

2025-2030年中国主题公园行业发展模式与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

——综述篇——

第1章：主题公园行业综述及数据来源说明

1.1 主题公园的界定

- 1.1.1 主题公园的定义
- 1.1.2 主题公园的特点
- 1.1.3 主题公园的发展阶段
 - 1、初级阶段：2016-2024年
 - 2、复制阶段：2017-2024年
 - 3、快速增长阶段：2015-2024年
 - 4、综合发展阶段：2024年至今
- 1.1.4 《国民经济行业分类与代码》中主题公园行业归属
- 1.1.5 主题公园行业监管
 - 1、中国主题公园主管部门
 - 2、中国主题乐园行业自律组织
- 1.1.6 主题公园标准化建设
 - 1、标准建设情况
 - 2、现行标准汇总

1.2 主题公园行业分类

1.3 主题公园专业术语说明

1.4 本报告研究范围界定说明

1.5 本报告数据来源及统计标准说明

- 1.5.1 本报告权威数据来源
- 1.5.2 本报告研究方法及统计标准说明

——现状篇——

第2章：中国主题公园行业发展现状

2.1 中国旅游行业发展现状

- 2.1.1 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
- 2.1.2 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
- 2.1.3 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

2.2 主题公园行业发展现状分析

- 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
- 2.2.3 我国主题公园区域建设分布
- 2.2.4 我国主题公园投资金额分布
- 2.2.5 我国主题公园占地面积分析
- 2.2.6 主题公园行业重游率分析
 - 1、主题公园重游调查分析
 - 2、主题公园重游率情况分析
 - 3、主题公园重游率低的原因
 - 4、提高主题公园重游率建议

2.3 主题公园应用VR场景发展情况与趋势分析

- 2.3.1 VR发展情况

- 1、VR行业发展概况
 - 2、VR设备发展情况
 - 3、VR软件发展情况
 - 4、VR技术发展情况
 - 5、VR行业政策发展情况
 - 2.3.2 主题公园应用VR场景发展情况
 - 1、主题公园应用VR场景介绍
 - 2、主题公园的VR场景建设情况
 - 3、国内主题公园VR项目阶段
 - 4、主题公园VR技术市场份额
 - 2.3.3 主题公园应用VR的优劣势
 - 2.3.4 主题公园应用VR的商业化分析
 - 2.3.5 主题公园VR场景应用的发展前景
 - 2.4 主题公园轻资产模式运营分析**
 - 2.4.1 主题公园轻资产模式定义
 - 2.4.2 主题公园轻资产模式现状分析
 - 2.4.3 华强方特授权投资扩张模式分析
 - 1、合资模式的轻资产扩张
 - 2、“轰炸”式营销推广品牌
 - 3、速度背后需要夯实功课
 - 2.4.4 海昌控股轻资产尝试现状分析
 - 1、管理输出业务
 - 2、互动科技儿童娱乐项目
 - 3、文化IP业务
 - 2.4.5 常州恐龙园轻资产扩张现状分析
 - 1、轻资产扩张起步
 - 2、业务模式单一，轻资产扩张路漫漫
 - 2.4.6 主题公园轻资产模式发展前景
 - 2.5 主题公园行业经营情况分析**
 - 2.5.1 主题公园行业盈利模式分析
 - 1、主要盈利来源分析
 - 2、经营增长盈利模式
 - 3、物业增值盈利模式
 - 4、品牌延伸盈利模式
 - 5、客源共享盈利模式
 - 6、“主题公园产业化发展”盈利模式
 - 2.5.2 国外典型主题公园盈利来源分布
 - 1、典型主题乐园盈利结构
 - 2、迪士尼乐园盈利模式
 - 2.5.3 主题公园营业收入规模分析
 - 2.5.4 主题公园旅游效益情况分析
 - 2.6 主题公园行业投资热点分析**
 - 2.6.1 主题公园主流投资模式分析
 - 1、“公园+地产”投资模式
 - 2、“公园+演艺”投资模式
 - 3、“公园+科技”投资模式
 - 2.6.2 主题公园投资深层原因分析
 - 1、旅游业快速发展
 - 2、主题公园预期过高，审批力度不严
 - 3、主题公园的“多重角色”特质
 - 4、主题公园存在的认识误区
- 第3章：中国文化类主题公园运营和典型案例分析**
- 3.1 文化类主题公园特色分析**
 - 3.1.1 文化类主题公园设计要素
 - 3.1.2 文化类主题公园开发形式
 - 3.1.3 文化类主题公园特色分析
 - 3.1.4 文化类主题公园消费群体
 - 3.2 文化类主题公园发展分析**
 - 3.2.1 文化类主题公园发展现状

- 3.2.2 文化类主题公园分布情况
- 3.2.3 文化类主题公园经营分析
 - 1、杭州宋城
 - 2、清明上河园
- 3.2.4 文化类主题公园收费对比
- 3.2.5 文化类主题公园发展前景

3.3 中国民俗文化村商业模式分析

- 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、公园重游率
 - 3、公园收费情况
- 3.3.3 公园成功经验借鉴

3.4 杭州宋城商业模式分析

- 3.4.1 公园商业模式分析
 - 1、公园简要介绍
 - 2、公园主题特色
- 3.4.2 公园经营情况分析
 - 1、公园游客规模
 - 2、公园收费情况
- 3.4.3 公园成功经验借鉴

第4章：中国游乐类主题公园运营和典型案例分析

4.1 游乐类主题公园特色分析

- 4.1.1 游乐类主题公园设计要素
- 4.1.2 游乐类主题公园特色分析
- 4.1.3 游乐类主题公园消费群体
- 4.1.4 游乐类主题公园重游分析

4.2 游乐类主题公园发展分析

- 4.2.1 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
- 4.2.2 游乐类主题公园分布情况
- 4.2.3 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
- 4.2.4 游乐类主题公园收费对比
- 4.2.5 游乐类主题公园发展前景

4.3 欢乐谷商业模式分析

- 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、公园重游率
 - 3、公园收费情况
- 4.3.3 公园成功经验借鉴

4.4 芜湖方特欢乐世界商业模式分析

- 4.4.1 公园商业模式分析
 - 1、公园简要介绍
 - 2、公园主题特色
- 4.4.2 公园经营情况分析
 - 1、公园游客规模
 - 2、公园收费情况
- 4.4.3 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 观光类主题公园特色分析

- 5.1.1 观光类主题公园设计要素
- 5.1.2 观光类主题公园特色分析
- 5.1.3 观光类主题公园消费群体

5.2 观光类主题公园发展分析

- 5.2.1 观光类主题公园发展现状
- 5.2.2 观光类主题公园分布情况
- 5.2.3 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
- 5.2.4 观光类主题公园收费对比
- 5.2.5 观光类主题公园发展前景

5.3 东部华侨城商业模式分析

- 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

5.4 深圳世界之窗商业模式分析

- 5.4.1 公园商业模式分析
 - 1、公园简要介绍
 - 2、公园主题特色
- 5.4.2 公园经营情况分析
 - 1、公园游客规模
 - 2、公园收费情况
- 5.4.3 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特色分析

- 6.1.1 情景模拟类主题公园设计要素
- 6.1.2 情景模拟类主题公园特色分析
- 6.1.3 情景模拟类主题公园消费群体

6.2 情景模拟类主题公园发展分析

- 6.2.1 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
- 6.2.2 情景模拟类主题公园分布情况
- 6.2.3 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
- 6.2.4 情景模拟类主题公园收费对比
- 6.2.5 情景模拟类主题公园发展前景

6.3 横店影视城商业模式分析

- 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

6.4 中视传媒无锡影视基地商业模式分析

- 6.4.1 公园商业模式分析
 - 1、公园简要介绍
 - 2、公园主题特色
- 6.4.2 公园经营情况分析
 - 1、公园游客规模
 - 2、公园收费情况

6.4.3 公园成功经验借鉴

第7章：中国主题公园行业经营战略与营销模式分析

7.1 国内外主题公园经营战略比较分析

- 7.1.1 主题公园集团化经营战略比较
- 7.1.2 主题公园国际化经营战略比较
- 7.1.3 主题公园品牌化经营战略比较
- 7.1.4 主题公园连锁化经营战略比较
- 7.1.5 主题公园集群化经营战略比较
- 7.1.6 主题公园多元化经营战略比较
- 7.1.7 主题公园差异化经营战略比较

7.2 主题公园行业连锁扩张战略分析

- 7.2.1 主题公园行业连锁扩张并购模式
- 7.2.2 连锁扩张内容为王
- 7.2.3 主题公园行业连锁扩张产业链模式
- 7.2.4 主题公园行业连锁扩张跨界模式
- 7.2.5 主题公园行业连锁扩张品牌化模式
- 7.2.6 华强集团方特主题公园的扩张启示

7.3 主题公园行业主要开发模式分析

- 7.3.1 大型集团公司复合化片区开发模式
- 7.3.2 地方政府和旅游企业主导开发模式
- 7.3.3 品牌连锁扩张模式
- 7.3.4 主题公园的开发策略
 - 1、市场导向策略
 - 2、文化主导策略
 - 3、本土特色策略
 - 4、系统经济策略
 - 5、资源整合策略

7.4 主题公园行业营销模式分析

- 7.4.1 主题公园营销主要成功要素
 - 1、有效的主题定位
 - 2、激活市场的产品策略
 - 3、灵活多变的价格策略
 - 4、推拉结合的促销策略
 - 5、双管齐下的渠道策略
- 7.4.2 主题公园行业主要营销策略
 - 1、主题公园直复营销策略
 - 2、主题公园内部营销策略
 - 3、主题公园品牌营销策略
 - 4、主题公园合作营销策略
 - 5、主题公园网络营销策略
 - 6、主题公园体验营销策略
 - 7、主题公园事件营销策略
 - 8、主题公园整合营销策略

7.5 我国主题公园运作模式探讨

- 7.5.1 迪士尼乐园运作模式的启示
 - 1、稀缺式开发
 - 2、复合型产业
 - 3、品牌化营销
- 7.5.2 我国主题公园的运作模式分析
 - 1、主题公园如何定位
 - 2、主题公园如何创新支撑
 - 3、主题公园如何复合型业态发展
 - 4、主题公园如何品牌营销

第8章：中国主题公园行业领先个案经营分析

8.1 中国主题公园行业企业总体发展状况

- 8.1.1 中国主题公园行业企业地域分布
- 8.1.2 国外主题公园企业竞争优势
- 8.1.3 国内主题公园企业竞争优势

8.2 中国主题公园行业领先企业经营分析

- 8.2.1 上海迪士尼乐园经营情况分析
 - 1、公园发展简况分析
 - 2、公园主题特色分析
 - 3、公园发展规模分析
 - 4、公园收费情况分析
 - 5、公园经营情况分析
 - 6、公园交通条件分析
 - 7、公园经营优劣势分析
 - 8、公园最新发展动向分析
- 8.2.2 北京环球影城经营情况分析
 - 1、公园发展简况分析
 - 2、公园主题特色分析
 - 3、公园收费情况分析
 - 4、公园经营优劣势分析
 - 5、公园发展的带动效应
- 8.2.3 广州长隆集团有限公司经营情况分析
 - 1、公司发展简况分析
 - 2、公司下属公园分析
 - 3、公园经营情况分析
 - 4、公司经营优劣势分析
 - 5、公司最新发展动向分析
- 8.2.4 上海海昌海洋公园经营情况分析
 - 1、公园发展简况分析
 - 2、公司主营业务分析
 - 3、公园发展简况分析
 - 4、公司经营情况分析
 - 5、公司经营优劣势分析
- 8.2.5 宋城演艺发展股份有限公司经营情况分析
 - 1、公司发展简况分析
 - 2、公司主营业务分析
 - 3、公司下属公园分析
 - 4、公司经营情况分析
 - 5、公司经营优劣势分析
 - 6、公司发展战略规划
- 8.2.6 大连圣亚旅游控股股份有限公司经营情况分析
 - 1、公司发展简况分析
 - 2、公司主营业务分析
 - 3、公司下属公园分析
 - 4、公司经营情况分析
 - 5、公司经营优劣势分析
- 8.2.7 上海乐高探索中心经营情况分析
 - 1、游乐园发展简况分析
 - 2、游乐园主题特色分析
 - 3、游乐园发展规模分析
 - 4、游乐园收费情况分析
 - 5、游乐园经营优劣势分析
- 8.2.8 环球动漫嬉戏谷经营情况分析
 - 1、公园发展简况分析
 - 2、公园主题特色分析
 - 3、公园发展规模分析
 - 4、公园收费情况分析
 - 5、公园交通条件分析
 - 6、公园经营优劣势分析
- 8.2.9 云南民族村经营情况分析
 - 1、公园发展简况分析
 - 2、公园主题特色分析
 - 3、公园发展规模分析
 - 4、公园收费情况分析
 - 5、公园经营优劣势分析

- 8.2.10 桂林乐满地度假世界经营情况分析
 - 1、公园发展简况分析
 - 2、公园主题特色分析
 - 3、公园发展规模分析
 - 4、公园收费情况分析
 - 5、公园交通条件分析
 - 6、公园经营优劣势分析

——展望篇——

第9章：中国主题公园行业发展环境洞察&发展潜力

9.1 中国主题公园行业政策环境洞悉

- 9.1.1 国家层面发展政策汇总及解读
- 9.1.2 政策环境对行业发展的影响分析

9.2 主题公园行业社会环境分析

- 9.2.1 居民消费价格指数
- 9.2.2 消费品零售市场分析
- 9.2.3 居民消费性支出分析
- 9.2.4 消费结构升级
- 9.2.5 社会环境对主题公园行业的影响

9.3 主题公园行业SWOT分析

9.4 主题公园行业发展潜力评估

第10章：中国主题公园行业发展前景与投资建议

10.1 主题公园行业发展前景趋势

- 10.1.1 主题公园发展前景预测
 - 1、主题公园行业消费需求前景
 - 2、主题公园行业发展前景分析
- 10.1.2 主题公园发展趋势分析

10.2 中国主题公园行业进入与退出壁垒

- 10.2.1 进入壁垒
 - 1、资金壁垒
 - 2、品牌壁垒
 - 3、人才壁垒
- 10.2.2 退出壁垒
 - 1、沉没成本
 - 2、战略成本

10.3 中国主题公园行业投资风险预警

- 10.3.1 品牌IP授权及运营风险
- 10.3.2 专业人才缺乏风险
- 10.3.3 资金运作风险

10.4 主题公园行业投资机会

10.5 主题公园行业投资价值评估

10.6 主题公园行业投资策略建议

10.7 主题公园行业可持续发展建议

图表目录

- 图表1：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2：主题公园与其他形式场所的特点及特征区分
- 图表3：中国主题公园发展阶段
- 图表4：《国民经济行业分类与代码》中主题公园行业归属
- 图表5：中国主题公园行业监管体系构成
- 图表6：中国主题乐园行业主管部门
- 图表7：中国主题乐园行业自律组织
- 图表8：截至2024年中国主题公园标准化建设情况（单位：项，%）
- 图表9：截至2024年主题公园代表性现行标准汇总
- 图表10：主题公园行业分类
- 图表11：主题公园行业专业术语说明

- 图表12: 本报告主题公园研究范围界定
- 图表13: 本报告权威数据资料来源汇总
- 图表14: 本报告的主要研究方法及统计标准说明
- 图表15: 2014-2024年中国国内旅游人数走势图 (单位: 亿人次, %)
- 图表16: 2013-2024年中国国内旅游收入走势图 (单位: 万亿元, %)
- 图表17: 2013-2024年中国国内旅游人均花费及增长率 (单位: 元, %)
- 图表18: 2018-2024年中国入境旅游人数变化趋势 (单位: 亿人次, 万人次)
- 图表19: 2020-2024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20: 2024年中国旅行社入境旅游客源分布情况 (单位: %)
- 图表21: 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22: 2009-2024年“十一”黄金周旅游人数及增长率情况 (单位: 亿人次, %)
- 图表23: 2009-2024年“十一”黄金周旅游收入及增长率 (单位: 亿元, %)
- 图表24: 2009-2024年春节黄金周旅游人数 (单位: 亿人次, %)
- 图表25: 2009-2024年春节黄金周旅游收入及增长率 (单位: 亿元, %)
- 图表26: 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27: 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28: 本报告涉及的我国1219家不同类型主题公园投资额 (单位: 亿元)
- 图表29: 本报告涉及的我国1219家不同类型主题公园投资所占比例 (单位: %)
- 图表30: 本报告涉及的我国1219家不同类型主题公园平均投资额 (单位: 亿元/个)
- 图表31: 本报告涉及的我国1219家不同类型主题公园总占地面积 (单位: 万亩)
- 图表32: 本报告涉及的我国1219家不同类型主题公园平均占地面积 (单位: 亩/个)
- 图表33: 主题公园占地面积特征
- 图表34: 主题公园重游率情况 (单位: %)
- 图表35: 主题公园重游者性别构成情况 (单位: %)
- 图表36: 主题公园重游者年龄构成情况 (单位: %)
- 图表37: 主题公园调研重游者月收入构成情况 (单位: %)
- 图表38: 主题公园重游者职业构成情况 (单位: %)
- 图表39: 主题公园重游率情况分析
- 图表40: 主题公园重游率低的原因分析
- 图表41: 提高主题公园重游率建议
- 图表42: 2014-2024年Steam平台全球发行VR游戏数 (单位: 个)
- 图表43: VR主要设备构成
- 图表44: 2018-2024年全球虚拟现实终端设备出货量变化情况 (单位: 万台)
- 图表45: VR头戴设备类型
- 图表46: VR软件市场现状
- 图表47: 中国VR行业硬件技术发展路径
- 图表48: 中国VR行业软件技术发展路径
- 图表49: VR技术研究院校情况简介
- 图表50: 截至2024年VR行业政策汇总及解读
- 图表51: 主题公园VR技术产业链及商业模式图
- 图表52: 2020-2024年主题公园的VR场景建设情况
- 图表53: 2024年VR技术在主题公园的应用比例 (单位: %)
- 图表54: 主题公园VR技术应用的优势与不足
- 图表55: 主题公园VR技术应用的商业化案例
- 图表56: 主题公园VR场景应用的发展前景
- 图表57: 主题公园轻资产要素及其投入产出比举例 (单位: %)
- 图表58: 2024年方特主题公园各系列分布图
- 图表59: 海昌海洋公园控股有限公司基本情况介绍
- 图表60: 海昌海洋公园轻资产模式合作模式介绍
- 图表61: 恐龙园文化旅游集团股份有限公司基本情况介绍
- 图表62: 主题公园盈利方式分析
- 图表63: 主题公园经营增长盈利模式分析
- 图表64: 主题公园品牌延伸盈利模式三阶段分析
- 图表65: 主题公园客源共享盈利模式分析
- 图表66: 典型主题乐园盈利结构分布 (单位: %)
- 图表67: 上海迪士尼流量IP——玲娜贝尔
- 图表68: 主题乐园IP运营产业链图
- 图表69: 2020-2024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70: 我国主题公园经营效益结构 (单位: %)

- 图表71: 中国主题公园经营状况不佳的主要原因
- 图表72: 主题公园投资深层原因分析 (一)
- 图表73: 主题公园投资热深层原因分析 (二)
- 图表74: 主题公园投资热深层原因分析 (三)
- 图表75: 主题公园投资热深层原因分析 (四)
- 图表76: 文化类主题公园设计要素分析
- 图表77: 文化类主题公园开发形式分析
- 图表78: 文化类主题公园双重属性分析
- 图表79: 文化类主题公园消费群体特征分析
- 图表80: 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81: 我国文化类主题公园区域分布 (单位: 个)
- 图表82: 2011-2024年杭州宋城旅游区主营业务收入变化情况 (单位: 万元, %)
- 图表83: 2011-2024年开封清明上河园接待游客量变化情况 (单位: 万人次)
- 图表84: 疫情前后文化类主题公园收费对比 (单位: 元/人)
- 图表85: 中国民俗文化村官网图
- 图表86: 中国民俗文化村门票价格统计表 (单位: 元/人, 元/张)
- 图表87: 中国民俗文化村表演收费统计表 (单位: 元/人)
- 图表88: 杭州宋城景区优势分析
- 图表89: 游乐类主题公园消费群体特征分析
- 图表90: 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91: 本报告涉及的我国游乐类主题公园区域分布 (单位: 个)
- 图表92: 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93: 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94: 九大欢乐谷基本情况介绍
- 图表95: 九大欢乐谷主题特色介绍
- 图表96: 九大欢乐谷游客规模介绍
- 图表97: 深圳欢乐谷门票价格一览表 (单位: 元/人)
- 图表98: 北京欢乐谷门票价格一览表 (单位: 元/人)
- 图表99: 北京欢乐谷年卡价格一览表 (单位: 元/张)
- 图表100: 成都欢乐谷门票价格一览表 (单位: 元/人)
- 图表101: 成都欢乐谷年卡价格一览表 (单位: 元/张)
- 图表102: 上海欢乐谷门票价格一览表 (单位: 元/人)
- 图表103: 上海欢乐谷年卡价格一览表 (单位: 元/张)
- 图表104: 武汉欢乐谷门票价格一览表 (单位: 元/人)
- 图表105: 武汉欢乐谷年卡价格一览表 (单位: 元/张)
- 图表106: 天津欢乐谷门票价格一览表 (单位: 元/人)
- 图表107: 天津欢乐谷年卡价格一览表 (单位: 元/张)
- 图表108: 重庆欢乐谷门票价格一览表 (单位: 元/人)
- 图表109: 重庆欢乐谷年卡价格一览表 (单位: 元/张)
- 图表110: 南京欢乐谷门票价格一览表 (单位: 元/人)
- 图表111: 南京欢乐谷年卡价格一览表 (单位: 元/张)
- 图表112: 西安欢乐谷门票价格一览表 (单位: 元/人)
- 图表113: 欢乐谷品牌建设介绍
- 图表114: 芜湖方特欢乐世界收费情况分析 (单位: 元/人)
- 图表115: 观光类主题公园设计要素分析
- 图表116: 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117: 本报告涉及的我国植物类主题公园区域分布 (单位: 个)
- 图表118: 本报告涉及的我国动物类主题公园区域分布 (单位: 个)
- 图表119: 本报告涉及的我国体验类主题公园区域分布 (单位: 个)
- 图表120: 本报告涉及的我国科普教育类主题公园区域分布 (单位: 个)
- 略.....完整目录请咨询客服

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！