

2021·年终盘点

“南北双雄”鼎立 主题公园行业迎蜕变期

2021年,国内旅游业在疫情防控下艰难复苏,不过作为本地游和周边游的代表,主题公园行业可谓是文旅圈复苏最快的业态。同时,这一年,主题公园行业也迎来了诸多“盛事”,北京环球度假区的盛大开幕、上海迪士尼度假区迎来的第五个生日、上海海昌海洋公园二期的动工,以及三家乐高乐园度假区的相继落地,都充分显示出中国主题公园行业的韧性。在主题公园“队伍”持续壮大的同时,IP内容也在不断扩充。从北京环球度假区“威震天”的走到上海迪士尼“玲娜贝儿”的出圈进而带火周边产品,这些都充分展示了主题公园的强大溢出效应。如今,中国主题公园已经呈现出百花齐放的局面,随着人们消费水平的不断提高,北、上、广、深这些一线城市也正式迎来了国际主题公园“割据”的局面,可以想象,中国主题公园正在释放巨大潜力。

北京

环球度假区盛大开幕 消费需求外溢

受疫情点状散发影响,2021年中国旅游市场波动不断。相较于其他业态,主题公园一马当先,呈现出复苏与爆发的局面。纵观2021年整个主题公园市场,其中最受人瞩目的就是新开业的北京环球度假区。

北京环球度假区于9月20日正式开业,包含全球环球影城一期开园规模最大的环球主题公园、北京环球城市大道,以及两家度假酒店。北京环球影城还包含七大主题景区,汇集了全世界环球主题乐园中最受欢迎的景点。北京环球度假区开园更是“引爆”了整个文旅圈,而开园之后更是一票难求。

北京环球度假区的开园对于处在复苏中的全国文旅行业来说可谓一针强心剂。在刚刚开业后的第一个“十一”假期,北京环球度假区就贡献了不俗的表现。据统计,未来水世界特技表演、“不可驯服”,以及霍格沃茨城堡夜间断灯光庆典等各类演出,共进行近2000场,总计约44740分钟。而人气最高的互动项目“变形金刚:传奇现场”,擎天柱、风刃和威震天三位角色共出场231次,吸引数万名游客互动及观看。虽然因常态化疫情防控而采取限流措施,但北京环球度假区仍交出了较为漂亮的答卷。

此外,北京环球度假区的开园也带动了周边的消费市场,以环球度假区为中心,周边酒店、交通、餐饮等需求旺盛。以住宿为例,在采访调查中,北京商报记者发现,以北京环球度假区为中心,周边3公里左右的酒店受惠

于北京环球度假区客流拉动,不少经济型、中高端酒店在节假日都出现满房状态,且酒店客房价格大幅上涨。

不仅如此,北京环球度假区开业后,诸多景区形象人物和周边也备受追捧。继“小黄人爆米花桶”之后,“威震天”更是凭借“话唠”形象频频上位。

其实,在北京环球度假区内测运营期间,首寰文旅研究院还邀请所有受聘专家及其他文旅行业专家参观调研了环球影城,并在研究院专家委员会上对北京环球度假区的建设、开园试运营的体验进行了调研心得分享,成功组织文旅界专家对环球度假区的盛大开园各项准备献计献策。

对于北京环球度假区的带动作用,中国旅游研究院院长戴斌在接受媒体采访时表示,北京环球度假区成熟后预计每年营收可达百亿,对北京市区域旅游发展起到了积极的促进作用。从长远来看,北京环球度假区满足了广大人民群众对都市休闲的新期待,成为大众旅游的新选择。

同时,文旅部“十四五”规划专家委员会委员、世界旅游城市联合会特聘专家厉新建还表示,北京环球度假区的开园对于吃、住、行、游、购、娱每一个方面都会有非常大的推动作用,在未来的发展中,北京环球度假区对周边整体形象的溢出,在整个空间、环境、服务水平方面都能够得到整体的提升,这同时也是一个区域性的溢出。

2021年主题公园部分大事一览

4月8日 上海迪士尼度假区五周年庆典拉开帷幕



北京商报记者 吴其芸摄

4月28日 北京欢乐谷六期“天光夜谭”正式开放

深圳乐高乐园度假区正式动工 8月26日

9月20日 北京环球度假区正式开业



北京商报记者 张笑嫣摄

9月29日 上海海昌海洋公园二期项目动工

11月17日

上海乐高乐园度假区项目举行开工仪式



图片来源:上海乐高乐园度假区官方微博

上海

迪士尼五周年出新招 “玲娜贝儿”带火周边

与北京环球度假区同为国际IP入驻的上海迪士尼,今年也不甘示弱。早在今年4月8日,上海迪士尼便在开幕五周年庆典启动仪式上,宣布将为游客打造一系列崭新体验。同时还推出了新版烟火秀——“奇梦之光幻影秀”。上海迪士尼此举可谓借助五周年生日祭出新招。

其实,受疫情影响,2020年上海迪士尼客流量下降幅度较大,净利润一度暴跌逾九成。据主题娱乐协会TEA联合第三方专业研究及咨询机构AECOM发布的历年《主题公园与博物馆报告》显示,2017-2019年,上海迪士尼年接待游客数量均超过1000万人次,位于国内主题公园前列。而2020年上海迪士尼受疫情影响,游客量共550万人次,相较于2019年下降50.9%。业内人士认为,随着国内旅游市场的逐渐放开,上海迪士尼也通过五周年这个特殊的庆典来进一步刺激旅游市场,试图加速客源回流。

不过,上海迪士尼毕竟有着强大的“吸金”能力。2021年下半年,上海迪士尼更是凭借新IP形象——“玲娜贝儿”频频出圈。据悉,在微博热搜中,时常可以看到一只粉红的毛绒狐狸女孩“玲娜贝儿”引起的话题,而“玲娜贝儿”在上海迪士尼全球首发上线仅三个多月,已然成为迪士尼的流量新担

当。首发当日,不少消费者更是排队数小时只为了购买玲娜贝儿的各种周边。屡次出圈的同时也伴随着争议,12月14日,一则名为“玲娜贝儿玩偶价格太离谱了”的话题登上热搜,起因是12月12日开启预约的玲娜贝儿圣诞系列周边玩具人气太旺,预约系统一度空白。而在某电商平台上,其价格已被黄牛炒至上千元。

对此上海迪士尼做出回应,表示将不断补货并继续加大补货数量。业内人士表示,虽然有争议,但“玲娜贝儿”仍是上海迪士尼一次成功的IP营销。

就2021年来看,北京的环球度假区和上海的迪士尼已形成了“南北双雄”的格局,进而推动中国文旅产业向高质量发展迈进。



图片来源:受访者提供

国际一线主题公园的开业、落户,国内主题公园企业的扩建等等,这些都预示着中国主题公园产业正在迎来高速发展期。而主题公园与一座城市的关系,也随着外溢效应愈加紧密。

纵观过去的一年,虽然受疫情影响,全球的主题公园整体上影响较大,尤其是客流量,均呈现大幅的下降,但国内主题公园也在疫情向好下不断恢复,并表现出强劲的恢复势头。而展望未来,主题娱乐行业的前景更加可期。

在《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》中明确提出,推动文化和旅游融合发展,建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区,打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区,发展红色旅游和乡村旅游。并强调,将完善节假日制度,落实带薪休假制度,扩大节假日消费,培育国际消费中心城市。

根据中国旅游研究院数据显示,今年上半年,都市出游总人数达12.12亿人次,相当于同期全国国内旅游出游总人次的64.8%。今年前三季度,城市居民贡献了全国71.9%的游客人次,80.9%的国内旅游消费。这表明,城市

是旅游活动和旅游消费的最大产地和发生地,可见,城市让旅游有了更多可能。

今年是“十四五”的开局之年,就北京而言,北京城市副中心完成了“十四五”时期文化和旅游发展规划,明确了未来五年文旅融合发展目标。未来,通州将以环球主题公园开园为契机,借助环球主题公园的国际品牌影响力,有效承接外溢效应,积极挖掘区域文旅产业内潜力,探索在主题娱乐产业中融入更多中国文化特色。

继去年2020(第七届)中国主题公园和度假区峰会上首寰文旅研究院正式揭牌成立后,今年,首寰文旅研究院还聚合国内行业专家、文旅学者、协会组织、媒体智囊等多方专业力量,形成数十位专家组成的专家委员会,围绕北京市委、市政府和首旅集团、首寰公司的中心任务开展一系列工作,聚焦文旅行业课题研究、产业规划编制、咨询决策服务、项目研发管理、企业品牌传播、行业人才培训等核心领域。

此外,首寰文旅研究院还拟定了阶段工作计划,并结合研究院年度研究方向开展课题研究规划,组织相关课题研究专家进行话题研讨;邀请专家参与研究院课题深度研讨

并参与课题报告。明年,首寰文旅研究院将联合北商研究院强势推出《2021中国主题公园发展报告》,该报告将在2021(第八届)中国主题公园和度假区峰会上强势亮相。届时,峰会还将聚集旅游、娱乐、设备制造、文化创意、科技、互联网、房地产等等主题公园和度假区产业链上的业界专家和精英,共同分享疫情后主题公园拉动文旅消费的新路径,并探索和寻求业务合作的新机遇。

谈到主题公园市场的发展,戴斌还指出,“我们注意到环球影城、迪士尼、默林等国际主题公园运营商在中国取得了瞩目的业绩。国际主题公园具有可开发的商业化IP,在服务和产品精致化迭代、运营的专业化方面等都需要我们学习,目前旅游市场在慢慢发展、恢复,显示出新的特点。旅游景区、公司等都在想方设法的创新,走出自己的道路。”

戴斌还表示,对于文旅行业来说,最困难的时候已经过去了。目前,中国整个旅游业在波动中恢复,两年的抗疫经历,旅游市场整体已经能做到心态稳定。未来,中国主题公园市场仍有更大的潜力待挖掘。

北京商报记者 关子辰 吴其芸 张怡然

潜力加速释放 质量快步提升