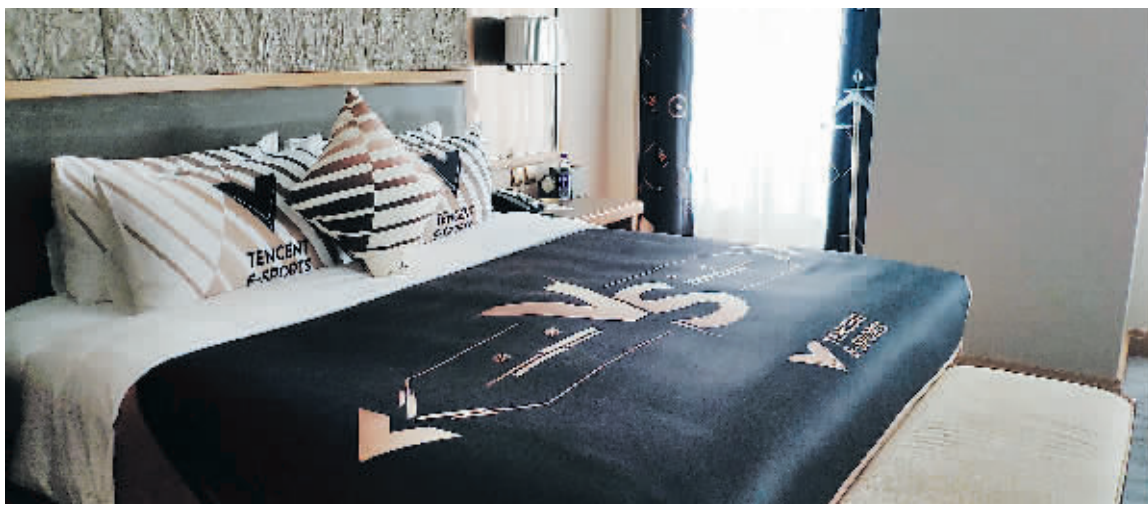


玩家集中入场 电竞酒店风口真的来了？

在诸多旅游企业集体布局下，电竞酒店似乎迎来了一个风口。6月30日，北京商报记者从多家旅游企业获悉，电竞主题酒店正在成为大家争相布局的对象。近日，香格里拉集团就宣布与腾讯游戏、腾讯电竞联合推出了游戏电竞主题房。据悉，首批共推出了5家酒店。与此同时，国内旅游平台同程艺龙也宣布对电竞酒店进行战略投资，目的为帮助电竞酒店实现门店扩张。其实，在前几年，电竞酒店就在二三线城市中不断浮出水面，但一直未能在一线城市走热，而如今的电竞酒店又重出江湖，被更多的旅游企业瞄上，是业内迎来了新的风口，还是这些企业另有盘算？



北京嘉里大酒店电竞主题房

旅企争相布局

近日，香格里拉集团与腾讯游戏、腾讯电竞联合定制的游戏电竞主题房正式发布。据悉，首批共有5家酒店推出了游戏电竞主题房，包括北京嘉里大酒店、上海浦东嘉里大酒店、西安香格里拉、成都香格里拉以及海口香格里拉。并且每家酒店各推出5间主题房。由此看来，国际酒店也开始在国内市场开始涉足电竞酒店领域。

北京商报记者通过实地探访北京嘉里大酒店发现，在该酒店的游戏电竞主题房内，都备有游戏定制床品、毛巾、拖鞋、浴巾、相框、桌面等。例如《秦时明月世界》手游主题房主打侠客国风特色，《天天爱消除》主题房以清新少女风为主，《欢乐斗地主》主题房则以棋牌元素为特色，尤其是腾讯电竞主题房，房内还有SKG按摩仪、RAZER雷蛇提供的全套电竞设备等。北京嘉里大酒店的负责人表示，这些房间的价格在1000—2000元左右不等，价格上相对于其

他普通客房会稍微高一些。但是，入住游戏电竞主题房也可以享受专属权益，客人入住后可以获得相应的游戏福利礼包、300元餐厅消费额度等。

其实，不仅是国际酒店集团，国内在线旅游平台也在加紧布局电竞酒店。近日，同程艺龙正式宣布对电竞酒店的战略投资，投资额数千万元，而此次投资主要用于电竞酒店品牌形象升级、营销推广和门店扩张。同程艺龙方面还表示，将为电竞酒店的技术研发、产品运营和消费体验注入强劲动力。

各家旅企如此积极挤进电竞酒店的赛道，为的就是吸引旅游市场中的年轻客群，那么电竞酒店的风口真的要来了吗？

量与质齐升

“其实，电竞酒店的概念早就出现了，很多地方都有，但之前的电竞酒店里不只是一台电脑，有些酒店的床还是那种大通铺，好多人挤在一起，没有什么体验感，只能

凑合休息一会儿。”一位游戏爱好者表示。北京商报记者了解到，之前市面上的电竞酒店，很多只是加了一张床的网吧，虽然游戏环境优越，但是休息环境却非常糟糕。但是，近年来电竞酒店的数量在迅速增长，并呈现出井喷式发展态势。据公开数据显示，2019年8月全国电竞酒店约有1200家，到2020年8月，全国共有电竞酒店超8000家，仅仅一年的时间，数量增长了600%。

与此同时，起初的电竞酒店只在下沉市场尤其被关注。截至2020年1月，美团数据显示，仅电竞酒店数量排名前十的城市中，电竞酒店已超过1500家，然而这其中并没有北上广深这些超一线城市的身影。

但随着电竞产业不断扩大，年轻人对于游戏的热爱，电竞酒店逐渐找到了其扩张的步伐，渐渐开始蔓延，更是挤入了到了一线城市。2021年3月，网鱼网咖注册成立了上海网鱼酒店管理有限公司，并在上海松江大学城落地了网鱼网咖电竞酒店。而IU酒店作为锦江酒店（中国区）旗下唯一一家社交品类中高端酒店，同样也打造了适

合年轻人的观影房、游戏IP主题房、IP周边售卖区等，并选取IU酒店·南宁动物园打造了电竞房。由此可见，电竞酒店在数量增长的同时，其质量也在不断的提升，设备也在不断进行升级。

“如果在预算足够的情况下，我们线下网友聚会还是会选择品质好的电竞酒店，现在不仅在乎游戏环境，酒店内舒适的环境也可以给我们带来很好的游戏体验，相比过去拉着行李箱到另一个城市参加聚会的‘紧张’氛围，现在这种轻松舒适更受到游戏爱好者们的青睐。”游戏爱好者赵子欣表示。

在业内人士看来，过去电竞酒店是靠销量取胜，而质却被人们所忽视，而如今，年轻人对生活、旅游质量需求的提升，高质量的电竞酒店就成为了他们的首选。

正在扩围的市场

近年来，我国的电竞团队屡屡夺冠，一方面为我国的电竞业增加了信心，另一方面，也

为电竞酒店的发展提供了土壤。根据艾瑞咨询发布的《2020年中国电竞行业研究报告》显示，2019年电竞整体市场规模突破1000亿元，预计在2021年时达到1651亿元。与此同时，2019年我国电竞用户数量为4.7亿人，2020年则将达到5.2亿人，而在2021年电竞群体数量将会达到5.5亿人。此外，世界级电竞赛事接连夺冠，也成为了推动电竞不断出圈的强劲马达，电竞酒店也就顺势出世。

北京第二外国语学院旅游科学学院院长谷慧敏表示，如今酒店业的客群越来越年轻化，游戏也成为了年轻人生活旅游的重要组成部分，而酒店就通过产品创新，用混合式的方式把传统酒店卖客房变为卖全新的体验，来吸引追求时尚的年轻顾客，同时，酒店还能提供更多的社交和专业化的电竞环境，来满足这部分客群的需要。此外，电竞酒店也是文旅融合的一种产物。

热心的游戏爱好者黄艺彬向北京商报记者坦言：“其实，入住电竞酒店更多的是2—5人一起，而这种单人双人的电竞主题房就不太合适，而且，我们游戏爱好者首先关注的是价格、电脑设备、房间的硬件以及舒适度，如果要针对多人线下电竞聚会，还是比较期待未来能够推出可以多人一起游戏的电竞民宿”。

“电竞酒店的客房显然不太适宜群玩，但是酒店可以腾出行政楼层利用率不高的小办公室等来作为电竞爱好者们的群玩场所。”谷慧敏还谈道：“就目前来看，不建议所有的酒店蜂拥而上抢夺电竞酒店市场，因为这种市场到底有多大、生命力到底有多强还需要市场的检验。同时，酒店从电竞切入，还需要随着游戏的迭代而不断更新换代，进行品质的升级，最重要的是要满足年轻客群的需要。”

北京商报记者 关子辰 吴其芸/文并摄

敢于尝试与创新 北京欢乐谷在主题公园赛道上脱颖而出

近年来，在不断入驻的国际品牌和国内自主品牌主题公园的强势竞争下，北京欢乐谷作为华侨城集团旗下的知名欢乐谷品牌项目始终表现出强劲势头，动作频频、捷报频传。不仅仅引入一系列的IP，同时在“夜经济”新政促进下，也在探索尝试新业务和新项目。今年，在北京欢乐谷正值15岁生日之际，为推动北京消费升级、落实高质量发展要求，推出六期·天光夜谭，在现有七大主题区的基础上，重新勾勒夜间光影版图，打造动感、时尚、激情的“夜经济”IP，与此同时，大型东方神话秀《金面王朝》也在华侨城大剧院焕新归来。如今在疫情防控向好之时，北京欢乐谷也在复苏的旅游市场中加速回暖，以高质量运营对标国际主题公园。

面对挑战 自身打磨走高光之路

近年来，国内主题公园市场可谓风起云涌。一方面，不断有国际品牌主题公园涌入中国；另一方面，国内主题公园企业也纷纷加速扩张，分羹市场。据业内信息透露，北京环球度假区即将面世，试图在逐步复苏的旅游市场中分一杯羹。据悉，国内另一大主题乐园集团长隆集团旗下的主题公园项目近年来也在加速扩张，通过旅游板块联动，致力于打造一站式综合性旅游服务。

不过面对这些挑战，华侨城集团依然表现出了强大的竞争力。根据TEA与AECOM联合发布的《2019年主题公园和博物馆报告：全球主要景点游客报告》指出，2019年华侨城集团首次超越环球影城跻身全球主题公园集团前三甲，在游客接待量方面，华侨城为5397万，同比增长9.4%，也超过了中国另外两家本土主题公园巨头——华强方特和长隆集团。

据悉，华侨城集团旗下的北京欢乐谷更是以全年接待游客量516万人次挺进2019年全球主题公园榜单，列居24位，同时，游客量增幅为全榜单第一，达

29.6%。

在业内人士看来，北京欢乐谷之所以能在充满竞争的市场上脱颖而出，与其坚持IP创新、迎合本土消费以及滚动升级开发新产品、新体验等举措密不可分。

据了解，继2006年开园后，15年间，北京欢乐谷相继推出了二期·欢乐时光区、三期·爱琴港区之奇幻海洋馆及欢乐世界、四期·甜品王国区、五期·香格里拉区，而在2021年15周年之际，北京欢乐谷再度斥资2亿元呈现高光作品——六期·天光夜谭。由此可见，在IP打造和内容的创想打磨道路上，北京欢乐谷可谓持续创新。

自身IP融入 更灵活、更包容

近期，在谈到发展战略时，华侨城集团还表示，将以欢乐谷品牌为核心，持续打造主题公园产品体系，在一线和二线城市布局欢乐谷连锁主题公园，推进60家欢乐谷落地开花。同时，未来还将在全国二三线城市布局基于“欢乐谷”母品牌的子品牌和子产品，积极推进水公园产品布局。

不难看出，本土主题公园对文旅的

结合日渐重视，在不断开发新的主题园区和主题景点的同时，还融入了自身IP品牌，以增强对消费者的吸引力。

据了解，今年3月，欢乐谷集团还与快看漫画签约，宣布达成五年的合作，双方将在二次元代言人、国漫IP场景搭建、景区IP打造等方面进行合作。此外，北京欢乐谷持续致力于孵化主题IP，全国七大主题区已经成为北京欢乐谷独特的IP符号被广大游客熟知。四期·甜品王国主题区的开放，创新引进国漫IP“饼干警长”，打造IP主题区；五期·香格里拉区进一步实现沉浸式旅游体验的升级。北京欢乐谷副总经理李伟表示，在“富养”IP的今天，北京欢乐谷不断在主题商品研发与创新上发力，不仅开发了“香格里拉宝贝”“饼干警长”等系列主题文创商品、餐品，也联合了知名IP狮王阿醒、吾皇万睡、悲伤蛙等进行联名商品开发，同时更是紧跟“泛文创”时代的步伐，推出“欢乐谷”主题雪糕，也深受游客喜爱。如今，北京欢乐谷已经拥有上百个类目，上千种主题IP文创商品。

北京欢乐谷总经理赵小兵表示，在这个“需求变化快、创意迭代快”的碎片化时代，只有凝心聚力推陈出新，做到“产品更新快、服务反应快”，才能保持主题公园的“好玩”，才能让广大游客玩

好”。与此同时，北京欢乐谷已全面启动七期项目的规划筹建工作，拟于2024年送给游客。

此外，北京欢乐谷也用过人实力，创下了许多令人震惊的数字。据了解，作为今年“就地过年”后的第一个小长假，清明假期也受到广大游客的关注，而就在此时，北京欢乐谷关键经营指标全创下了历史新高。其中，北京欢乐谷的年卡最为火爆，3天销量就已经破万。与此同时，今年“五一”小长假北京欢乐谷连续两日单日营收突破1000万元，并创下了开园15年单日营收的最高纪录。刚刚过去的端午小长假，关键经营指标强势刷新历史纪录。

在业内人士看来，今年是国内主题公园市场重要的一年，一方面北京环球影城即将开园迎客，另一方面，国内主题公园如长隆、华强方特等也在奋力追赶，未来随着新IP的出现，也会加剧国内主题公园市场的竞争。不过，北京欢乐谷依靠着自身硬核实力，依然能保持强大的竞争力。

迎合本地需求 “夜游”成为战略发力点

其实，北京欢乐谷之所以能够保持源源不断的客流，与其不断迎合本地消费需求也有着紧密的关系。过去一年，经历过疫情变化后，北京文旅消费也面临着诸多改变，如何促进北京文旅消费也成为文旅主管部门关心的问题。据了解，此前，北京市商务局印发《北京市关于进一步繁荣夜间经济促进消费增长的措施》的通知，到2021年底，在全市形成一批布局合理、管理规范、各具特色、功能完善的“夜京城”地标、商圈和生活圈，满足消费需求。而随着北京市文旅市场消费形式的变化，北京欢乐谷也在不断迎

合本地市场，调整自己的战略方向。

在“2021北京消费季”启动之际，作为商务部和北京市人民政府联合举办的“第三届全国双品网购节暨2021北京消费季”启动活动分会场活动之一，开幕式不仅全面启动了2021北京消费季之夜京城系列主题活动，同时，北京欢乐谷六期·天光夜谭也正式推出。此外，在开幕式上，夜京城活动承办方小诚互娱联合北京烹饪协会等行业协会、北京欢乐谷等文旅企业、大悦城等商业企业发起成立了“北京夜间经济促进联盟”，从商旅文体以及互联网等各个领域，全面丰富京城夜生活，促进夜经济发展。

值得一提的是，今年也是北京欢乐谷的15周年生日，在这个特殊的日子里，六期·天光夜谭的开放，将继续发挥北京欢乐谷在北京乃至华北地区首开夜场的优势，为点亮“夜京城”带来全新产品，奏响“夜游、夜秀、夜赏、夜宴、夜购、夜谈”夜经济六部曲。

据悉，此次产品重点通过全国光影亮化、高科技光影互动、光影特效大秀，推出国内首创、世界唯一的城市空间装置体验秀《欢乐魔方》、万星光幻影秀《奇幻东方》以及特效实景剧《玛雅天灾》等。不仅如此，还将营造沉浸感、科技感、趣味感、体验感十足的光影谷，带来日、夜两谷不同的观感体验。北京欢乐谷表示，此次的六期·天光夜谭与北京市“夜京城”计划不谋而合，致力于打造56万平方米夜间休闲目的地“北京夜游新地标”。

有业内人士分析指出，迎合本地消费、顺应市场的变化是主题公园所不可缺少的战略。预计在接下来的暑期，北京接待游客量将会激增，届时，文旅消费也将会迎来新的高峰，相信北京欢乐谷也能在其六期新项目带动下，为北京主题公园市场增添一抹亮色。