

中国主题公园与旅游地市场格局调查及未来五年 发展动向研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国主题公园与旅游地市场格局调查及未来五年发展动向研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/221016221016.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

中国的主题公园起步于上世纪80年代末，深圳华侨城先后成功开发了锦绣中华微缩景区和中华民俗园，取得巨大成功。90年代中期，众多投资商跟风模仿，一时全国各地出现1000多个主题公园，由于市场不成熟等原因，90%都成为烂尾工程，或者开业不久即告失败，沉淀资金达4000多亿元。近几年，随着国家将旅游确定为国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业，以及全民休闲旅游时代的到来，主题公园再度火爆，大大小小的主题公园井喷式增长，目前，全国已累计开发主题公园式旅游点2800多个，是美国近60年开发数量的70多倍。

中国主题公园普遍采用“旅游+地产”运作模式，可以概括为：低成本获得土地使用权-大规模成片开发-建设主题公园-赋予文化内涵-改善周围业态环境-提升土地价值-快速回流现金-反哺旅游项目。由于主题公园会形成经济的联动效应，吸引大量人气，从而形成消费流，拉动当地产业；而且可以作为文化旅游名片，提升当地的文化形象，因此，地方政府大都在政策、金融、土地等方面对主题公园项目给予优惠支持。

预计2015年，旅游业增加值占全国GDP的比重提高到4.5%，占服务业增加值的比重达到12%，旅游消费相当于居民消费总量的比例达到10%。国内旅游人数将达到33.1亿人次，国内旅游收入将达到1.9万亿元，旅游业已经从观光旅游、商务旅游转化为休闲度假旅游。随着旅游度假时代的到来，房地产与旅游的需求互相叠加，产生旅游地产的强劲需求。值得注意的是，2014年中国首家主题公园运营商海昌控股在香港上市，可以预见，未来中国主题公园和游乐园的发展前景乐观。

报告大纲：

第一部分 主题公园及旅游地产行业发展现状

第一章 2015-2020年中国主题公园及旅游地产行业分析

第一节 2015-2020年中国主题公园及旅游地产行业发展概况

一、2013-2014年中国主题公园及旅游地产行业发展概况

二、2015-2020年中国主题公园及旅游地产行业发展概况

第二节 2015-2020年中国主题公园及旅游地产行业总体运行情况

一、2013-2014年中国主题公园及旅游地产企业数量及分布

二、2013-2014年中国主题公园及旅游地产行业从业人员统计

第二章 2015-2020年中国主题公园及旅游地产行业规模分析

第一节 2015-2020年中国主题公园及旅游地产行业资产负债状况分析

一、2013-2014年中国主题公园及旅游地产行业总资产状况分析

二、2013-2014年中国主题公园及旅游地产行业应收账款状况分析

三、2013-2014年中国主题公园及旅游地产行业流动资产状况分析

四、2013-2014年中国主题公园及旅游地产行业负债状况分析

第二节 2015-2020年中国主题公园及旅游地产行业销售及利润分析

- 一、2013-2014年中国主题公园及旅游地产行业销售收入分析
- 二、2013-2014年中国主题公园及旅游地产行业产品销售税金情况
- 三、2013-2014年中国主题公园及旅游地产行业利润增长情况
- 四、2013-2014年中国主题公园及旅游地产行业亏损情况

第二部分 主题公园及旅游地产行业深度分析

第三章 中国主题公园及旅游地产行业成本费用分析

第一节 中国主题公园及旅游地产行业成本费用结构分析

第二节 中国主题公园及旅游地产行业销售成本情况

第三节 中国主题公园及旅游地产行业销售费用情况

第四节 中国主题公园及旅游地产行业管理费用情况

第五节 中国主题公园及旅游地产行业财务费用情况

第四章 中国主题公园及旅游地产行业区域结构分析

第一节 华北市场分析

第二节 中南市场分析

第三节 华东市场分析

第四节 东北市场分析

第五节 西南市场分析

第五章 中国主题公园及旅游地产行业整体评价

第一节 中国主题公园及旅游地产行业盈利能力

- 一、中国主题公园及旅游地产行业毛利率
- 二、中国主题公园及旅游地产行业资产利润率
- 三、中国主题公园及旅游地产行业销售利润率
- 四、中国主题公园及旅游地产行业成本费用利润率

第二节 中国主题公园及旅游地产行业偿债能力

第三部分 主题公园及旅游地产行业投资前景

第六章 中国主题公园及旅游地产行业投资与发展前景分析

第一节 中国主题公园及旅游地产行业投资机会分析

- 一、可以投资的中国主题公园及旅游地产模式
- 二、2015-2020年中国主题公园及旅游地产投资机会

第二节 2015-2020年中国主题公园及旅游地产行业发展预测分析

- 一、未来中国主题公园及旅游地产发展分析
- 二、未来中国主题公园及旅游地产行业技术开发方向
- 三、旅游地产行业“十二五”规划研究
- 四、总体行业“十三五”预测

第三节 中国主题公园及旅游地产行业市场规模预测

第七章 投资风险分析

第一节 行业投资风险分析

- 一、竞争风险分析
- 二、市场风险分析
- 三、政策风险分析
- 四、投资风险分析
- 五、宏观经济波动风险及防范
- 六、关联产业风险及防范
- 七、产品结构风险及防范
- 八、其他风险及防范

第二节 旅游地产行业投资价值评估分析

- 一、行业投资效益分析
- 二、产业发展的空白点分析
- 三、投资回报率比较高的投资方向
- 四、新进入者应注意的障碍因素

第八章 中国主题公园及旅游地产相关行业发展分析

第一节 旅游地产行业运营模式分析

- 一、旅游地产开发的政府运作模式
- 二、旅游地产开发的企业运作模式

第二节 旅游地产产业结构分析

- 一、市场细分成为旅游地产新卖点
- 二、主要旅游地产市场细分企业项目介绍
- 三、各细分市场占总市场的结构比例
- 四、产业价值链结构分析及发展水平分析
- 五、三亚房地产结构性风险加剧
- 六、产业结构发展预测

第三节 旅游地产行业产品开发分析

- 一、自然资源类产品项目
- 二、景观类产品项目

第九章 行业发展策略分析

第一节 中国主题公园及旅游地产行业营销策略分析及建议

- 一、中国主题公园及旅游地产行业营销模式
- 二、中国主题公园及旅游地产行业营销策略

第二节 行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第三节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

第四节 主题公园及旅游地产行业营销案例分析

一、主题公园及旅游地产行业四种驱动盈利模式构建

二、主题公园及旅游地产行业营销策划案例分析

三、经验借鉴

第五节 主题公园及旅游地产行业投资战略研究

一、主题公园及旅游地产行业发展战略研究

二、对我国主题公园及旅游地产品牌的战略思考

三、主题公园及旅游地产实施品牌战略的意义

四、主题公园及旅游地产品牌战略管理的策略

第六节 主题公园及旅游地产经营策略分析

一、主题公园及旅游地产市场细分策略

二、主题公园及旅游地产市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、主题公园及旅游地产新产品差异化战略

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/221016221016.html>