

2016中国主题公园十大新闻事件

2016年中国主题公园行业可谓热闹异常,前有上海迪士尼开张,后有万达老总王健林叫板。对外,本土企业纷纷出海,欲寻求新的扩张模式;于内,各家主题公园为应对激烈竞争不得不苦修独门武功,于是VR等创新技术成为抢手的香饽饽。更重要的是,每个大动作、大新闻背后,都能折射出行业发展的新态势,极具参考价值。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。

1 上海迪士尼正式营业

主题乐园第一品牌迪士尼于2016年6月16日在上海开门迎客,第一年预计将达到1000万客流,在2016年财报电话会议中,迪士尼公司董事长兼首席执行官罗伯特·艾格说:“2016财年,我们连续第六年创下业绩新高。这一年的亮点归功于上海迪士尼度假区的开幕等原因。”业界对迪士尼的入场竞争也纷纷拿出措施应对。华强方特、宋城等企业选择与新科技牵手,研发新的VR表现形式项目;万达主题公园宣布扩张版图,目标在2020年将万达城发展到国内15个、国外3-5个的规模。种种举动都显示着本土主题乐园正全副武装应对迪士尼入华的挑战。

点评:迪士尼进入中国后对中国主题乐园市场最大的冲击其实是理念、标准、服务,这所谓的“狼”也是需要业界去钻研、去学习的。这推动着运营商去思考如何提高自己的核心竞争力,从这一层面上来说,对中国主题乐园行业是有积极推动效果的。此外,迪士尼地处华东,接待量有限。国内主题乐园具有主场优势,只要对市场进行精耕细作,是能够与迪士尼同台竞技的。

2 环球影城配套设施开建

作为北京文化旅游板块的核心项目,环球影城吸引众多目光。环球影城相关负责人在接受北京商报记者采访时表示,环球影城项目整体投资将超过1000亿元人民币,并将在二期与美方共同打造完全中国版的公园。环球影城已于2015年底全面开建,相关配套基础设施工程也正在建设,直达园区的八通线南沿工程也在2016年上半年开工,预计项目在2020年全部建成。

点评:环球影城落户通州,对北京以及周边地区休闲文化产业的拉动将会很明显。仅就餐饮业来看就有希望带来每年30亿-50亿元人民币的增长。当前,京津冀在推动一体化战略,以通州区域的定位为重点发展现代服务业及文化创意产业,环球影城项目所带来的国际先进文化产品与理念对巩固通州的这一定位有好处。同时,环球影城能够助推通州新城的发展进程,周边的交通路网、绿化及市政基础设施建设速度将大大加快。此外,通州旅游业将长期受益,乐园带来的庞大客流量对酒店、商贸产业的正面效应值得期待。

3 四家国内主题公园入围全球TOP10

尽管2015年全球经济大环境不佳,但主题公园市场仍在持续扩大,行业整体保持了7%的增长率,其中以亚洲与美国的主题公园表现最为抢眼。中国更是有4家主题公园企业跻身10强。根据2015TEA/AECOM全球主题公园调查报告,华侨城集团排名全球主题公园集团第4名,长隆集团排名第7名,华强方特紧随其后位居第8名,宋城集团则处在第10名的位置。而在2015年全球游客量排名前25名的主题公园中,能看到横琴长隆海洋王国、香港海洋公园、杭州宋城、丽江宋城4家主题公园的身影,分别排在13、15、17、25名。

点评:今后以中国为首的亚洲主题乐园市场会引领世界,中国主题公园的游客量还会进一步增加。中国人口基数摆在这里,消费潜力巨大,相信目前乃至今后一段时间内都是中国主题公园发展的黄金时期,会有更多的中国主题公园进入世界前列。但需要注意的是,随着主题公园数量的增多、规模的扩大,很容易产生同质化的风险,要避免同质化,就需要企业不只关注硬件设施的改善,还需要从文化、创新上下功夫,具有特色化、个性化的主题公园更容易脱颖而出。

4 本土主题公园尝试出海

宋城演艺12月初在澳大利亚黄金海岸宣布,旗下首个海外大型项目“澳洲传奇世界”将进入开工倒计时,这似乎证明了当前海外旅游投资已成为众多国内主题公园巨头的新规划。此前华强方特已将触角伸向了遥远的中亚市场,而万达的文化旅游城项目也不甘示弱,宣布进军发达国家市场,并将首个海外文旅商业综合项目敲定在法国首都巴黎。

点评:本土主题公园“走出去”总体来说是风险与机遇并存的。可以从三个方面来看,首先是外国居民的喜好与中国是有区别的,因为文化背景的差异,外国居民在选择主题公园时所重视的内容与中国企业在经营中所了解的可能会有所偏差,企业“走出去”后如何把握好这种偏差是有难度的;其次是在“走出去”的过程中相关企业会把中国元素带出去,但中国元素该怎么应用到国外市场、是否会受到欢迎,这是存在不确定性的;再有从运作方面来讲,国外的社会情况、法律情况、消费政策、消费特点等对国内企业来说是全新的,在这一点上有很大变数。

5 万达叫板迪士尼

万达掌舵人王健林叫板迪士尼是本年度备受关注的行业事件。王健林不仅直言要与迪士尼正面竞争,还放话要让上海迪士尼20年内难以盈利。而如何实现对迪士尼盈利的压制,王健林说道,上海迪士尼单打独斗无法应对万达的群狼策

略。万达将在全国各地开设15-20家万达主题乐园,并通过业态差异化完成对迪士尼的围剿。目前,已开业的南昌万达乐园与合肥万达乐园似乎正执行着王健林口中对于迪士尼的合围态势。

点评:万达这一叫板从某种意义上

来说是给万达主题乐园做了一次生动的广告宣传,因为从本质上来说,万达主题乐园与迪士尼的产品品质不一样,盈利模式也是不一样的。就迪士尼公司本身来说,主题乐园并不是它的主要收入来源,它的盈利来自整个文化产业链,来自多年来悉心

打造的众多高含金量IP,迪士尼更像是迪士尼文化输出与传播的载体。而万达目前的核心仍是房地产,所开发的万达城系列产品中相关的房地产产品仍占据着重要位置,因此所谓的让迪士尼20年不盈利的说法根本就是伪命题。