

中国主题公园发展研究报告

2008年7月

本报告属商业机密，所有权属于上海纵横市场资源开发有限公司。其所涉及的内容和资料只限于双方签署协议的合作方使用。收到本报告后，收件人应即刻确认，并遵守以下的规定：1) 若收件人不希望涉足本报告所述项目，请尽快将本报告完整退回；2) 在没有取得所有权方的书面同意前，收件人不得将本报告全部和/或部分地予以复制、传递给他人、影印、泄露或散布给他人；3) 应该像对待贵机构的机密资料一样的态度对待本计划书所提供的所有机密资料。

【报告摘要】主题公园对经济的巨大拉动作用已经不是秘密，按旅游行业的统计规律来算，门票与其他相关行业的收入比例是 1 : 7。因此，在一个地区，如果主题公园能够突破门票经济，带动相关零售业的发展，将是旅游行业里盈利最为快捷的方式之一。

按照世界旅游组织的观点，主题公园仍然是日前乃至未来 15-20 年旅游业发展的重要方式。该产业逐渐成为全球性产业，到本世纪初，数据显示，世界上已经有 225 个大型主题公园，吸引着 3 亿游客，创造了 70 亿美元的收入。七十年代以后，主题公园在美国、法国和日本的发展尤为迅速，并且形成很大的产业规模，据世界旅游组织统计，三国目前拥有的各类主题公园已接近 150 个。

随着中国经济的快速发展，新型服务业和创意产业的推进，主题公园作为融主题性、文化性、娱乐性、休闲性于一体的新兴游乐方式，在未来的 10 到 15 年中将在旅游产业链中扮演重要的角色。

但是我国目前的主题公园运营并不理想，70%以上处于亏损的局面。如何成功投资运营主题公园？本报告将以长三角区域为主要研究范围，通过市场量性分析，消费者调研，成功案例分析等为意向投资主题公园的投资者提供建议。

目 录

第一章 市场潜力分析.....	1
第一节 中国主题公园开发历程及现状分析.....	3
一、我国主题公园发展历程.....	4
二、发展中存在的主要问题.....	12
三、发展趋势和市场前景.....	17
第二节 长三角主题公园市场容量测算.....	20
一、测算基础数据.....	21
二、测算模型.....	24
三、测算结果分析.....	28
第二章 价值定位.....	30
第一节 世界成功主题公园成功因素分析.....	31
一、选址和基础设施.....	32
二、精准的主题选择.....	35
三、专业的服务.....	38
四、丰富的配套设施.....	42
五、娱乐品牌的营建.....	45
第二节 中国消费者旅游需求分析.....	48
一、消费者对主题的选择.....	49
二、消费者对服务的需求.....	51
三、消费者对配套的需求.....	53
四、消费者对达到时间及便捷性的需求.....	56
第三节 长三角竞争主题公园分析.....	58
一、长三角已建主题公园分析.....	59
二、长三角在（拟）建项目资料.....	62
第四节 长三角主题公园建设建议.....	64
一、一般大型主题公园目标人群选择取向.....	65
二、主题的选择建议.....	67
三、选址的基本要求.....	69
四、经营模式建议.....	70
第三章 总体建设投资规模和财务测算模型.....	71
第一节 国际水准主题公园的建设规划和规模建议.....	72
一、整体规划和功能涉及原则要点.....	73
二、合理的建设规模和建设建议.....	74
第二节 财务测算模型.....	76
一、财务模型基本框架和测算基础.....	77
二、通常主题公园总投资和投资回报率.....	83
三、收益率敏感性分析.....	85
四、项目风险和预急方案.....	87
第四章 主题公园实施组织和计划.....	89

第一节 通常主题公园建设近期、中期和长期阶段性目标	90
一、一般主题公园近期阶段目标，主要工作和预计投资额	91
二、一般主题公园中期阶段目标，主要工作和预计投资额	93
三、一般主题公园远期阶段目标，主要工作和预计投资额	95
第二节 依据投资风险和对游客的吸引力分段开发计划	97
一、依据投资风险，主题公园内部项目的等级划分	98
二、依据对游客吸引力，主题公园内部项目的等级划分	101
三、一般主题公园的项目开发计划	105
第三节 引入合作伙伴注重品牌、管理经验和资金	107
一、潜在娱乐品牌商介绍及合作建议	108
二、主题公园运营商介绍及合作模式	113
三、服务设施和技术平台提供商介绍及合作模式	116
四、配套商介绍及合作模式	119
五、主题公园投资商介绍及联系方式	121
第四节 运营公司组织架构和职能	124
一、主题公园运营公司架构	125
二、管理团队及组织架构	128
三、专业人才的获取途径和来源举例	133