

2015-2020年中国游乐园市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国游乐园市场深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/yule1508/L316189MF7.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-08-05

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国游乐园市场深度调研与投资前景研究报告》共十五章。报告介绍了游乐园行业相关概述、中国游乐园产业运行环境、分析了中国游乐园行业的现状、中国游乐园行业竞争格局、对中国游乐园行业做了重点企业经营状况分析及中国游乐园产业发展前景与投资预测。您若想对游乐园产业有个系统的了解或者想投资游乐园行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

游乐园是指让儿童、市民自由自在玩耍的地方。通常会有跷跷板、旋转木马、秋千、单杠、双杠、滑梯、吊秋千、吊环、玩具小屋及迷宫。大型游乐场还会建造过山车、摩天轮、3D电影院等大型设施。这些游戏能够帮助儿童发展协作能力、使身体强健及学会处世技巧，而且又可提供娱乐及享受。

第一部分 游乐园行业发展现状

第一章 游乐园概述 1

第一节 游乐园的起源与产生 1

一、游乐园的起源 1

二、中国游乐园的发展历程 1

三、游乐园在我国的发展 6

第二节 游乐园的相关概述 7

一、游乐园的定义 7

二、游乐园的分类 7

三、游乐园的意义 8

四、游乐园产业链分析 8

第三节 中国游乐园功能分析 11

一、娱乐及参与功能 11

二、休闲、度假的功能 11

三、增长知识的功能 11

四、客源市场集中在国内和亚洲文化圈 11

第四节 游乐园对旅游业的作用及意义 11

一、游乐园与旅游业的关系 11

二、游乐园与都市旅游目的地吸引力的互动分析 12

第二章 全球游乐园发展概况 14

第一节 全球游乐园业的状况与趋势 14

一、全球游乐园行业特征 14

二、全球市场竞争状况分析 14

三、全球行业发展趋势 15

第二节 国外发达国家游乐园经营现状 17

一、英国 17

二、日本 17

三、美国 18

四、澳大利亚 19

第三节 国外游乐园发展经验探讨 20

一、选址的重要性 20

二、充分展现主题 21

三、强调游客参与 21

四、娱乐与教育相结合 21

五、游乐园与零售业相结合 22

六、价格策略多元化 22

七、完善的服务系统 22

八、经营规模化 22

第四节 世界游乐园的发展及其对中国的启示 23

一、全球游乐园业概况 23

二、全球游乐园的发展分析 23

三、对中国游乐园业的启示 23

第三章 2014年不同角度看中国游乐园发展 25

第一节 从规划设计的角度论游乐园的发展 25

一、设计目标 25

二、设计主体 25

三、设计技能 25

第二节 从经营管理的角度论游乐园的发展 25

一、强化战略管理 25

二、在游乐园生命周期各阶段实施不同产营销策略 26

三、降低季节性影响 28

四、提高员工素质及加强内部管理 28

第三节 从宏观调控的角度论游乐园的发展 29

一、依据城市（地区）总体规划和旅游发展总体规划 29

二、旅游主管部门对游乐园的审批制度 29

三、对重大游乐园的建设给予有力支持 29

第四章 中国游乐园发展现状分析 30

第一节 我国游乐园发展分析 30

一、中国游乐园产业前景分析 30

二、2014年中国进入大型游乐园发展新时期 31

三、2014年我国游乐园顾客需求调查分析 32

四、中国游乐园受到游客热捧 35

五、游乐园的发展出路 35

第二节 大型游乐园发展的影响因素 37

一、客源市场和交通条件 37

二、区域经济发展水平 37

三、城市旅游感知形象 37

四、空间集聚和竞争 38

第三节 游乐园与都市旅游目的地吸引力的互动分析 38

一、游乐园与都市旅游的关系 38

二、游乐园是都市旅游目的地的重要旅游吸引物 38

三、游乐园的建设能有效诠释都市旅游目的地独特的文化底蕴 39

四、游乐园的良性发展促进都市旅游目的地特色商业发展 39

第四节 游乐园差异化虚拟经营探讨 40

一、游乐园差异化虚拟经营的内涵 40

二、游乐园差异化虚拟经营的形式 41

三、游乐园差异化虚拟经营模式的建立流程 42

第五节 游乐园的盈利模式 43

一、游乐园盈利模式分析 43

二、游乐园再认识 48

三、游乐园盈利模式规划 50

第二部分 游乐园行业竞争格局

第五章 游乐园行业竞争分析 52

第一节 2014年游乐园竞争分析 52

一、2014年游乐园市场竞争情况分析 52

二、2014年游乐园市场竞争形势分析 52

第二节 2015-2020年中国游乐园行业竞争分析及预测 54

一、2015-2020年集中度分析及预测 54

二、2015-2020年SWOT分析及预测 54

三、2015-2020年进入退出状况分析及预测 56

四、2015-2020年生命周期分析及预测 65

第六章 游乐园企业竞争策略分析 66

第一节 游乐园市场竞争策略分析 66

一、2014年游乐园市场增长潜力分析 66

二、2014年游乐园主要潜力项目分析 67

三、现有游乐园竞争策略分析 67

四、游乐园潜力项目竞争策略选择 69

五、典型企业项目竞争策略分析 69

第二节 游乐园企业竞争策略分析 77

一、欧债危机对游乐园行业竞争格局的影响 77

二、欧债危机后游乐园行业竞争格局的变化 78

三、2015-2020年我国游乐园市场竞争趋势 79

四、2015-2020年游乐园行业竞争格局展望 79

五、2015-2020年游乐园行业竞争策略分析 80

第七章 游乐园TOP10竞争分析 85

第一节 香港迪士尼乐园 85

一、项目简介 85

二、竞争优势分析 87

三、经营状况分析 92

四、发展策略分析 98

第二节 香港海洋公园 99

一、项目简介	99
二、竞争优势分析	99
三、经营状况分析	102
四、发展策略分析	104
第三节 深圳欢乐谷	106
一、项目简介	106
二、竞争优势分析	107
三、经营状况分析	109
四、发展策略分析	112
第四节 广州长隆欢乐世界	114
一、项目简介	114
二、竞争优势分析	114
三、经营状况分析	117
四、发展策略分析	117
第五节 苏州乐园	118
一、项目简介	118
二、竞争优势分析	120
三、经营状况分析	122
四、发展策略分析	123
第六节 北京欢乐谷	128
一、项目简介	128
二、竞争优势分析	129
三、经营状况分析	131
四、发展策略分析	143
第七节 大连老虎滩海洋公园	144
一、项目简介	144
二、竞争优势分析	144
三、经营状况分析	145
四、发展策略分析	146
第八节 芜湖方特欢乐世界	147
一、项目简介	147
二、竞争优势分析	148

三、经营状况分析 148

四、发展策略分析 150

第九节 宁波北仑凤凰山主题乐园 153

一、项目简介 153

二、竞争优势分析 154

三、经营状况分析 154

四、发展策略分析 155

第十节 深圳东部华侨城 155

一、项目简介 155

二、竞争优势分析 156

三、经营状况分析 157

四、发展策略分析 158

第三部分 游乐园行业前景预测

第八章 中国游乐园发展趋势 159

第一节 游乐园总体发展趋势 159

一、主题突出文化性 159

二、技术体现互动性 159

三、内容追求娱乐性 160

四、项目偏重参与性 160

五、氛围张扬刺激性 161

六、景观回归真实性 161

七、付款刷卡便捷性 162

八、规模凸现扩张性 162

第二节 2015-2020年中国游乐园发展趋势 163

一、游乐园的发展方向 163

二、2015-2020年中国游乐园将迎来“黄金时代” 164

三、2014年游乐园经营状况预测 165

第九章 2014年中国游乐园的开模式研究 167

第一节 我国游乐园的开模式分类 167

一、挖掘文化创建主题融合环境 167

- 二、辐射市场拓展业务领域 168
- 三、根据区域情况创建合理的园区经营模式 169
- 四、信息的捕捉和宣传 170
- 五、创新是乐园经营的永恒主题 170

第二节 我国游乐园的开模式瓶颈研究 171

第三节 游乐园发展模式与目标 173

- 一、开模式走产业化道路 173
- 二、产品开发走特色化道路 174
- 三、收入渠道走多元化道路 174
- 四、提升形象走品牌化道路 175
- 五、微观管理走科学化道路 175
- 六、宏观管理走规范化道路 175
- 七、产业发展走国际化道路 176

第十章 游乐园行业发展预测 177

第一节 2015-2020年游乐园市场趋势分析 177

- 一、2012-2014年游乐园市场趋势总结 177
- 二、2015-2020年游乐园发展趋势分析 179
- 三、2015-2020年游乐园市场发展空间 181
- 四、2015-2020年游乐园产业政策趋向 182
- 五、2015-2020年游乐园行业扩张趋势预测 183

第二节 2015-2020年游乐园市场预测 183

- 一、2015-2020年游乐园市场结构预测 183
- 二、2015-2020年游乐园市场需求前景 187
- 三、2015-2020年游乐园市场供给预测 187
- 四、2015-2020年游乐园行业集中度预测 187

第四部分 游乐园行业投资战略研究

第十一章 游乐园行业投资现状分析 189

第一节 2013年游乐园行业投资情况分析 189

- 一、2013年总体投资及结构 189
- 二、2013年投资规模情况 189

- 三、2013年投资增速情况 189
- 四、2013年分行业投资分析 190
- 五、2013年分地区投资分析 190
- 六、2013年外商投资情况 190
- 第二节 2014年上半年游乐园行业投资情况分析 190
 - 一、2014年上半年总体投资及结构 190
 - 二、2014年上半年投资规模情况 190
 - 三、2014年上半年投资增速情况 191
 - 四、2014年上半年分行业投资分析 191
 - 五、2014年上半年分地区投资分析 191
 - 六、2014年上半年外商投资情况 191

第十二章 游乐园行业投资环境分析

- 第一节 经济发展环境分析 192
 - 一、2012-2014年我国宏观经济运行情况 192
 - 二、2015-2020年我国宏观经济形势分析 208
 - 三、2012-2014年产业宏观经济环境分析 209
- 第二节 政策法规环境分析 225
 - 一、2014年游乐园行业政策环境 225
 - 二、2014年国内宏观政策对其影响 232
 - 三、2014年行业产业政策对其影响 232
- 第三节 社会发展环境分析 233
 - 一、国内社会环境发展现状 233
 - 二、2015-2020年社会环境对行业的影响分析 241
 - 三、游乐园产业发展对社会发展的影响 243

第十三章 游乐园行业投资机会与风险

- 第一节 游乐园行业投资效益分析 246
 - 一、2012-2014年游乐园行业投资状况分析 246
 - 二、2015-2020年游乐园行业投资效益分析 246
 - 三、2015-2020年游乐园行业投资趋势预测 247
 - 四、2015-2020年游乐园行业的投资方向 247

五、2015-2020年游乐园行业投资的建议 248

六、新进入者应注意的障碍因素分析 249

第二节 影响游乐园行业发展的主要因素 251

一、2015-2020年影响游乐园行业运行的有利因素分析 251

二、2015-2020年影响游乐园行业运行的稳定因素分析 251

三、2015-2020年影响游乐园行业运行的不利因素分析 251

四、2015-2020年我国游乐园行业发展面临的挑战分析 252

五、2015-2020年我国游乐园行业发展面临的机遇分析 252

第三节 游乐园行业投资风险及控制策略分析 253

一、2015-2020年游乐园行业市场风险及控制策略 253

二、2015-2020年游乐园行业政策风险及控制策略 254

三、2015-2020年游乐园行业经营风险及控制策略 254

四、2015-2020年游乐园同业竞争风险及控制策略 254

五、2015-2020年游乐园行业其他风险及控制策略 255

第十四章 游乐园行业投资战略研究

第一节 游乐园行业发展战略研究 256

一、战略综合规划 256

二、业务组合战略 257

三、区域战略规划 257

四、产业战略规划 267

五、营销品牌战略 269

六、竞争战略规划 270

第二节 游乐园品牌的战略思考 271

一、企业品牌的重要性 271

二、游乐园实施品牌战略的意义 272

三、游乐园企业品牌的现状分析 274

四、游乐园企业的品牌战略 277

五、游乐园品牌战略管理的策略 279

第三节 游乐园行业投资战略研究 281

一、2014年游乐园行业投资战略 281

二、2014年游乐园行业投资战略 283

三、2015-2020年游乐园行业投资战略 286

四、2015-2020年细分行业投资战略 288

第十五章 博思数据关于中国游乐园产业发展策略分析 292

第一节 游乐园市场化商业运作模式分析 292

一、游乐园发展现状分析 292

二、中国游乐园经营现状分析 292

三、我国游乐园与国外游乐园的SWOT分析 293

四、商业设计步骤分析 295

五、国产游乐园经营策略分析 298

第二节 游乐园营销模式分析 304

一、有效的主题定位 304

二、激活市场的产品策略 305

三、灵活多变的价格策略 306

四、推拉结合的促销策略 307

五、双管齐下的渠道策略 308

第三节 游乐园营销方式 308

一、直复营销 308

二、内部营销 311

三、品牌营销 315

四、合作营销 316

五、网络营销 317

六、体验营销 320

七、事件营销 321

八、整合营销 323

第四节 游乐园成功开发的要素

一、主题选择与定位 326

二、游乐园区位选择 327

三、主题创意 329

四、主题产品开发与更新 330

五、游乐园文化内涵 331

六、营销策略 332

第五节 游乐园成功案例分析	333
第六节 游乐园失败案例分析	334
第七节 失败和成功案例对我国游乐园的企业	337

图表目录：

图表：2010-2014年水泥产量分析	9
图表：2010-2014年水泥、石灰和石膏的制造出口交货值	9
图表：2013年水泥产量地区分布	9
图表：2010-2014年钢材产量分析	10
图表：2010-2014年钢材产量分布	10
图表：2010-2014年砖瓦、石材及其他建筑材料制造工业销售产值	10
图表：2009-2014年我国农村居民人均纯收入及实际比增长速度	12
图表：2009-2014年我国城镇居民人均可支配收入及实际比增长速度	12
图表：迪斯尼游乐园全球布局	14
图表：世界著名游乐园分布表	15
图表：2014年居民每个月文化消费支出分析	24
图表：游乐园生命周期	27
图表：游乐园持续发展的影响因子系统	28
图表：游客影响因素选着分析	32
图表：游乐园吸引力项目分析	33
图表：游乐园类型吸引力分析	33
图表：游乐园游客时间选择分析	33
图表：游乐园游客目的选择分析	34
图表：游乐园消费者价格选择意愿	34
图表：受访者最近半年参观游乐园次数	34
图表：参观者中重游分析	35
图表：游客对游乐园了解途径分析	35
图表：2014年中国游乐园十大品牌排行榜	53
图表：2015-2020年我国游乐园参观人数规模预测	66
图表：世界之窗业务组合分析	75
图表：世界之窗SWOT分析	76
图表：游乐园顾客价格	81

图表：A、B游乐园的PUV排序比较 82

图表：基于游乐园业务能力的战略矩阵 84

图表：迪士尼乐园品牌文化 88

图表：2009-2014年香港迪士尼乐园营业收入 93

图表：2012年华特迪士尼经营分析 93

图表：2013年华特迪士尼经营分析 94

图表：2014年华特迪士尼经营分析 94

图表：2014年华特迪士尼公司所属行业分析 94

图表：2011年华特迪士尼公司收益分析 95

图表：2012年华特迪士尼公司收益分析 95

图表：2013年华特迪士尼公司收益分析 95

图表：2014年华特迪士尼公司收益分析 96

图表：2009-2014年华特迪士尼公司收入分析 96

图表：2009-2014年华特迪士尼公司收益分析 96

图表：2014年华特迪士尼公司营业收入比较 97

图表：2014年华特迪士尼公司利润比较 97

图表：2014年华特迪士尼公司雇员比较 97

图表：2014年华特迪士尼公司资产比较 98

图表：深圳欢乐谷SWOT综合分析 107

图表：公司战略选择矩阵 112

图表：2012-2014年深圳华侨城股份有限公司 132

图表：2012-2014年深圳华侨城股份有限公司资产负债表摘要 132

图表：2012-2014年深圳华侨城股份有限公司利润分配表摘要 133

图表：2012-2014年深圳华侨城股份有限公司现金流量表摘要 133

图表：2012-2014年深圳华侨城股份有限公司流动资产表 133

图表：2012-2014年深圳华侨城股份有限公司非流动资产表 134

图表：2012-2014年深圳华侨城股份有限公司流动负债表 135

图表：2012-2014年深圳华侨城股份有限公司非流动负债表 136

图表：2012-2014年深圳华侨城股份有限公司所有者权益表 136

图表：2012-2014年深圳华侨城股份有限公司利润分配表 137

图表：2012-2014年深圳华侨城股份有限公司经营活动产生的现金流量 138

图表：2012-2014年深圳华侨城股份有限公司投资活动产生的现金流量 139

图表：2012-2014年深圳华侨城股份有限公司筹资活动产生的现金流量 139

图表：2012-2014年深圳华侨城股份有限公司现金及现金等价物净增加额 140

图表：2014年第四季度深圳华侨城股份有限公司主营业务收入 140

图表：2012-2014年深圳华侨城股份有限公司偿债能力分析 141

图表：2012-2014年深圳华侨城股份有限公司资本结构分析 141

图表：2012-2014年深圳华侨城股份有限公司经营效率分析 141

图表：2012-2014年深圳华侨城股份有限公司获利能力分析 142

图表：2012-2014年深圳华侨城股份有限公司发展能力分析 142

图表：2012-2014年深圳华侨城股份有限公司投资收益分析 142

图表：国外游乐园收入结构 174

图表：国内游乐园收入结构 175

图表：2009-2014年我国游乐园企业单位数 178

图表：2009-2014年我国游乐园需求规模 178

图表：2010-2014年主题公园参观人数统计 179

图表：2015-2020年我国游乐园市场规模预测 182

图表：2015-2020年我国游乐园市场需求规模预测 187

图表：2015-2020年我国游乐园供给规模预测 187

图表：2014年国内游乐园收入分析 189

图表：2006-2014年我国国内生产总值及同比增长 192

图表：2014年国内生产总值核算数据 197

图表：2014年国内生产总值环比增速 197

图表：2006-2014年国内生产总值及其增长速度 198

图表：2014年全国居民消费价格涨跌幅 198

图表：2014年居民消费价格分类别同比涨跌幅 199

图表：2014年居民消费价格分类别环比涨跌幅 199

图表：2011-2014年蔬菜环比价格指数 200

图表：2014年各地蔬菜价格环比平均涨幅 200

图表：2011-2014年猪肉、牛肉和羊肉价格指数 201

图表：1978-2014年我国城乡居民家庭人均收入及恩格尔系数 201

图表：2014年9月社会消费品零售总额分月同比增长速度 207

图表：2014年1-9月份社会消费品零售总额主要数据 208

图表：2014年国内旅游行业各季度参观人数统计 210

图表：2014年国内旅游市场居民分析 210

图表：2014年国内旅游市场旅游时长分析 210

图表：2014年国内旅游市场旅游方式分析 211

图表：2014年国内旅游市场旅游本地和外地人数分析 211

图表：2013国内旅游市场旅游方式人数分析 211

图表：2013国内旅游市场旅游结群分析 212

图表：2014年国内旅游行业各季度收入统计 212

图表：2014年国内旅游市场和农村居民旅游花费分析 213

图表：2014年国内旅游市场过夜游客和一日游游客花费分析 213

图表：2014年国内旅游市场社团出游和散客花费分析 213

图表：2014年国内旅游市场外地游客和本地游客花费分析 214

图表：2014年国内旅游行业各季度人居消费 214

图表：2014年旅游市场农村和城镇居民人均消费 215

图表：2014年旅游市场过夜和一日游游客人均消费 215

图表：2014年旅游市场旅行社团出游和散客人均消费 215

图表：2014年旅游市场本地和外地游客人均消费 216

图表：2014年国内旅游市场春节期间游客数量占比 216

图表：2014年国内旅游市场春节期间收入占比 217

图表：2014年国内旅游市场中秋和国庆期间游客数量占比 217

图表：2014年国内旅游市场中秋和国庆期间收入占比 217

图表：2010-2014年国内旅游人数 222

图表：2010-2014年中国出境旅游人数 222

图表：2010-2014年国内旅游收入 223

图表：2010-2014年中国出境旅游消费 223

图表：2010-2014年出境旅游满意指数 223

图表：2010-2014年入境旅游人数 224

图表：2014年1-9月入境旅游人数 224

图表：2014年1-9月入境旅游过夜旅游人数 224

图表：2014年1-9月入境旅游人数 225

图表：2014年年末人口数及其构成 234

图表：2006-2014年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 235

图表：2006-2014年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 235

图表：2014年全国城乡居民收入 236

图表：2014年全国农村居民收入结构 236

图表：2014年全国城镇居民收入结构 236

图表：1978-2014年城乡居民收入增长情况 237

图表：1978-2014年城乡居民收入比 237

图表：2014年我国社会消费品零售总额实际增长12.1% 238

图表：2009-2014年中国城市家庭不同收入群体的人均年可支配收入 238

图表：2006-2014年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 239

图表：游乐园产业链结构 247

图表：我国游乐园发展综合战略 257

图表：两种战略比较 299

图表：游乐园一般价值链 300

图表：事件营销 322

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yule1508/L316189MF7.html>