

2024-2030年中国主题公园 旅游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

《2024-2030年中国主题公园旅游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/report/8319845JCE.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2023-12-14

【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《2024-2030年中国主题公园旅游市场分析与投资前景研究报告》介绍了主题公园旅游行业相关概述、中国主题公园旅游产业运行环境、分析了中国主题公园旅游行业的现状、中国主题公园旅游行业竞争格局、对中国主题公园旅游行业做了重点企业经营状况分析及中国主题公园旅游产业发展前景与投资预测。您若想对主题公园旅游产业有个系统的了解或者想投资主题公园旅游行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

中国旅游行业是战略性产业，产业规模不断扩大，2015年，中国旅游业总收入将达到2.3万亿元。旅游行业快速发展的同时，旅游市场不断分化变革。不同的市场需要不同的商业模式与之相适应，竞争的开放式使得行业服务趋于同质化，竞争的激烈性也使得行业现有商业模式的不断创新。

2023年，中国旅游市场经历了强劲的恢复与增长。随着疫情的有效控制和政策的逐步放宽，人们的出行意愿得到极大释放。国内游客人数达到48.91亿人次，同比上一年度激增93.32%，显示出旅游市场的巨大潜力和活力。

				指标	2023年	2022年		
2021年	2020年	2019年	2018年	2017年	2016年	2015年	2014	年
国内游客(百万人次)				4891	2530	3246	2879	6006
5539	5001	4435	3990	3611	增速(%)		93.32	
-22.06	12.75	-52.06	8.43	10.76	12.76	11.15	10.50	10.70

更多数据请关注【博思数据官方网站 <http://www.bosidata.com>】

数据来源：博思数据整理

从博思数据发布的《2024-2030年中国旅游市场分析与投资前景研究报告》表明，2023年，中国旅游市场经历了强劲的恢复与增长。随着疫情的有效控制和政策的逐步放宽，人们的出行意愿得到极大释放。国内旅游总花费达到4.91万亿，同比上一年度激增140%。同时，人均消费也破纪录的冲过千元大关。

				指标	2023年	2022年	2021年	
2020年	2019年	2018年	2017年	2016年	2015年	2014年		
国内旅游总花费(亿元)				49100	20444	29190.7	22286.3	
57250.9	51278.3	45660.8	39389.8	34195.1	30311.9		增	
速(%)	140.17	-29.96	30.98	-61.07	11.65	12.30	15.92	
15.19	12.81	15.36	更多数据请关注【博思数据官方网站					

<http://www.bosidata.com>】

数据来源：博思数据整理

指标	2023年	2022年	2021年	2020年	2019年
----	-------	-------	-------	-------	-------

2018年	2017年	2016年	2015年	2014年	国内旅游人均花费(元)		
1003.9	808.1	899.3	774.1	953.3	925.8	913	888.2
857	839.7	增速(%)		24.23	-10.14	16.17	-18.80
2.97	1.40	2.79	3.64	2.06	4.25	更多数据请关注【博思数据官方网站 http://www.bosidata.com 】	

数据来源：博思数据整理

报告目录：

第1章：旅游行业发展的背景与阶段

1.1 旅游行业发展现状

1.1.1 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

1.1.2 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

1.1.3 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

1.2 旅游行业发展环境

1.2.1 旅游行业政策环境分析

- (1) 国家支持旅游业发展
- (2) 国家支持西部地区旅游业发展
- (3) 国家扩大内需政策推动旅游市场规模扩大

1.2.2 旅游行业经济环境分析

- (1) 国际经济环境分析
- (2) 国内经济环境分析
- (3) 宏观经济环境对旅游行业的影响

1.2.3 旅游行业消费环境分析

- (1) 居民消费价格指数
- (2) 消费品零售市场调研
- (3) 居民消费性支出分析
- (4) 消费结构升级

1.2.4 旅游行业社会环境分析

- (1) 法定节假日和带薪假期实施
- (2) 人口年龄结构
- (3) 社会结构

第2章：主题公园旅游界定与经营分析

2.1 主题公园旅游界定

2.2 主题公园数量规模分析

2.3 主题公园旅游收入规模分析

2.4 主题公园旅游效益情况分析

第3章：中国文化类主题公园旅游典型案例商业模式分析

3.1 文化类主题公园发展分析

3.1.1 文化类主题公园发展现状

3.1.2 文化类主题公园分布情况

3.1.3 文化类主题公园经营分析

3.1.4 文化类主题公园趋势预测

3.2 中国民俗文化村商业模式分析

3.2.1 公园商业模式分析

3.2.2 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

3.2.3 公园成功经验借鉴

3.3 杭州宋城商业模式分析

3.3.1 公园商业模式分析

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

第4章：中国游乐类主题公园旅游典型案例商业模式分析

4.1 游乐类主题公园发展分析

4.1.1 游乐类主题公园发展现状

4.1.2 游乐类主题公园分布情况

4.1.3 游乐类主题公园经营分析

4.1.4 游乐类主题公园趋势预测

4.2 欢乐谷商业模式分析

4.2.1 公园商业模式分析

4.2.2 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

4.2.3 公园成功经验借鉴

4.3 芜湖方特欢乐世界商业模式分析

4.3.1 公园商业模式分析

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

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 观光类主题公园发展分析

5.1.1 观光类主题公园发展现状

5.1.2 观光类主题公园分布情况

5.1.3 观光类主题公园经营分析

5.1.4 观光类主题公园趋势预测

5.2 东部华侨城商业模式分析

5.2.1 公园商业模式分析

5.2.2 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

5.2.3 公园成功经验借鉴

5.3 深圳世界之窗商业模式分析

5.3.1 公园商业模式分析

5.3.2 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

5.3.3 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发展分析

6.1.1 情景模拟类主题公园发展现状

6.1.2 情景模拟类主题公园分布情况

6.1.3 情景模拟类主题公园经营分析

6.1.4 情景模拟类主题公园趋势预测

6.2 横店影视城商业模式分析

6.2.1 公园商业模式分析

6.2.2 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

6.2.3 公园成功经验借鉴

6.3 中视传媒无锡影视基地商业模式分析

6.3.1 公园商业模式分析

6.3.2 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

6.3.3 公园成功经验借鉴

图表目录

图表1：2016-2021年中国国内旅游人数及预测（单位：亿人次，%）

图表2：2016-2021年中国国内旅游收入（单位：亿元，%）

图表3：2016-2021年中国国内旅游人均花费及增长率（单位：元，%）

图表4：2021年中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%）

图表5：2021年中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%）

图表6：2021年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）

图表7：2021年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）

图表8：2021年中国入境旅游客源结构（单位：%）

图表9：2021年外国人入境旅游目的（单位：%）

图表10：2021年入境旅游外国人年龄结构（单位：%）

图表11：2021年入境旅游外国人性别结构（单位：%）

图表12：2021年中国入境旅游主要客源市场情况（单位：%）

图表13：2021年中国入境旅游过夜游客数（单位：万人次，%）

图表14：2021年中国入境旅游过夜游客数（单位：万人次，%）

图表15：2016-2021年“十一”黄金周旅游人数及增长率（单位：万人次，%）

图表16：2016-2021年“十一”黄金周旅游收入及增长率（单位：亿元，%）

图表17：2016-2021年春节黄金周旅游人数及增长率（单位：万人次，%）

图表18：2016-2021年春节黄金周旅游收入及增长率（单位：亿元，%）

图表19：各旅游区的规划及政策研究

图表20：2016-2021年全球主要经济体经济增长速度（单位：%）

图表21：2016-2021年各项全球PMI指数变动情况

图表22：2021年季度欧盟经济增长速度（单位：%）

图表23：2021年季度主要新兴市场经济体货币升、贬值情况（单位：%）

图表24：2016-2021年全球大宗商品价格和石油价格指数走势图

图表25：2016-2021年全球主要经济体经济增速及预测分析（单位：%）

图表26：2016-2021年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表27：2016-2021年规模以上工业增加值增速走势及预测（单位：%）

图表28：2016-2021年中国全社会固定资产投资及增长情况（单位：亿元，%）

图表29：2016-2021年中国居民消费价格月度涨跌幅度（单位：%）

图表30：2021年中国居民消费价格比上年涨跌幅度（单位：%）

图表31：2016-2021年中国社会消费品零售总额及其增长情况（单位：亿元，%）

图表32：2021年中国人均消费性支出情况（单位：元，%）

图表33：2021年中国人均消费性支出结构（单位：%）

图表34：2021年中国法定节假日安排

图表35：2021年与2011年中国人口年龄结构表（单位：万人，%）

图表36：2021年与2011年中国人口年龄结构图（单位：%）

图表37：2016-2021年中国人口年龄结构变化趋势（单位：%）

图表38：中国目前“金字塔型”社会结构具体表现

图表39：中国民俗文化村经营优劣势分析

图表40：中国民俗文化村门票价格情况（单位：元/人，元/张）

图表41：中国民俗文化村表演收费情况（单位：元/人）

图表42：2016-2021年杭州宋城旅游发展股份有限公司营收能力分析（单位：万元）

图表43：2016-2021年杭州宋城旅游发展股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表44：2016-2021年杭州宋城旅游发展股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表45：2016-2021年杭州宋城旅游发展股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表46：2016-2021年杭州宋城旅游发展股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表47：杭州宋城经营优劣势分析

图表48：杭州宋城景区门票价格情况（单位：元/人）

图表49：中国主要游乐类主题公园门票（通票）价格情况（单位：元/人）

图表50：欢乐谷经营优劣势分析

图表51：深圳欢乐谷门票价格情况（单位：元/人）

图表52：深圳欢乐谷年卡价格情况（单位：元/张）

图表53：深圳欢乐谷服务设施收费情况（单位：元/人）

图表54：北京欢乐谷门票价格情况（单位：元/人）

图表55：成都欢乐谷门票价格情况（单位：元/张）

图表56：武汉欢乐谷门票价格情况（单位：元/张）

图表57：武汉欢乐谷门票价格情况（单位：元/张）

图表58：芜湖方特欢乐世界经营优劣势分析

图表59：2016-2021年深圳华侨城股份有限公司营收能力分析（单位：万元）

图表60：2016-2021年深圳华侨城股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表61：2016-2021年深圳华侨城股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表62：2016-2021年深圳华侨城股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表63：2016-2021年深圳华侨城股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表64：东部华侨城经营优劣势分析

图表65：东部华侨城门票价格情况（单位：元/人）

图表66：深圳世界之窗经营优劣势分析

图表67：中国主要情景模拟类主题公园门票（联票）价格情况（单位：元/人）

图表68：横店影视城经营优劣势分析

图表69：中视传媒无锡影视基地经营优劣势分析

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/8319845JCE.html>