

# 2009年中国主题公园市场分析及投资发展预测报告

## 告

报告大纲

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2009年中国主题公园市场分析及投资发展预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/3194931949.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

### 第一章 2008年中国主题公园发展环境分析

#### 一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2008年中国主题公园发展政治环境分析

- (一) 国家宏观调控政策
- (二) 主题公园相关政策法规分析
- (三) 行业相关标准分析

#### 三、2008年中国主题公园发展社会环境分析

- (一) 居民消费水平分析
- (二) 消费观念的变化

### 第二章 主题公园行业相关概述

#### 一、主题公园的起源与产生

- (一) 主题公园的起源
- (二) 主题公园的产生
- (三) 主题公园的发展

#### 二、主题公园的定义、特征及分类

- (一) 主题公园的定义
- (二) 主题公园的基本特征
- (三) 主题公园的分类

#### 三、主题公园对旅游业的作用及意义

### 第三章 2008年全球主题公园发展现状分析

#### 一、2008年全球主题公园发展概况

- (一) 全球主题公园发展历程
- (二) 全球主题公园消费者状况分析
- (三) 全球主题公园运行特点分析

#### 二、2008年全球主题公园成功因素分析

- (一) 选址和基础设施（如交通）
- (二) 精准的主题选择
- (三) 专业的服务
- (四) 丰富的配套设施
- (五) 娱乐品牌的营建

### 三、2008年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

### 四、2008年全球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 2008年全球主要国家主题公园运行情况分析

### 一、美国

- (一) 美国主题公园发展现状
- (二) 全球最大的游乐场——奥兰多迪士尼乐园发展分析
- (三) 哈利·波特主题公园将落户美国
- (四) 美国“UFO之乡”要建主题公园

### 二、日本

- (一) 东方神起被选为日本最高主题公园新形象
- (二) 日本方面欲再建吉卜力主题公园
- (三) 蜡笔小新主题公园落户日本
- (四) 日本主题公园发展前景分析

### 三、加拿大

- (一) 加拿大主题公园现状分析
- (二) 加拿大的奇幻乐园
- (三) 加拿大将建原住民主题公园

### 四、2008年其他国家主题公园发展情况分析

- (一) 韩国
- (二) 英国
- (三) 澳大利亚

## 第五章 2008年不同角度看中国主题公园发展

### 一、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

## 二、从经营管理的角度论主题公园的发展

(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

## 三、从宏观调控的角度论主题公园的发展

(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 2008年中国主题公园发展现状分析

### 一、2008年中国主题公园行业特性分析

(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

### 二、2008年中国主题公园发展现状描述

(一) 主题公园的类型

(二) 主题公园的数量

(三) 主题公园的地域分布

(四) 主题公园的经营模式

(五) 主题公园的盈利状况

### 三、2008年中国大型主题公园发展的影响因素分析

(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

### 四、2008年中国主题公园的发展特点分析

(一) 总体发展速度快

(二) 公园种类齐全

(三) 发展理念的不断发展

(四) 投资主体多元化

(五) 制作手段趋向高科技化

### 五、2008年主题公园差异化虚拟经营模式的建立

- (一) 主题公园分类
- (二) 确定主题公园的核心竞争优势
- (三) 建立信息技术和通讯网络的支撑平台
- (四) 选择合作伙伴
- (五) 实现利益均衡

## 第七章 2008年中国主题公园市场需求态势分析

### 一、2008年中国主题公园区位导向分析

- (一) 市场导向
- (二) 交通导向
- (三) 环境导向
- (四) 微观区位

### 二、2008年中国消费者对主题公园需求分析

- (一) 消费者对主题的选择
- (二) 消费者对服务的需求
- (三) 消费者对配套服务的需求
- (四) 消费者对达到时间及便捷性的需求
- (五) 消费者对娱乐品牌的选择
- (六) 消费者娱乐不同支项的费用和比例

### 三、2008年中国主题公园消费者消费状况分析

- (一) 主要消费特征分析
- (二) 消费者消费偏好调查分析
- (三) 消费者对其价格的敏感度分析

## 第八章 2008年中国主题公园经典案例研究分析

### 一、2008年中国主题公园成功案例---深圳华侨城其主要成功之点

- (一) 运用现代传媒传播精品形象
- (二) 巨资大制作美轮美奂的演出产品
- (三) 不断增加新项目，观赏娱乐一体化

### 二、2008年中国主题公园失败个案分析

- (一) 江苏吴江福祿贝尔科幻乐园
- (二) 海南中华民族文化村
- (三) 广东番禺飞龙全球游乐城

### 三、2008年中国主题公园结论与启示分析

## 第九章 2008年中国主题公园经营管理策略分析

### 一、做好主题公园虚拟经营的配套工作

- (一) 树立全新的经营理念

- (二) 科学论证、精心规划
  - (三) 培养核心竞争优势
  - (四) 严格的经营管理机制
  - (五) 实现经营项目多元化
- 二、2008年中国主题公园的营销理念及方式分析
- (一) 营销模式
  - (二) 营销方式
  - (三) 广告
- 三、2008年中国战略性营销规划
- (一) 主题公园战略性营销规划的理论依据
  - (二) 主题公园的当前形势分析
- 四、2008年中国营销调研与管理信息系统的重要性
- 五、2008年中国主题公园营销计划
- (一) 产品
  - (二) 价格
  - (三) 促销
  - (四) 地点
  - (五) 七个P
  - (六) 资源报告
- 六、2008年中国主题公园战略规划的评估与控制
- (一) 主题公园的营销机构
  - (二) 主题公园营销的制约因素
  - (三) 主题公园营销的未来
- 第十章 2008年中国主题公园竞争状况分析
- 一、2008年中国主题公园的竞争力因素分析
- (一) OCT是中国主题公园的领跑者
  - (二) 现代主题公园竞争热的冷思考
- 二、2008年中国主题公园竞争力因素分析系统
- (一) 准确的主题选择
  - (二) 恰当的园址选择
  - (三) 独特的主题创意
  - (四) 深度的主题产品开发
  - (五) 灵活的营销策略
- 三、2008年中国主题公园竞争力评价指标体系
- (一) 市场竞争力指标

(二) 技术竞争力指标

(三) 管理竞争力指标

(四) 产业活力指标

#### 四、2008年中国主题公园的空间分布态势分析

(一) 长江三角洲

(二) 珠江三角洲

(三) 京津地区

(四) 全国其他地区

#### 第十一章 中国大型主题公园分析

##### 一、广州长隆水上乐园

(一) 公园基本概况

(二) 公园竞争优势分析

(三) 公园发展战略分析

##### 二、芜湖方特欢乐全球

(一) 公园基本概况

(二) 公园竞争优势分析

(三) 公园发展战略分析

##### 三、深圳东部华侨城

(一) 公园基本概况

(二) 公园竞争优势分析

(三) 公园发展战略分析

##### 四、成都国色天香乐园

(一) 公园基本概况

(二) 公园竞争优势分析

(三) 公园发展战略分析

##### 五、中国香港海洋公园

(一) 公园基本概况

(二) 公园竞争优势分析

(三) 公园发展战略分析

##### 六、杜尔伯特蒙古风情园

(一) 公园基本概况

(二) 公园竞争优势分析

(三) 公园发展战略分析

##### 七、砾岩岩溶地质公园

(一) 公园基本概况

(二) 公园竞争优势分析

(三) 公园发展战略分析

## 八、中华名茶园

(一) 公园基本概况

(二) 公园竞争优势分析

(三) 公园发展战略分析

## 第十二章 2009-2012年中国主题公园发展及投资分析

### 一、2009-2012年中国主题公园的发展趋势分析

(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

### 二、2009-2012年中国主题公园发展前景分析

(一) 主题公园的发展方向

(二) 主题公园将成公园发展新主题

(三) 中国主题公园将迎来“黄金时代”

### 三、2008年中国主题公园的投资建设分析

(一) 云南建成我国一流恐龙文化主题公园

(二) 天津滨海航母主题公园全面启建

(三) 果树主题公园陆续开园

(四) 崇明拟建最大自行车主题公园

(五) 2010年前南宁体育主题公园建设完工

(六) 上海“农字号”主题公园建设预测

(七) 2010年前番禺建成海洋主题公园

### 四、2009-2012年中国主题公园投资分析

(一) 中国主题公园投资环境分析

(二) 中国主题公园投资机会分析

(三) 中国主题公园投资风险分析

### 五、2009-2012年中国主题公园发展战略与发展对策分析

(一) 注重文化内涵的传递过程

(二) 注重于城市发展的良性互动

- (三) 注重品牌的塑造
- (四) 城市旅游产品的系统开发与差别经营
- (五) 企业行为与政府调控的结合
- (六) 加大宣传促销的力度

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的清单

图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/3194931949.html>