

主题公园串联起区域新兴产业带

肖玮

忽如一夜春风来。2016年对于主题公园行业来说是值得大书特书的一年，外有迪士尼来势汹汹，内有欢乐谷、方特、万达城等本土品牌加速区域布局，期望通过快速扩张、连点成片，形成合力出击。然而，在驶入发展快车道后，表面风光无限的主题公园，却也背负了“浮躁”、“过热”等质疑，行业亟须一份真实的“体检报告”作为未来发展的依据。

为此，北京商报的20多名记者组成采访组，奔赴京津冀、珠三角、长三角这三大区域以及中西部多地，选取最具代表性的主题公园，通过实地调查了解、与高管对话以及采访业内权威专家等方式，历经3个月，形成中国主题公园产业报告，真实反映企业生存现状，也为站在发展风口期的主题公园献策。

在采访过程中，北京商报记者发现，区域协同发展战略持续推进，加上旅游业迅猛发展，主题公

园获得前所未有的发展契机。但各路资本蜂拥而至，也让主题公园竞争愈演愈烈。

在此背景下，不少主题公园都在寻找自己的个性化生存之道。海昌海洋公园将海洋动物保育管理技术、场馆设计建设运营管理视为两大核心竞争力；华强方特则继续以轻资产模式推进国内主题公园布局；长隆集团不断通过大手笔投资强化自己在广东市场的地位；万达则结合地产业务快速扩张；外来者迪士尼利用IP优势迅速启动扩建计划。

同样值得关注的是，虽然主题公园固然体量不断膨胀，可不少业内专家对于其盈利状况却表现出担忧。一组被广泛引用的数据显示，国内主题公园有70%处于亏损状态，20%维持收支平衡，仅有10%能够实现盈利。近十年来涌现出的主题公园中，约有80%已经倒闭，给国内旅游业造成的经济损失超过3000亿元。

盈利问题确实值得探讨。早年主题公园与房

地产业态结合得最好，一方面建设主题公园在获取土地方面能够得到极大便利，另一方面，配套设施经济外部性又能够提升商品房价格和拉动消费，对于地方政府和开发商都具有极大吸引力。不过，随着房地产行业黄金时代的逝去，不少投资者陷入一二线城市拿不到地，而三四线城市不敢拿地的尴尬境地。由此，旅游综合体成为近几年旅游产业发展中出现的一个新业态，以一定的旅游资源 and 土地资源为基础，将旅游功能、文化功能、体育功能、商务功能、社区功能等进行有机结合的旅游产业聚集区，很可能成为中国主题公园最重要的盈利模式。

毫无疑问，国内主题公园正站在风口处，迎来新格局新技术新机遇。可以看出，主题公园巨头落子越来越精准，产业集群效应逐步显现，其中的佼佼者更开始在全球崭露头角，中国版迪士尼的诞生也许并不遥远。

格局

T03

目前，沿海城市尤其是长三角区域成为主题公园最为集中的区域，此外，京津冀、珠三角与之并列，而成渝地区也在近几年迅速崛起。区域联合和相互竞争态势已然形成，如何在激烈的竞争下保持对游客的吸引力，也成为主题公园需要思考的问题。

数据

T04 - T05

随着上海迪士尼乐园的开业，各方对国内主题公园市场的关注迎来了新高度。目前主题公园在国内的发展依然处于不平衡的态势。在资本层面，游乐园成为企业投资的热土。在未来几年中，主题公园领域还将持续升温，到2020年，中国将有望超过美国，成为全球最大主题公园市场。

事件

T06 - T07

2016年的主题公园行业可谓热闹异常，本土企业尝试出海，各家主题公园为应对激烈的竞争不得不苦练独门武功。每个大动作、大新闻的背后，都能折射出行业发展的新态势。北京商报社和北商研究院通过广泛征求意见、专家研讨等方式遴选出今年主题公园十大热点新闻事件。

模式

T08

不论是横向还是纵向，中国主题公园的发展深度都在增加，发展模式也更为创新。但如何“保鲜”，实现可持续发展，也成为一道必答题。于是，轻资产模式的拓展、多元化盈利的追求、增开新项目等都成为今年主题公园市场的新尝试，也是主题公园在“黄金时代”的运营之术。

调查

T09 - T16

2016年的风光无限也让主题公园背负了“浮躁”、“过热”等质疑，行业亟须一份真实的“体检报告”作为未来发展的依据。北京商报派出多路记者，奔赴京津冀、珠三角、长三角三大区域以及中西部，选取最具代表性的主题公园进行实地调查，真实反映企业生存现状，为主题公园献策。

总策划：邱成军 李海

总协调：白森森

主编：钱瑜 肖玮

编辑：白帆 郑艺佳

薛晨

美编：韩玮 宋媛媛

代小杰 贾丛丛

校检：杨少坤 李月

刘凯晶 郑棋

技术支持：王志远 王俊男

印务统筹：李铮 李旭媛

