

2015-2020年中国海洋主题 公园市场分析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年中国海洋主题公园市场分析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/yule1501/G81651LZRA.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】2015-01-09

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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年中国海洋主题公园市场分析与投资前景研究报告》共十五章。介绍了海洋主题公园行业相关概述、中国海洋主题公园产业运行环境、分析了中国海洋主题公园行业的现状、中国海洋主题公园行业竞争格局、对中国海洋主题公园行业做了重点企业经营状况分析及中国海洋主题公园产业发展前景与投资预测。您若想对海洋主题公园产业有个系统的了解或者想投资海洋主题公园行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

海洋主题公园的发展具有一般主题公园的共性，也有其自身发展的个性。投资海洋公园，不仅需要巨额资金，还必须充分掌握海洋公园的经营特点，并将企业发展战略、经营理念、盈利模式、项目设置、地理位置、交通状况、城市性质、居民消费水平等多重因素考虑在内。

目前，我国海洋公园呈现出第二代、第三代共存的局面，它们均需要与时俱进，根据自身的实际进行理念创新与定位转型。最新的海洋主题公园主要是以极地体验或海洋生物探秘或两者兼备为主题，休闲娱乐、商务会所、运动养生、人居环境、酒店、景观地产等综合配套，以时尚休闲、亲近海洋、珍爱生命、动态刺激等为理念，集科普教育、游乐、购物、休闲、文化演出等为一体的大型主题旅游休闲社区。其经营理念大多数为“旅游+景观地产”，主题定位向大型主题旅游休闲社区转型，收入来源多元化，娱乐活动注重参与性和体验性，并不断推陈出新，实施品牌输出和区域网络扩张战略。海洋主题公园的开发应该由单一的项目开发向区域整体开发转变，即从单一的“海洋主题公园”过渡到“海洋主题公园+景观房地产”再过渡到“海洋主题公园+景观房地产+商业游憩区”的区域综合开发模式。

我国海洋主题公园按东、中、西三大地带划分，东部地区占全国的70%；西部地区次之，占17%；中部地区最少，占13%。海洋公园的集中度与经济发展梯度不相一致，与陆大道提出的T字型发展战略基本一致，分布在我国“T”型地域的约占总数的85%。东部沿海经济发达地区数量最多，但是分布不平衡，这与各省对海洋公园的宏观调控有关。海洋主题公园的空间分布具有明显的近海岸特征，这表明依托海洋资源优势开发海洋主题公园具有不可比拟的资源 and 区位优势。同时，西部地区将成为下一步海洋公园投资的重点区域，如陕西省将建设西安欢乐谷海洋世界，大连海昌集团计划建设武汉极地海洋世界、昆明极地海洋世界、成都极地海洋世界、重庆加勒比海水公园等项目。

目前，我国各地政府都将旅游业摆在发展第三产业的重要位置，对旅游投资均给予重点扶持和优惠政策，甚至在基础设施方面给予配套。海洋主题公园选址于公益性景区内或者政府有意开发区域，在土地、税收等方面享受政策优惠。海洋主题公园有很多是依托著名旅游区、风

景区、度假区而建。还有不少是座落在动物园内，如广州海洋馆、石家庄海洋水族馆均位于所在地的动物园内。还有很多坐落在大型广场、公园、体育馆、文化宫、儿童乐园等公益性游憩场所附近。也有的是依托大型节事活动而建，如沈阳海洋世界毗邻沈阳世博园等。

主题公园要求选址在经济发达、流动人口多的大城市和特大城市，以保证有良好的客源市场条件，还必须有良好的城市对外公共交通，要考虑选址在主要公路干道旁。新建的海洋公园一般在大城市市区或近郊，交通方便、区位优势明显，距离中心城区大约10-20分钟车程之内。海洋公园占地面积很大，城市近郊用地限制相对较小，地价便宜，即便建在城市内部也主要是与公益性游憩场所合作，往往布局在游憩用地或其附近，这样可以在土地使用方面享受政策优惠，而且有良好的客源市场作保证。

在产品创新方面要充分考虑游客的参与性、体验性、娱乐性和享受性。国外主题公园普遍采取一种循环更新的模式，在运营期间不断进行投资，将收益的相当一部分用于对现有项目进行改造。设有专门的研发部门，根据时代变化利用现代化的电子设备，每年补充、更新娱乐内容及设施，以保持对本地、本国游客的持续吸引力。

海洋主题公园的经营管理能力主要体现在战略部署、景区战略和品牌经营三个方面。(1)战略部署：综合开发，全面收益，向“大旅游业”的发展方向迈进。例如大连海昌集团通过参股、控股等多种方式，积极向上下游产业及相关产业进行纵向和横向拓展，业务范围涉及旅游、休闲度假和景观房产。(2)景区战略：“旅游+景观房产”联动，创新经营模式。在这方面，深圳华侨城集团、杭州宋城集团正在走一条“旅游+地产”的新路，以旅游休闲和房地产为主业，从单一景区向多元化大型休闲社区发展。(3)品牌经营：实施品牌输出，完成区域扩张。我国主题公园的连锁品牌开始浮出水面，主题公园产业已经从零散发展阶段进入品牌、资源整合时代。如大连海昌集团通过控制优势旅游资源，实施资产整合，品牌输出和区域网络扩张，通过对上海、重庆、成都、武汉、昆明、杭州等地投资高达百亿的旅游地产项目的战略整合，形成海昌在中国旅游地产行业的著名品牌地位。

第一部分 行业环境透视

第一章 海洋主题公园规划建设发展综述

第一节 海洋主题公园规划建设定义及分类

一、行业定义

二、行业特点

第二节 海洋主题公园行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、与上下游行业之间的关联性

第三节 国外海洋主题公园分析

一、美国海洋世界

二、S.E.A.海洋馆

第二章 海洋主题公园行业市场环境及影响分析

第一节 海洋主题公园行业政治法律环境

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、海洋主题公园行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析

一、海洋主题公园产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、海洋主题公园产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析

一、海洋主题公园设计分析

二、海洋主题公园设计发展水平

三、2013-2014海洋主题公园设计发展分析

四、行业主要主题设计趋势

第二部分 行业深度分析

第三章 我国海洋主题公园规划建设运行现状分析

第一节 我国海洋主题公园规划建设发展状况分析

一、我国海洋主题公园规划建设发展总体概况

二、我国海洋主题公园规划建设发展特点分析

三、我国海洋主题公园规划建设商业模式分析

第二节 2013-2014年海洋主题公园规划建设发展现状

第三节 2013-2014年中国海洋主题公园市场情况分析

- 一、2013-2014年中国海洋主题公园市场总体概况
- 二、2013-2014年中国海洋主题公园设计建设市场发展分析

第四章 我国海洋主题公园行业整体运行指标分析

第一节 2013-2014年中国海洋主题公园行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、参观人员规模状况分析
- 三、收入规模分析

第二节 2013-2014年中国海洋主题公园行业指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第五章 2015-2020年我国海洋主题公园市场供需分析

第一节 海洋主题公园建设分布分析

- 一、国内海洋主题公园分布分析
- 二、2013-2014年新建海洋主题公园情况分析

第二节 我国海洋主题公园市场供需分析

- 一、2013-2014年我国海洋主题公园供给情况
- 二、2013-2014年我国海洋主题公园行业需求情况
- 三、2013-2014年我国海洋主题公园行业供需分析

第三节 海洋主题公园市场需求预测

- 一、海洋主题公园市场总体需求分析
- 二、2015-2020年海洋主题公园区域需求预测
- 三、重点城市海洋主题公园需求分析预测

第六章 海洋主题公园设计建设行业产业结构分析

第一节 海洋主题公园产业结构分析

- 一、市场细分充分程度分析
- 二、各细分市场占总市场的结构比例

第二节 产业价值链的结构分析及整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势分析

三、产业链条的竞争劣势分析

四、产业链条的发展趋势分析

第三部分 市场竞争格局

第七章 海洋主题公园产业重点区域及企业分析

第一节 中国海洋主题公园产业集群发展特色分析

一、长江三角洲海洋主题公园产业发展特色分析

二、珠江三角洲海洋主题公园产业发展特色分析

三、环渤海地区海洋主题公园产业发展特色分析

四、中西部地区海洋主题公园建产业发展特色分析

第二节 海洋主题公园重点区域市场分析

一、行业总体区域结构特征及变化

二、海洋主题公园重点区域市场分析

三、海洋主题公园重点市场消费分析

第三节 海洋主题公园重点企业分析

第八章 2015-2020年主题公园行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、海洋主题公园行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、海洋主题公园行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、海洋主题公园行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、区域集中度分析
- 4、集中度变化趋势

四、海洋主题公园行业SWOT分析

- 1、海洋主题公园行业优势分析
- 2、海洋主题公园行业劣势分析
- 3、海洋主题公园行业机会分析
- 4、海洋主题公园行业威胁分析

第二节 中国海洋主题公园行业竞争格局综述

一、海洋主题公园行业竞争概况

- 1、中国海洋主题公园行业品牌竞争格局
- 2、海洋主题公园业未来竞争格局和特点
- 3、竞争与周期
- 4、海洋主题公园市场进入及竞争对手分析

二、中国海洋主题公园行业竞争力分析

- 1、我国海洋主题公园行业竞争力剖析
- 2、我国海洋主题公园企业市场竞争的优势
- 3、民企与外企比较分析
- 4、国内海洋主题公园企业竞争能力提升途径

第三节 2013-2014年海洋主题公园行业竞争格局分析

- 一、2013-2014年我国海洋主题公园市场竞争分析
- 二、2013-2014年国内主要海洋主题公园企业动向
- 三、行业投资兼并与重组趋势分析

第四节 海洋主题公园市场竞争策略分析

- 一、海洋主题公园持续发展的影响因子系统
- 二、海洋主题公园风格竞争策略分析
- 三、海洋主题公园影响力竞争策略分析
- 四、主题公园竞争力策略分析
- 五、中外主题公园战略比较

第九章 2015-2020年海洋主题公园领先企业经营形势分析

第一节 富国海底世界

- 一、主题公园发展分析
- 二、主题公园经济指标分析
- 三、主题公园区位优势及人群分析
- 四、主题公园发展战略规划
- 五、主题公园营销战略分析

第二节 太平洋海底世界

- 一、主题公园发展分析
- 二、主题公园经济指标分析
- 三、主题公园区位优势及人群分析
- 四、主题公园发展战略规划
- 五、主题公园营销战略分析

第三节 香港海洋公园

- 一、主题公园发展分析
- 二、主题公园经济指标分析
- 三、主题公园区位优势及人群分析
- 四、主题公园发展战略规划
- 五、主题公园营销战略分析

第四节 长隆海洋主题公园

- 一、主题公园发展分析
- 二、主题公园经济指标分析
- 三、主题公园区位优势及人群分析
- 四、主题公园发展战略规划
- 五、主题公园营销战略分析

第五节 北海海底世界

- 一、主题公园发展分析
- 二、主题公园经济指标分析
- 三、主题公园区位优势及人群分析
- 四、主题公园发展战略规划
- 五、主题公园营销战略分析

第六节 新澳海底世界

- 一、主题公园发展分析
- 二、主题公园经济指标分析
- 三、主题公园区位优势及人群分析
- 四、主题公园发展战略规划
- 五、主题公园营销战略分析

第七节 圣亚海洋世界

- 一、主题公园发展分析
- 二、主题公园经济指标分析
- 三、主题公园区位优势及人群分析
- 四、主题公园发展战略规划
- 五、主题公园营销战略分析

第八节 珠海蓝海湾主题公园

- 一、主题公园发展分析
- 二、主题公园经济指标分析
- 三、主题公园区位优势及人群分析
- 四、主题公园发展战略规划
- 五、主题公园营销战略分析

第九节 博鳌主题公园

- 一、主题公园发展分析
- 二、主题公园经济指标分析
- 三、主题公园区位优势及人群分析
- 四、主题公园发展战略规划
- 五、主题公园营销战略分析

第十节 上海长风海洋世界

- 一、主题公园发展分析
- 二、主题公园经济指标分析
- 三、主题公园区位优势及人群分析
- 四、主题公园发展战略规划
- 五、主题公园营销战略分析

第四部分 发展前景展望

第十章 海洋主题公园所属旅游行业“十二五”发展规划分析

第一节 旅游行业“十一五”发展分析

- 一、“十一五”发展回顾
- 二、旅游业在服务贸易和对外交分析
- 三、旅游业全面融入国家战略体系
- 四、体制机制创新成效显著
- 五、旅游产业竞争力进一步提升

第二节 “十二五”旅游行业发展环境

- 一、“十二五”旅游业发展面临的战略机遇
- 二、“十二五”旅游业发展面临的主要挑战
- 三、发展要求

第三节 “十二五”旅游行业发展总体思路

- 一、指导思想
- 二、基本原则
- 三、发展方向

第四节 “十二五”发展主要目标

- 一、发展目标
- 二、规划指标
- 三、“十二五”期间旅游市场开发

第五节 “十二五”期间发展国内旅游

- 一、发展思路
- 二、工作重点
- 三、提升发展质量积极发展入境旅游
- 四、培育市场主体提升企业竞争力
- 五、保护资源环境实现可持续发展
- 六、加强分类指导促进区域协调发展
- 七、深化开放程度推进国际化发展
- 八、支撑保障
- 九、促进旅游产业信息化发展

第十一章 2015-2020年海洋主题公园行业前景及趋势预测

第一节 2015-2020年海洋主题公园市场发展前景

- 一、2015-2020年海洋主题公园市场发展潜力

二、2015-2020年海洋主题公园市场发展前景展望

三、2015-2020年海洋主题公园竞争趋势

第二节 2015-2020年海洋主题公园市场发展趋势预测

一、2015-2020年海洋主题公园行业发展趋势

二、2015-2020年海洋主题公园设计发展趋势

三、2015-2020年海洋主题公园经营规模预测

四、2015-2020年海洋主题公园行业扩张趋势预测

第三节 2015-2020年中国海洋主题公园供需预测

一、2015-2020年中国海洋主题公园需求预测

二、2015-2020年中国海洋主题公园供给预测

三、2015-2020年中国海洋主题公园供需平衡预测

第十二章 2015-2020年海洋主题公园行业投资价值评估分析

第一节 海洋主题公园行业投资特性分析

一、海洋主题公园行业进入壁垒分析

二、海洋主题公园行业盈利因素分析

三、海洋主题公园行业盈利模式分析

第二节 2015-2020年海洋主题公园行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 2015-2020年海洋主题公园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、新进入者应注意的障碍因素

第十三章 2015-2020年海洋主题公园行业投资机会与风险防范

第一节 2015-2020年海洋主题公园行业投资机会

一、海洋主题公园行业未来发展方向

二、产业链投资机会

三、重点区域投资机会

四、海洋主题公园行业投资机遇

第二节 2015-2020年海洋主题公园行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、设计技术风险及防范
- 三、宏观经济波动风险及防范
- 四、金融风险及防范
- 五、财务分析及防范

第五部分 发展战略研究

第十四章 海洋主题公园行业发展战略研究

第一节 海洋主题公园行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划
- 七、信息化战略规划

第二节 对我国海洋主题公园品牌的战略思考

- 一、海洋主题公园品牌的重要性
- 二、海洋主题公园实施品牌战略的意义
- 三、海洋主题公园企业品牌的现状分析
- 四、儿童我国主题公园企业的品牌战略
- 五、海洋主题公园品牌战略管理的策略

第三节 海洋主题公园经营策略分析

- 一、海洋主题公园创新策略
- 二、品牌定位与品类规划
- 三、海洋主题公园新项目差异化战略

第四节 主题公园行业投资战略研究

- 一、2015-2020年主题公园行业投资战略
- 二、2015-2020年主题公园融资战略

第十五章 博思数据研究结论及发展资建议

第一节 海洋主题公园行业研究结论及建议

第二节 海洋主题公园行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资布局建议

图表目录

图表：主题公园产业链结构

图表：2009-2014年中国GDP规模及增长

图表：2012-2014中国GDP季度增长

图表：2012-2014中国规模以上工业增加值增速

图表：2009-2014年中国GDP分析

图表：2012-2014中国固定资产投资（不含农户）增速

图表：2009-2014年固定投资分析

图表：2013年固定投资分析

图表：2013年国房景气指数

图表：2008-2014消费品零售销售和城镇居民家庭人均可支配收入对比分析

图表：2013年中国各省市城镇居民家庭分析

图表：2013年全国居民消费价格涨跌幅

图表：2013年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2013年居民消费价格比2010年涨跌幅度

图表：2013年居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2013年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

图表：2013年居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表：2013-2014年蔬菜环比价格指数

图表：2013年各地蔬菜价格环比平均涨幅

图表：2013-2014年猪肉、牛肉和羊肉价格指数

图表：2012年12月份部分食品同比价格指数

图表：2012年50个城市部分食品价格

图表：工业生产者出厂价格涨跌幅

图表：工业生产者购进价格涨跌幅

图表：生产资料出厂价格涨跌幅

图表：生活资料出厂价格涨跌幅

图表：2013年2月份工业生产者价格主要数据

图表：2009年1月-2014年2月中国PPI指数走势图

图表：2012年原材料进价指数分析

图表：2012年消费价格指数分析

图表：中国人口分布分析

图表：中国人口年龄分布

图表：2008-2014年中国人口净增规模及增长

图表：2013-2014年主题公园（包括海洋主题公园）数量统计

图表：2013-2014年中国海洋主题公园参观人次

图表：2013-2014年中国海洋主题公园收入统计

图表：2013-2014年海洋主题公园盈利能力分析

图表：2013-2014年海洋主题公园偿债能力分析

图表：2013-2014年海洋主题公园运营能力分析

图表：2013-2014年海洋主题公园发展能力分析

图表：2013-2014年中国海洋主题公园供给数量

图表：2013-2014年中国海洋主题公园需求

图表：2015-2020年中国海洋主题公园需求预测

图表：主题公园产业链结构

图表：主题公园四种层次的竞争者

图表：主题公园持续发展的影响因子系统

图表：主题公园生命周期

图表：主题公园顾客价格

图表：A、B主题公园的PUV排序比较

图表：基于主题公园业务能力的战略矩阵

图表：旅游规划指标增长率测算表（2011-2015年）

图表：旅游规划指标体系总表（2011-2015年）

图表：2015-2020年海洋主题公园参观人数规模及增长

图表：2015-2020年海洋主题公园收入预测

图表：2015-2020年海洋主题公园需求规模预测

图表：2013-2014年海洋主题公园数量预测

略……

本研究咨询报告由博思数据研究中心领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家旅游局、国家发改委、国务院发展研究中心、国际海洋局、世界旅游组

织、中国旅游协会、中国旅游景区协会、中国旅行社协会、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国海洋主题公园及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、竞争替代产品、发展趋势、新项目与技术等进行了分析，并重点分析了我国海洋主题公园行业发展状况和特点，以及中国海洋主题公园行业将面临的挑战以及企业的发展策略等。报告还对全球的海洋主题公园行业发展态势作了详细分析，并对海洋主题公园行业进行了趋向研判，是海洋主题公园经营、开发、服务、投资等单位准确了解目前海洋主题公园业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yule1501/G81651LZRA.html>