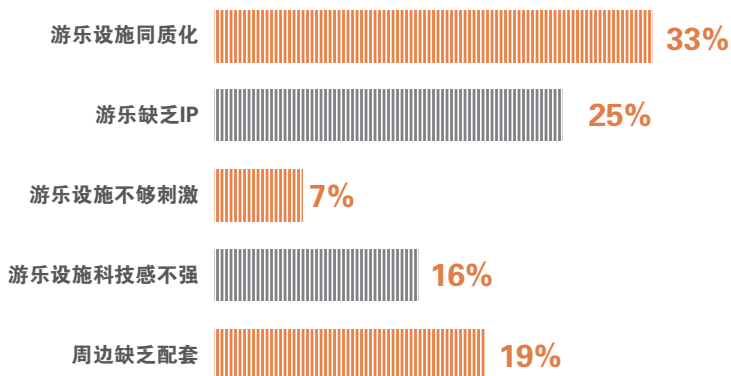


本土大型主题公园自有文化IP缺失

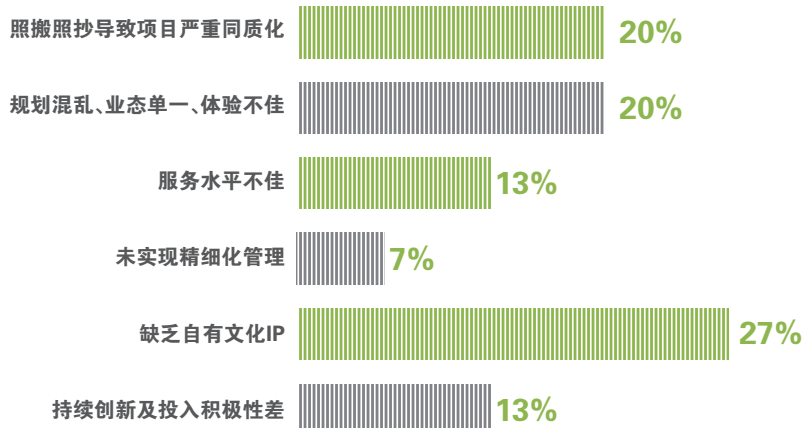
发展旅游已经成为国家推动经济发展的重要指标,而主题公园在旅游业中承担着带动产业链整合、推动城市发展的引擎角色。目前,国内已经掀起建设主题公园、打造文旅项目综合体的商业热潮,但整个市场仍处于发展期,国内大型主题公园项目仍存在自有文化IP不足、游园设计概念照搬照抄、项目开发较为保守、同质化严重等问题。如何基于中国旅游市场,通过理念创新、文化创新、技术创新、规划创新等改变文化内涵薄弱、经营模式单一等问题,补足IP短板进行有效变现,打破现存市场困境,仍是国内大型主题公园及文旅企业的长远课题。

■ 目前国内主题公园哪些设施令人不满意



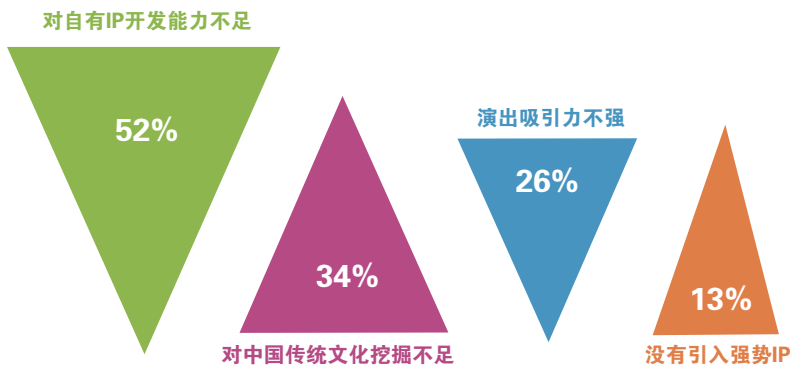
目前游客对于国内主题公园设施方面仍有不满意之处,主要问题涉及游乐设施同质化、缺乏主题IP、不够刺激、设施科技感不强、周边缺乏配套等方面。其中,游乐设施同质化过重,成为最影响游客游乐体验满意度的因素,在此次调查投票中占比33%;游乐设施缺乏主题IP以及主题公园周边缺乏配套,也是降低游乐满意度的重要因素,分别占比25%及20%。另值得一提的是,国内主题公园客群主要为亲子类,因此多数游客对于主题公园游乐设施的刺激度要求最低,投票占比仅为6%。

■ 国内大型主题公园项目普遍存在何种问题



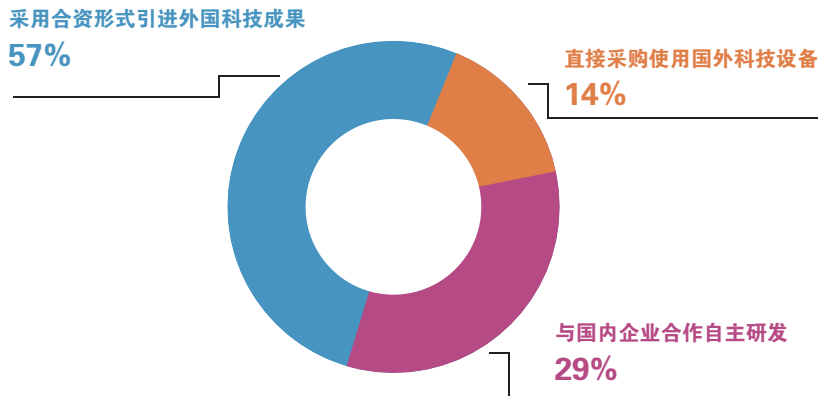
众所周知,相较国外成熟的主题公园市场,国内主题公园整体还处于发展状态,并存在很多问题,例如,照搬照抄国外项目导致严重同质化、规划混乱业态单一、服务水平跟不上、缺乏自有IP等。其中,文化IP短板,一直是当下国内大型主题公园普遍面临的经营困局。在此次投票调查中,有27%的业内人士认为国内大型主题公园企业仍需培养自有文化IP方面加强;另均有20%的业内人士表示行业应该持续重视和解决当下大型主题公园缺乏新意、项目同质化严重,规划混乱且业态过于单一两大问题。

■ 国内大型主题公园项目在文化IP方面存在哪些短板



在主题公园兴建的热潮之下,轻资产的方式成为不少主题公园拓展市场的方向。但是现阶段能以IP品牌构建体系,从而获利的主题公园还不多。此次微信调查投票中,有52%的业内人士认为,国内大型主题公园项目自有IP开发能力不足是整个行业存在的主要问题。而在IP文化挖掘方面,应该基于中国市场,更多地尝试融入传统文化。另外,国内主题公园围绕文化IP在演艺产品方面也有待提升,如何让游客在园区内停留更长时间仍是国内主题公园企业需要不断思考的问题。

■ 如何解决当前中国主题公园创新不足的痛点



据了解,在目前国内主题公园的设计产业中,欧美国家的规划设计公司约占市场的八九成。而国内的主题公园项目在概念设计阶段,也大多会邀请国外公司参与,或者聘请有在迪士尼、环球主题公园等大型主题公园工作经验的华人设计师。中国主题公园以及文旅企业在创新科技方面有所欠缺。而谈及如何解决现阶段的科技痛点,仍有超一半的业内人士表示应采用合资形式引进外国科技成果。其次有29%的业内人士赞成与国内企业合作自主研发。可见,行业要解决技术落后、产业链发展尚未成熟等多个问题,还需要时间。