 2008-2023年“十一”黄金周旅游人数及增长率情况(单位:亿人次,%)
- 图表9: 2008-2023年“十一”黄金周旅游收入及增长率(单位:亿元,%)
- 图表10: 2008-2023年春节黄金周旅游人数(单位:亿人次,%)
- 图表11: 2008-2023年春节黄金周旅游收入及增长率(单位:亿元,%)
- 图表12: 截至2024年1月我国旅游管理政策汇总
- 图表13: 截至2024年西部各地区的主要旅游政策汇总
- 图表14: 2012-2022年美国国内生产总值(以不变价格计算)变化情况(单位:万亿美元,%)
- 图表15: 2012-2022年日本国内生产总值(以现价计算)变化情况(单位:万亿日元,%)
- 图表16: 2012-2022年欧盟27国国内生产总值(以现价计算)变化情况(单位:万亿欧元,%)
- 图表17: 2010-2023年中国GDP增长走势图(单位:万亿元,%)
- 图表18: 2010-2023年中国三次产业结构(单位:%)
- 图表19: 2021-2023年中国CPI变化情况(单位:%)
- 图表20: 2018-2023年中国社会消费品零售总额变化情况(单位:万亿元,%)
- 图表21: 2010-2023年中国居民人均消费支出(单位:元)
- 图表22: 2023年中国居民消费结构(单位:%)
- 图表23: 2024年中国法定节假日安排
- 图表24: 2010-2023年中国人口年龄结构(单位:%)
- 图表25: 中国目前“金字塔型”社会结构具体表现
- 图表26: 国家发改委对主题公园不同等级的投资及面积要求(单位:亿元,亩)
- 图表27: 主题公园与其他形式场所的特点及特征区分
- 图表28: 中国主题公园发展阶段
- 图表29: 《国民经济行业分类与代码》中主题公园行业归属
- 图表30: 本报告涉及的我国1219家主题公园数量区域分布(单位:家)
- 图表31: 本报告涉及的我国1219家主题公园在各省市中的数量占比(单位:%)
- 图表32: 2020-2023年中国大型和特大型主题公园数量及营业收入(单位:家,亿元)
- 图表33: 我国主题公园经营效益结构(单位:%)
- 图表34: 中国主题公园经营状况不佳的主要原因
- 图表35: 我国文化类主题公园投资建设情况(单位:亿元,%,个,亿元/个,亩,亩/个)
- 图表36: 我国文化类主题公园区域分布(单位:个)
- 图表37: 2010-2023年杭州宋城旅游区主营业务收入变化情况(单位:万元,%)
- 图表38: 2010-2023年开封清明上河园接待游客量变化情况(单位:万人次)
- 图表39: 疫情前后文化类主题公园收费对比(单位:元/人)
- 图表40: 中国民俗文化村官网图
- 图表41: 中国民俗文化村门票价格统计表(单位:元/人,元/张)
- 图表42: 中国民俗文化村表演收费统计表(单位:元/人)
- 图表43: 杭州宋城景区优势分析
- 图表44: 我国游乐类主题公园投资建设情况(单位:亿元,%,个,亿元/个,万亩,亩/个)
- 图表45: 本报告涉及的我国游乐类主题公园区域分布(单位:个)
- 图表46: 华侨城股份有限公司运营的欢乐谷主题公园总体情况(单位:亩,亿元,元)
- 图表47: 中国主要游乐类主题公园门票价格统计对比分析图(单位:元/人)
- 图表48: 九大欢乐谷基本情况介绍
- 图表49: 九大欢乐谷主题特色介绍
- 图表50: 九大欢乐谷游客规模介绍
- 图表51: 深圳欢乐谷门票价格一览表(单位:元/人)
- 图表52: 北京欢乐谷门票价格一览表(单位:元/人)
- 图表53: 北京欢乐谷年卡价格一览表(单位:元/张)
- 图表54: 成都欢乐谷门票价格一览表(单位:元/人)
- 图表55: 成都欢乐谷年卡价格一览表(单位:元/张)
- 图表56: 上海欢乐谷门票价格一览表(单位:元/人)
- 图表57: 上海欢乐谷年卡价格一览表(单位:元/张)
- 图表58: 武汉欢乐谷门票价格一览表(单位:元/人)
- 图表59: 武汉欢乐谷年卡价格一览表(单位:元/张)
- 图表60: 天津欢乐谷门票价格一览表(单位:元/人)
- 图表61: 天津欢乐谷年卡价格一览表(单位:元/张)

- 图表62: 重庆欢乐谷门票价格一览表 (单位: 元/人)
- 图表63: 重庆欢乐谷年卡价格一览表 (单位: 元/张)
- 图表64: 南京欢乐谷门票价格一览表 (单位: 元/人)
- 图表65: 南京欢乐谷年卡价格一览表 (单位: 元/张)
- 图表66: 西安欢乐谷门票价格一览表 (单位: 元/人)
- 图表67: 欢乐谷品牌建设介绍
- 图表68: 芜湖方特欢乐世界收费情况分析 (单位: 元/人)
- 图表69: 我国观光类主题公园投资建设情况 (单位: 亿元, %, 个, 亿元/个, 亩, 亩/个)
- 图表70: 本报告涉及的我国植物类主题公园区域分布 (单位: 个)
- 图表71: 本报告涉及的我国动物类主题公园区域分布 (单位: 个)
- 图表72: 本报告涉及的我国体验类主题公园区域分布 (单位: 个)
- 图表73: 本报告涉及的我国科普教育类主题公园区域分布 (单位: 个)
- 图表74: 2011-2023年大连圣亚海洋世界营业收入变化 (单位: 亿元, %)
- 图表75: 观光类主题公园收费对比 (单位: 元/人)
- 图表76: 东部华侨城主题特色分析
- 图表77: 2011-2023年节假日东部华侨城游客人次变化
- 图表78: 深圳东部华侨城门票 (成人票) 价格 (单位: 元/人)
- 图表79: 深圳东部华侨城年卡价格 (单位: 元/张)
- 图表80: 世界之窗主题特色分析
- 图表81: 2011-2023年节假日深圳世界之窗游客人次变化
- 图表82: 2021年世界之窗门票价格一览表 (单位: 元/人)
- 图表83: 2021年世界之窗年卡价格一览表 (单位: 元/张)
- 图表84: 深圳世界之窗一日游路线推荐
- 图表85: 我国情景模拟类主题公园投资建设情况 (单位: 亿元, %, 个, 亿元/个, 亩, 亩/个)
- 图表86: 本报告涉及的我国情景模拟类主题公园区域分布 (单位: 个)
- 图表87: 情景模拟类主题公园盈亏情况图 (单位: %)
- 图表88: 中国主要情景模拟类主题公园门票 (联票) 价格统计对比分析图 (单位: 元/人)
- 图表89: 情景模拟类主题公园发展前景分析
- 图表90: 2010-2024年横店影视城游客规模
- 图表91: 横店影视城单景区收费情况 (单位: 元)
- 图表92: 横店影视城套餐门票情况 (单位: 元)
- 图表93: 横店影视城成功因素分析
- 图表94: 中视传媒无锡影视基地特色分析
- 图表95: 中视传媒无锡影视基地成功因素分析

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!