（四）可持续发展被专业人才匮乏限制，有米之炊也需要巧妇来为

主题公园是一种以服务型为导向的产品，游客的满意度与服务质量呈正比，而服务质量的好坏又与专业型人才相关。目前国内一些主题公园的经营管理者过分关注开发建设，不重视总结经验教训，忽视专业人才的重要性，从而不能形成一种长远的战略性、学习型发展观，导致主题公园的发展受阻。

此外，我国高等旅游教育院校设置的专业课程较少，其中偏向主题公园方向的专业更少。主题公园人才培育机制的缺乏、人才梯队培育观念的落后，成为了主题公园可持续发展的重大瓶颈。引进人才，引进高层次文化人才；重视人才，重视吸引在海外、国内从事主题公园产业的优秀人才，应当是主题公园的经营管理者谋求下一步发展的因应之道。

三、中国主题公园行业发展趋势

（一）宏观环境促使中国主题公园发展更加稳健

“十三五”期间，中国经济持续增长，人民收入不断提升，对美好生活需求、旅游品质要求不断提升，供给端业态改革、消费转型升级的需求迫切。主题公园行业符合经济发展的大势所趋，迎来了蓬勃发展的黄金时期，无论在投资、游客、产品品质还是服务提升方面，都在逐渐缩小与世界主题公园的差距。随着竞争格局和市场发展的不断稳定，以及近年政府出台严控文旅产业和地产项目捆绑等相关的政策，国内主题公园将更注重打造公园本身，深挖传统中华文化、时代特色文化内涵，整体带动主题公园市场从野蛮拓荒式的发展态势向着更健康、更成熟的发展模式转变。

（二）中国主题公园将更注重细分客群，打造不同定位子品牌

国内大型主题公园已经形成了全国化布局和品牌化发展模式，成熟的主题公园在进行现有园区更新的同时，针对不同客群定位，不断扩展全新的主题园区，打造错位发展的子品牌，品牌精细化发展的趋势明显，另一方面也通过创新的营销组合与差异化的主题节庆活动来吸引更大范围的细分客群，客源辐射能力、品牌影响能力不断提升。同时，成熟的主题公园将会在更多城市地区输出自己的品牌和运营管理模式，形成轻资产、标准化输出的发展模式。

（三）中国主题公园将更注重深耕IP内容，助推文化与高新技术的相互融合

积极发展纵向上下游产业链是国内主题公园发展的必然趋势，一是主题公园集团将更加注重开发自有文化IP、挖掘中国文化内涵，结合故事内容提升景区娱乐设施吸引力。华强方特打造了国内优秀原创动漫IP，熊出没主题公园是国内自主研发IP与实景公园相结合的优秀范例。二是主题公园集团将更加注重科技的研发和应用。一方面体现在项目产品的更新迭代上，借助科技融合应用，全方位提升游客沉浸式感受，颠覆现有娱乐模式；另一方面体现在游客入园游玩的体验上，利用大数据、人工智能、云计算、物联网等手段深入分析客户需求，逐步推广刷脸入园、智能支付等技术，借助前沿科技打造独特游览体验。

（四）协同城市发展，成为产城融合发展的重要推动者

主题公园的突出特色在于鲜明的主题性，贯穿整个产业链上下游。围绕主题特色，横向联动发展周边餐饮、零售商业、酒店住宿等产业，甚至带动文化创意产业、金融产业、会议会展产业的发展，超越主题公园概念限制，形成集群化、品牌化的度假休闲旅游目的地和产业聚集高地，将是主题公园企业的发展目标。

上海迪士尼乐园开园后，上海的零售、住宿、餐饮、总部经济、信息技术等行业实现了显著的发展。特别是餐饮行业，不仅实现了翻倍的行业增长，还带动了从传统餐饮向主题式、体验式餐饮的产业转型升级。北京环球主题公园开业后也必将带来相同的产业发展效应。所以未来国内主题公园的开发建设更将会带动基础设施的完善与产业结构的升级，促进产业集聚、整合、相互赋能，大力提升区域发展水平与核心竞争力，实现以产带城，产城联动。