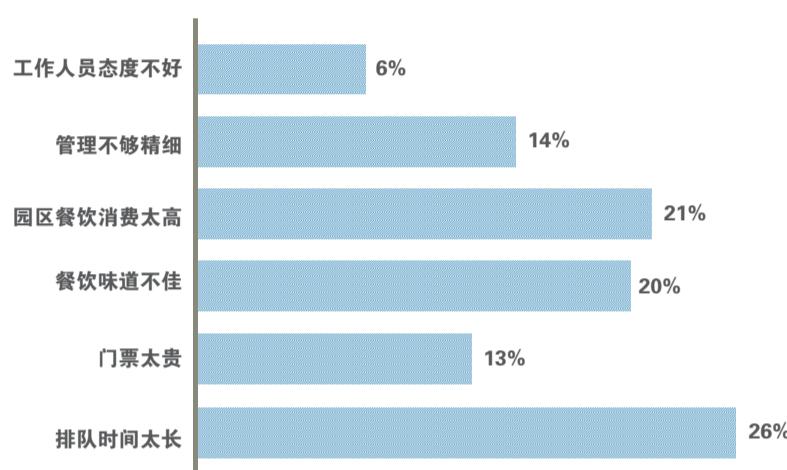


爆款缺失 国内主题公园难破IP瓶颈

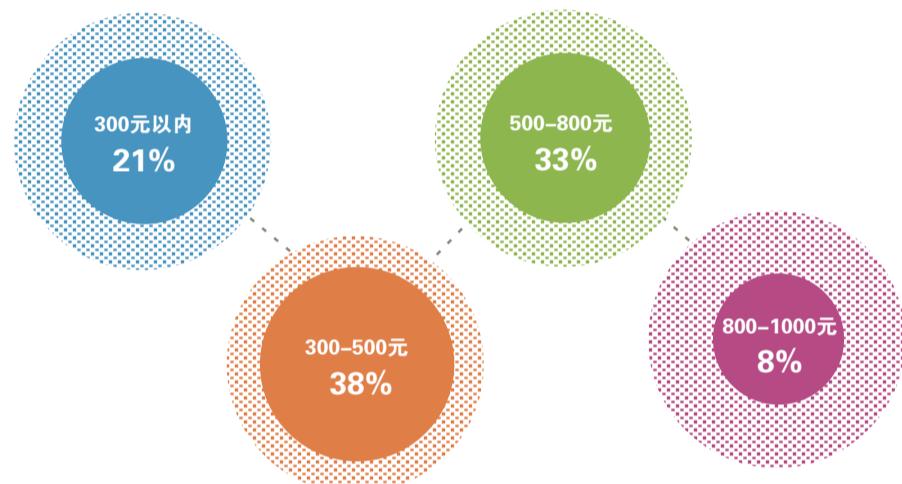
过去几年,主题公园经历了一段难得的高速发展时期,但表面上一片欣欣向荣,实际情况却如人饮水,不少乐园难逃亏损魔咒。核心IP缺失、创新性不足、同质化程度高……在消费者和业界眼中,这些看似老生常谈的问题至今仍然普遍存在,掣肘我国主题公园发展,不仅让国内少了像迪士尼、环球影城这样的经典“爆款”,也着实影响了游客的消费体验。

■ 游客对目前国内主题公园哪些服务不满意



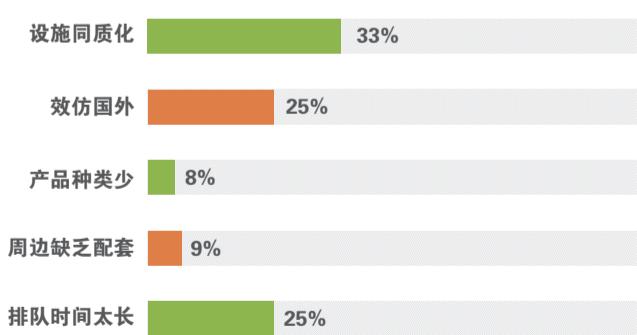
一个主题公园的服务质量与运营方的管理能力直接相关,消费者对主题公园服务的满意度高低也能最直观地反映运营方的管理水平高下。在调查中,有近三成消费者表示,国内主题公园排队时间太长,可见,优质、核心项目尚处于供不应求的状态。与此同时,园区内餐饮质量问题也十分凸显,分别有21%和20%受访消费者认为我国国内主题公园存在园区餐饮消费太高、味道不佳的情况。此外,还有一成多的消费者对于主题公园的门票价格、管理精细度不甚满意,可见,我国主题公园的“性价比”还有一定的提升空间。

■ 游客能接受的主题公园人均消费约为(包含门票以及园区内二次消费)



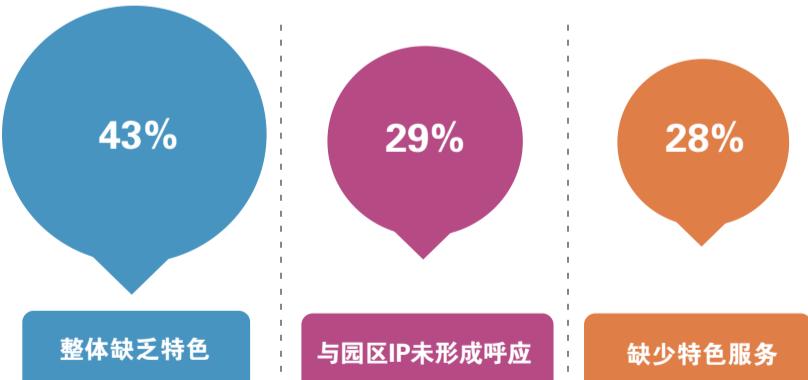
在国际知名的主题公园内,动辄购买几百、上千元的衍生商品十分普遍。有统计显示,现在国外主题乐园中二次消费占营业收入比重已超过50%甚至更高,但国内多数主题公园却仅有不到两成,而门票收入占比却高达80%。不可否认,国外成熟主题公园已实现收益大部分来自衍生品等二次消费。相较之下,调查结果显示,除了门票外,消费者普遍在园区内二次消费的意愿还较低,包含门票在内,人均消费在300-500元仍占主流。

■ 目前国内大型主题公园哪些问题影响了消费意愿



游客的消费意愿难以提高,主题公园的“软肋”日渐显现。虽然有多家机构都预测,我国将超过美国成为全球最大的主题公园市场,但在受访业内人士看来,设施同质化、效仿国外、排队时间太长,是影响消费意愿的三大核心因素,而且,这三项问题甚至长期在不少园区中同时存在。此外,还有8%的业内人士指出,主题公园还存在产品种类少、周边缺乏配套的问题。有专家认为,由此可见,行业供需结构性矛盾依然存在,任重道远的主题公园发展之路需“对症下药”。

■ 国内大型主题公园在商业和酒店等配套方面,哪些亟须提升



除主题公园内部,园区外的相关配套同样存在提升空间。调查结果显示,有43%的业内受访者认为国内打造新主题公园在商业和酒店等配套方面整体缺乏特色;同时,配套与园区IP未形成呼应、缺少特色服务也都是运营者需要面对的问题。有专家表示,主题公园的配套设施相比普通的酒店、商业来说有着天然优势,但是这需要建立在主题公园本身的IP和品牌力足够强大的基础上,只有形成了稳固的“根基”,周边设施才能与园区打出“配合战”,释放事半功倍的游客吸引效果。