

区域布局下的竞争与合作

从一座城到一片区域,主题公园的带动面越来越大,而主题公园与区域之间的互动也成为今年业界的聚焦点。目前,大小2700个主题公园分布在全国各地,沿海城市尤其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。与此同时,区域联合和相互竞争态势已然形成,如何在激烈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。

区域聚集

京津冀是中国三大经济区之一,在经济基础之上,消费不断升级,主题公园的市场也以此为基础相继打开。除了欢乐谷、海昌极地海洋世界、方特欢乐世界等主题公园,预计在2019年开业的环球影城也一直是关注的焦点。

此外长三角区域同样是主题公园聚集的地方,上海迪士尼的进驻更是拉动了这一市场。高德地图发布的《高德地图:基于POI玩转主题乐园大数据报告》显示,在全国约2700个主题公园中,江苏的主题公园数量最多,占全国主题公园的1/10,而上海迪士尼的开业,更是带动着长三角主题公园的集聚效应,多位主题公园高层表示,上海迪

士尼的到来会助推行业做大市场、聚拢人气。

而在珠三角区域,长隆系列主题公园占据主要市场,包括长隆欢乐世界、长隆野生动物世界、长隆水上乐园、海洋王国、国际马戏城、5D城堡影院等。世界之窗、锦绣中华、东部华侨城、园博园、深圳欢乐海岸等主题公园与之呼应。

在常规区域聚集的基础之上,成都、重庆、安徽等地也成为主题公园看中的地盘,海昌海洋公园、欢乐谷、华强方特等相继落地。美国六旗集团也将在重庆推出“重庆山水主题小镇——六旗乐园”。

抢攻地盘

环球影城和迪士尼在国内目前只有一子,但本土主题公园在国内则以连锁化的方式迅速圈地围栏。

不论是推出《熊出没》一举成功的华强方特,还是以惊险刺激著称的欢乐谷,抑或是高调叫嚣迪士尼的万达城以及以海洋文化为主旋律的海昌海洋公园,都在以自己的步伐布局。

根据统计,目前华强方特在全国共有“方特欢乐世界”、“方特梦幻王国”、“方特东方神画”、“方特水上乐园”四大品牌,共有20座主题公园,包括一家在伊朗开业

的主题公园,同时在明年,华强方特还有6座主题公园要开业。而欢乐谷目前在全国运营着6座主题公园,万达城的数据虽不甚清晰,但从2015年建设8个万达城的速度来看,连锁化的步伐不容小觑。而海昌海洋公园目前在全国共有8个项目,同时公司还计划在河南、浙江、安徽、广东等地投入新的项目。

从国外主题公园发展的经验来看,连锁主题公园地理位置分布合理,对于主题公园体系的互补效应有明显的刺激作用,从而真正发挥主题公园体系的协同作用。

京津冀地区

北京环球影城(在建)、
北京欢乐谷、
通州恐龙主题公园、
欢乐岛恐龙主题公园、
石家庄天山海洋世界、
天津欢乐谷、
天津方特欢乐世界等

长三角地区

无锡三国城及水游城、
南通方特探险王国、
杭州宋城景区、
上海欢乐谷、
常州中华恐龙园、
春秋淹城乐园等

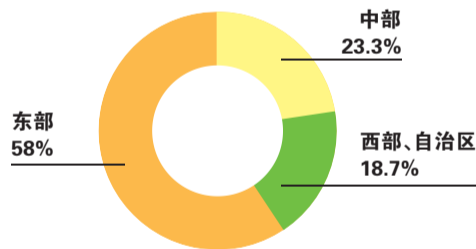
全国主题公园

约 **2700** 个
主题公园最多省份
江苏 **295** 个
山东 **231** 个
广东 **219** 个

珠三角地区

长隆欢乐世界、
长隆野生动物世界、
国际马戏城、
香港迪士尼、
香港海洋公园、
清远长隆国际森林度假区等

除港澳台之外主题公园全国占比



激发活力

分别以环球影城、上海迪士尼、长隆集团为代表的京津冀、长三角、珠三角区域形成了主题公园的势力区,并形成区域联动,不仅因为一座主题公园带动区域发展,也因为区域发展给主题公园带来了机遇。

不论是环球影城的选址还是上海迪士尼的落户以及长隆集团“偏安一隅”的强势发展,选址首先是主题公园落地最为关键的因素,包括经济发展水平、消费能力、投资环境、自然条件等都是不可忽视的。目前中国主题公园的区域布局,基本与中国经济发展水平的区域差异相同。

另一方面,落子之后的主题公园也带动着区域的变化。以环球影城为例,环球影城的来袭助推京津冀主题公园市场的变革。最新消息显示,在北京市交通委专项编制《北京城市副中心交通基础设施项目表》中,明年拟新开工11项,共计35公里,包括东六环环球影城立交、广渠路东延等项目。交通是主题公园发展的关键因素之一,主题公园的出现也带动着区域各项指标的发展。

备受关注的上海迪士尼更是力证。上海迪士尼从开业至今带动着周边商业的发展。包括近50家进驻上海迪士尼的租户、30多家旅游企业与之进行票务合作、5家承建上海迪士尼的国有企业等等。

甚至上海迪士尼的开业带热了周边民宿,上海浦东政府推出了《浦东新区关于促进特色民宿业发展的意见(试行)》促进民宿行业的合理有序发展。长隆更是成为广东省旅游发展的一张名片。

专家认为,除了旅游市场,迪士尼的溢出效应还将辐射到房地产、酒店、基建、交运以及餐饮商贸等消费行业和传媒行业。