

## 主题公园和游乐园 - 中国 - 2019年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“据估计，主题公园和游乐园的游客量增速将放缓，但仍将保持健康增长。该市场将日趋成熟。建立知名品牌对未来的竞争力至关重要。园区品牌可以利用IP（知识产权）衍生产品来增加收入，例如融合IP故事情节。消费者对学习知识的热情为创新的园区内游乐项目和零售场所提供了可能性。”

— 赵凌波，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 公园品牌可以凭借具有差异性的形象抵御来自度假村的竞争
- 消费者对学习新知识的兴趣激发衍生产品零售
- 园区内食物和饮品升级应贴近IP故事情节

主题公园和游乐园在过去5年内迅猛增长。从游客量来看，该市场目前正过度到更理性的增长阶段。在未来5年内，游客量增速预计将放缓，但良好的市场行情显示，游客量将保持健康增长。

购买  
这篇报告

地址：  
store.mintel.com

电话：  
欧洲，中东，非洲  
+44 (0) 20 7606 4533

巴西  
0800 095 9094

美洲  
+1 (312) 943 5250

中国  
+86 (21) 6032 7300

亚洲  
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：  
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

## 主题公园和游乐园 - 中国 - 2019年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

## 目录

## 概述

您所需了解的

报告定义

## 概述

市场

市场转向更理性的增长

数据1: 主题公园和游乐园的游客量及消费额, 2014-2018年

陆地公园深度渗透市场

新乐园开发面临更高标准.....

.....但旅游和休闲娱乐行业市场环境有利

数据2: 旅游和休闲娱乐的消费额, 2016-2018年

预计未来主题公园和游乐园增速放缓, 但仍将保持健康增长

公司与品牌

市场集中程度适中

数据3: 主题公园和游乐园的市场份额(按游客量区分), 2016-2018年

海洋主题公园试水新模式: 娱乐小镇

方特通过开设新乐园扩大市场份额

衍生产品为销售增长打开大门

创意度假村从主题公园和游乐园汲取灵感

消费者

乐园初体验者并不多见

数据4: 去过的主题公园或游乐园, 2019年8月

消费者每年游玩超过一次

数据5: 游玩频次, 2019年8月

消费者被游乐项目和乐园内服务吸引

数据6: 吸引消费者的特点, 2019年8月

游客将主题公园和游乐园与欢乐、回忆和流行的活动相联系

数据7: 对主题公园和游乐园的态度——公园形象, 2019年8月

对于90后来说, 主题公园和游乐园是适合约会或者和朋友社交/聚会的场所

数据8: 对主题公园和游乐园的态度——游玩场景, 2019年8月

主题公园和游乐园是较长假期中的首选度假活动

数据9: 不同假期类型消费者感兴趣的度假活动, 2019年8月

消费者愿意花时间去旅游, 市场行情看好

数据10: 休闲时间安排, 2019年8月

我们的观点

## 议题与洞察

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 主题公园和游乐园 - 中国 - 2019年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

公园品牌可以凭借具有差异性的形象抵御来自度假村的竞争

现状

启示

消费者对学习新知识的兴趣激发衍生产品零售

现状

启示

数据11: Fico Eatly World 所提供的活动，2019年

园区内食物和饮品升级应贴近IP故事情节

现状

启示

数据12: 星球大战》特别版可口可乐

### 市场——您所需要了解的

游客量的增长变得更理性

消费额的增长也受到影响

陆地公园已深度渗透市场

新主题公园开发的标准更高

旅游和休闲娱乐行业前景乐观

市场预计增速将放缓但仍将保持健康

### 市场规模与预测

市场正在转向更理性的增长

数据13: 中国市场主题公园和游乐园的游客量 (单位为百万人次)，2014-2018年

消费额在很大程度上取决于游客量

数据14: 中国市场上的主题公园和游乐园的消费额，2014-2018年

游客量增速预计将放缓

数据15: 中国市场主题公园和游乐园的游客量 (单位为百万人次)，2019-2024年(预估)

消费额增速放缓

数据16: 中国市场主题公园和游乐园的消费额预测 (单位为十亿元人民币)，2019-2024年(预估)

### 市场因素

旅游及休闲娱乐需求与日俱增

数据17: 旅游和休闲娱乐的消费额，2016-2018年

陆地公园已深入渗透市场

数据18: 陆地公园所占百分比 (按行政区划分)，2019年

更高标准的乐园质量

### 重点企业——您所需要了解的

市场集中程度适中

海洋主题公园试水开放式娱乐小镇模式

多项乐园特点比乐园内的表演项目更能吸引消费者

衍生产品销售为收入增长打开大门

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 主题公园和游乐园 - 中国 - 2019年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

度假村强调悠闲假期与趣味活动相结合

### 市场份额

竞争集中在重点企业

数据19: 主题公园和游乐园的市场份额 (按客流量区分), 2016-2018年

### 竞争策略

品牌尝试以海洋为主题的开放式娱乐小镇代替主题公园

数据20: 海洋主题公园和展馆所占百分比 (按行政区划分), 2019年

数据21: 海昌极地海洋公园的海底隧道

公园推出园内表演

数据22: 领先的主题乐园和游乐园所提供的园内表演, 2019年

数据23: 去主题公园的原因, 2017年8月

数据24: 国内消费项目的偏好, 2017年11月

通过开设新乐园扩张

数据25: 中国市场上领先企业开设的新的主题公园 (按园区数量区分), 2013-2019年

衍生产品销售的机会

数据26: 海昌海洋公园控股有限公司乐园和度假村业务线的销售收入

数据27: 宋城演艺发展股份有限公司开设的衍生产品零售商店

### 谁在创新?

酒店集团在新度假村设计上模仿主题公园

数据28: 森泊度假酒店, 2019年

美国主题公园引进素食餐饮概念

### 消费者——您所需要了解的

几乎80%的消费者去过主题公园和游乐园

大多数消费者不止一次去过主题公园或游乐园

有0-12岁孩子的消费者是3大领先品牌的主要客群

主题公园和游乐园与欢乐、回忆和流行的活动有关

游乐项目和服务是激励游玩的重要因素

去主题公园和游乐园是较长假期中的首选度假活动

消费者愿意花时间旅游是积极信号

### 去过的主题公园或游乐园

市场上没去过主题公园和游乐园的消费者并不多见

数据29: 去过的主题公园或游乐园, 2019年8月

消费者寻求不同的乐园游玩体验

数据30: 不同公园品牌的游客, 2019年8月

3个领先品牌均瞄准有孩子的家庭

数据31: 游玩方特的游客 (按城市区分), 2019年8月

数据32: 3个重点品牌的游客 (按孩子年龄区分), 2019年8月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 主题公园和游乐园 - 中国 - 2019年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

### 游玩频次

9成消费者不止一次去过主题公园或游乐园

数据33: 游玩频次, 2019年8月

高频游客的消费者档案

数据34: 游玩频次——4次或更多(按性别和代际区分), 2019年8月

### 吸引消费者的特点

消费者不仅被IP吸引, 也被游乐项目和服务吸引

数据35: 吸引消费者的特点, 2019年8月

数据36: 游乐项目风格的偏好

90后最看重园区内的服务

数据37: 3大最吸引90后消费者的特点, 2019年8月

数据38: 吸引消费者的特点——服务相关的特点(按代际区分), 2019年8月

消费者对卡通主题和非卡通主题的偏好相似

数据39: 消费者对主题的偏好, 2019年8月

优质的服务有助于吸引中高频游客

数据40: 3大最吸引消费者的特点(按游客游玩频次区分), 2019年8月

### 对主题公园和游乐园的态度

公园形象: 欢乐、回忆、流行的休闲活动

数据41: 对主题公园和游乐园的态度——乐园形象, 2019年8月

追求时尚为园区游乐项目带来灵感

孩子是最常见的游园伴侣

数据42: 对主题公园和游乐园的态度——游玩场景, 2019年8月

与朋友社交/聚会或约会在90后中很普遍

数据43: 对主题公园和游乐园的态度——部分(按代际区分), 2019年8月

数据44: 消费者感兴趣的周末度假活动, 2019年8月

### 不同类型的假期中消费者感兴趣的假期活动

消费者更喜欢外出度假而不是宅在家里

数据45: 不同类型的假期中消费者感兴趣的假期活动——宅在家里, 2019年8月

消费者喜欢在不同的假期类型中进行不同的休闲活动

数据46: 不同类型的假期中消费者感兴趣的假期活动, 2019年8月

### 休闲时间安排

休闲时间的关键词: 健康、旅游和知识

数据47: 休闲时间安排, 2019年8月

女性消费者倾向于花费更多时间在国内旅游上

数据48: 休闲时间安排——花费更多时间在国内旅游(按人口统计特征区分), 2019年8月

数据49: 休闲时间安排——花费更多时间在国内旅游(按家庭构成区分), 2019年8月

中高频游客愿意在国内旅行上多花时间

数据50: 休闲时间安排——国内旅游(按游玩频次区分), 2019年8月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 主题公园和游乐园 - 中国 - 2019年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

## 认识英敏特城市精英人群

乐园渗透率在英敏特城市精英人群中较高

数据51: 英敏特城市精英人群去过的主题公园或游乐园, 2019年8月

英敏特城市精英人群的游园经验更丰富

数据52: 游玩频次 (按消费者分类区分), 2019年8月

英敏特城市精英人群对国内旅游充满热情

数据53: 休闲时间安排——国内旅游 (按消费者分类区分), 2019年8月

## 附录——研究方法 with 缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)