

# 主题乐园概述

## 课前导入

### 吞金兽北京环球影城：投资 500 亿元、贷款 300 亿元，多久能回本？

作为中国第一座、全球第五座环球影城，北京环球影城是以电影场景为核心建立的主题乐园。据太平洋证券研报，北京环球影城一期投资达 500 亿元，三期总投资计划在 700 亿元至 1000 亿元。三期全部建成后，北京环球影城总规模将超奥兰多主题乐园，成为全球最大环球主题乐园。据《北京日报》报道，环球影城项目银团总金额近 300 亿元。多久回本成为业界关注的热点。中国主题公园研究院院长林焕杰曾表示，主题公园投资大、回收慢、风险大。初期投入只是开始，未来还需要长期经营、维护、维修、保养和升级的投入。有分析人士认为，在经典 IP 提供流量并拉高转化率方面，北京环球影城优势明显。北京环球影城可以用纪念品、美食、酒店服务等体验提高单价和复购率，进而刺激游客二次消费。国际市场分析机构提供的数据显示，预计 2020 年至 2027 年复合年均增长率 (CAGR) 将达 7.2%，2027 年市场规模将达 138 亿美元。中国旅游研究院院长戴斌表示，从公开数据来看，环球度假区仅配套投资就达 530 亿元，按照 3 倍投资乘数计算，直接及间接共拉动投资近 2000 亿，加上园区投资，年均拉动北京市地区生产总值 1.02 个百分点，正式开园后北京环球影城每年将对北京旅游收入产生 4.8% 的带动作用。北京环球度假区背靠京津冀巨大的人口消费市场，且京津冀地区目前还没有类似环球影城性质的同等级主题乐园，消费体量可期。从中长期来说，在全球新冠疫情得到全面控制后，北京作为文化中心和国际交往中心，还会释放入境游的巨大潜力。首旅集团副总经理于学忠表示，北京环球度假区每年预计接待游客数量在 1000 万至 1200 万人次，将直接拉动本地近千亿元的文旅消费市场。

(资料来源：郭子硕. 吞金兽北京环球影城：投资 500 亿元、贷款 300 亿元，多久能回本？ [EB/OL]. <https://xw.qianzhan.com/analyst/detail/329/210928-b9e5c019.html>. (2021-09-29)[2021-06-01].)

本案例中环球影城是如何看待中国主题公园发展趋势的？它的投资一定会成功吗？它会面临哪些挑战？主题公园到底是什么？

课前导入任务单

任务名称	什么是主题乐园	时间		班级	
成员名单					
任务要求	从现象方面能初步对主题乐园有所认知				

1. 查阅北京环球影城相关材料,请描述北京环球影城的哪些方面让您印象深刻?

2. 北京环球影城的旅游资源有哪些特点?

3. 通过北京环球影城的案例,请思考我国在发展具有中国特色的主题乐园方面有哪些值得借鉴的地方?

4. 请写出你所知道的主题乐园。

完成效果自评	优秀	良好	合格	不合格
成员 姓名				

课中学习

一、主题乐园

现代主题乐园在国际上的发展已经有了多年的历史,但主题乐园的基本概念在国际上并没有公认严格定义。美国国家娱乐公园历史协会认为,主题乐园是指乘骑、景点、表演和建筑都围绕一个或一组主题而建的娱乐公园。美国“主题乐园在线”给出的定义是,这样一个公园,它通常面积较大,拥有一个或多个主题区域,区域内设有表明主题的乘骑设施和吸引物。最初,我国习惯把主题乐园称为“人造景点”或“人造景观”。被誉为“中国主题乐园之父”的马志民认为,人造景观本身多由静物组成,具有一定的文化内涵和艺术欣赏价值,即便作为旅游景区,还应具备趣味性、娱乐性及参与性等基本属性,方能吸引不同层次、不同目的、不同兴趣的游客前来。随着国内的研究和实践的深入,主题乐园的概念逐渐取代了人造景观的概念,并有着不同的定义。周向频认为,主题乐园是一种以游

乐为目标的拟态环境塑造,或称为模拟景观的呈现,它的最大特点就是赋予游乐形式以某种主题,围绕既定主题来营造游乐的内容与形式,园内所有的色彩、造型、植被等都为主题服务,共同构成游客容易辨别的特质和游园的线索。保继刚给出的定义是,主题乐园是一种人造旅游资源,它着重于特别的构思,围绕一个或多个主题创造一系列有特别的环境和气氛的项目吸引旅游者。董观志则将主题乐园定义为,为了满足游客多样化休闲娱乐需求和选择而建造的一种具有创意性游园线索和策划性活动方式的现代旅游目的地形态。楼嘉军认为,主题乐园是现代旅游业在旅游资源开发过程中产生的新的旅游吸引物,是自然资源和人文资源的边际资源,是信息资源与旅游资源相结合的休闲度假和旅游活动空间,是根据一个特定的主题,采用现代科学技术和多层次空间活动的设置方式及诸多娱乐活动、休闲要素和服务接待设施于一体的现代旅游目的地。钟士恩认为,主题乐园是根据一个共同的或一系列的主题设计,结合了景观、环境、游乐设施、表演和展览等内容的综合性休闲娱乐场所。



主题乐园的定义

**【做中学、学中做】** 请归纳各种主题乐园的内涵定义及其异同关系,填写表 1-1。

表 1-1 各种主题乐园的内涵定义及其异同关系

定义人	各种定义	异同关系

**【点睛】** 主题乐园是为了满足旅游者多样化休闲娱乐需求和选择而建造的一种具有创意性活动方式的现代旅游场所。它是根据特定的主题创意,主要以文化复制、文化移植、文化陈列以及高新技术等手段、以虚拟环境塑造与园林环境为载体来迎合消费者的好奇心、以主题情节贯穿整个游乐项目的休闲娱乐活动空间。2017年12月1日起,《公共服务领域英文译写规范》正式实施,确定主题乐园标准翻译为: Theme Park。但各种主题乐园各有侧重,各有优势和不足,因而本书认为,主题乐园是根据某个特定的主题,采用现代科学技术和多层次活动设置方式,集诸多娱乐活动、休闲要素和服务接待设施于一体的现代旅游目的地。

## 二、主题乐园的特点

### (一) 主题的独特性

主题的独特性是主题乐园的命脉,鲜明特色和独特个性的主题是主题乐园的灵魂,也是影响旅游者休闲娱乐取向的魅力之源。成功的主题乐园都有浓烈的主题特色,区别于

同类产品的独特形象。深圳锦绣中华的“一步迈进历史,一日畅游中国”,长沙世界之窗的“世纪之光”等,都是典型的独创性主题。为了满足游客的多样化需求与选择,深入挖掘主题,创造独特主题,已成为世界各国主题乐园发展的立足点。

### (二) 特色的大众性

主题乐园具有通过“主题”解释文化和传递文化的功能,它着重满足的是旅游者精神生活上的需求,提供的是一种对文化的体验过程。由于面向的是大众旅游者,所以无论选择的是民俗文化、历史文化、科幻文化还是休闲娱乐文化,都必须注重其文化特色大众化,而不能刻意追求文化的高深品位。另外,所选取的主题文化必须尽可能与当地的地域文化相结合,体现其地域特色性。比如在“恐龙故乡”四川自贡和山东诸城选取恐龙文化为乐园主题文化就是一个好的选择。

### (三) 效益的广泛性

迪士尼乐园的良性发展带来了奇迹般的高效益,这种高效益是经济、环境、社会的高度融合。一是迪士尼乐园和其他的主题乐园一样,通过其外溢贡献促进地方经济的发展,成功的主题乐园在大区域范围内对创造就业、刺激消费、促进整个经济发展等方面的作用显著。主题乐园的开发也会使邻近的地区受益,不仅交通运输和宾馆酒店收益显著,主题乐园邻近的土地也会迅速升值。中山大学旅游学院院长保继刚教授在中国主题乐园全面进入国际化竞争时代圆桌会议上所作发言中披露:“2009年11月4日,就在上海公布迪士尼乐园获批消息后的1.5小时,紧邻迪士尼规划用地的浦东新区川沙新市镇A08-03地块进行了拍卖。仅仅15分钟,这块被业界视为‘迪士尼概念’用地的地块,就以11.9亿元的总价‘一锤定音’,溢价率高达260.61%,超过当年上海溢价率最高的‘地王’——赵巷10号地块的水平,折合楼面价格为14024元/平方米。”二是主题乐园属于绿色事业,它拥有包容大面积绿地和造就高素质生态环境的能力。为了成为旅游者的旅游、休闲、娱乐中心,主题乐园十分重视环保工作,为营造更美好的生态环境付出巨大的努力,大量种植植物,引进动物,有些主题乐园甚至直接把生态作为主题。三是成功的主题乐园是遵从人类审美规律,运用文化、美学、高科技等手段构筑一个理想化的世界。它在吸引万千游客前来游玩的同时,也以其特有的文化价值形式影响着游客,进而影响到整个社会。

### (四) 参与的体验性

主题乐园内的人造景观本身多数由静物组成,具有一定的文化内涵和艺术欣赏价值,但作为旅游景区,还应具备趣味性、娱乐性及参与性等基本属性,方能吸引不同层次、不同目的、不同兴趣的游客前来。世界三大主题乐园之一的环球嘉年华在每年巡回展中都能够推出适合当地游客的参与性强的软游艺项目。这些游艺项目不仅方式新颖,而且奖品丰厚,在嘉年华乐园疯狂与欢乐的氛围内,游客们争先恐后地参与这些软游艺项目。因此,主题乐园需要设计一些能够突出自身主题特色的参与性强的游艺项目。

### (五) 经营的专业性

主题乐园的兴建是一项庞大的系统工程,一般投资规模比较大,主题乐园的投资主要

包括四个方面：主题策划的费用、制造建设的成本、项目更新的投入、管理人员和工作人员的培训费与薪酬等。以国外的主题乐园为例，在主题策划阶段，国外的主题乐园要花费大量的时间和费用进行调研、可行性分析和主题的策划及项目规划。建设中，由于场景的真实性要求，公园建设的成本很高，而且这些场景一旦建成，很难再改作他用，这也是主题乐园成本的主要构成。主题乐园建成以后，投资并未结束，还要源源不断地注入资金进行项目更新，另外，维持日常运营的费用也比较高。

**【做中学、学中做】** 请归纳主题乐园的特点及其例证或释义，填写表 1-2。

表 1-2 主题乐园的特点及其例证或释义

主题乐园的特点	详细释义	例 证

### 三、主题乐园的类型

#### （一）按照主题内容划分

根据主题内容划分为微缩景观类、民俗景观、仿古建筑类、影视城类、动物景观类、主题游乐园类等。



主题乐园的类型

（1）微缩景观类主题乐园是指在一定空间内同比例建造或缩建各地著名景观，使游客能在短时间内游览各地风景名胜。这种类型代表性的主题乐园有深圳的“锦绣中华”和“世界之窗”。两者均是香港中旅国际投资有限公司和深圳华侨城股份有限公司合资兴办的。“锦绣中华”浓缩了我国各地的古建筑、山水名胜、民居民俗，是目前世界上最大的实景微缩景区。“世界之窗”则汇集了世界各地的奇观、历史遗迹、古今名胜、民间歌舞表演等，包括世界著名景观埃及的金字塔、柬埔寨的吴哥窟、美国的大峡谷、法国的凯旋门、印度的泰姬陵、澳大利亚的悉尼歌剧院、意大利的比萨斜塔等。这些景点分别以 1:1、1:5、1:15 等不同比例仿照建造，气势恢宏，十分震撼。

（2）民俗景观、仿古建筑类主题乐园将不同的民俗风情、民族特色展现在游客面前，让游客可亲身体验不同地域不同民族的风俗习惯。其代表之一就是位于深圳的中国民俗文化村。中国民俗文化村是中国第一个荟萃各民族民间艺术、民俗风情和民居建筑于一园的大型文化旅游景区。园区内建有 1:1 比例的 20 多个民族特色村寨。通过民族风情表演、民间手工艺展示、定期举办大型民间节庆活动，如华夏民族大庙会、泼水节、火把节、西双版纳风情月、内蒙古风情周等多种方式，多角度、多侧面地展示出我国各民族原汁原味、丰富多彩的民风民情和民俗文化，让游客充分感受中华民族的灵魂和魅力。

（3）影视城类主题乐园是指为了影视剧的拍摄需要而建造的场景群，横店影视城、无锡影视城等均是其代表。横店集团旗下的横店影视城位于浙江省金华东阳市横店镇，处于江、浙、沪、闽、赣四小时交通旅游经济圈内。它是包含秦王宫、明清宫苑、广州街·香港

街、清明上河图、明清民居博览城、华夏文化园、梦幻谷、屏岩洞府、大智禅寺等景区在内的中国最大的影视体验主题乐园群,拥有 20 场大型演艺秀的中国旅游演艺之都,集影视旅游、度假、休闲、观光于一体的大型综合旅游度假区,也被美国《好莱坞》杂志称为“中国好莱坞”。

(4) 动物景观类主题乐园包括野生动物公园、海洋世界等。此类主题乐园的代表有长隆野生动物世界、青岛极地海洋世界等。地处广州番禺的长隆野生动物世界隶属全国首批、广州唯一国家级AAAAA旅游景区长隆旅游度假区。公园以大规模野生动物种群放养和自驾车观赏为特色,集动、植物的保护、研究、旅游观赏、科普教育于一体,被誉为中国最具国际水平的国家级野生动物园,是全世界动物种群最多、最大的野生动物主题乐园。大连海昌集团投资建设的青岛极地海洋世界是一个包含海洋动物展示、极地动物展示、海洋极地动物表演以及海洋科技馆、渔人码头等主题的综合海洋主题乐园。

(5) 主题游乐园主要为游客提供刺激的游乐设施和游戏活动,这类主题乐园往往最受游客喜爱。这类主题乐园的代表有华侨城集团旗下的欢乐谷和华强集团旗下的方特欢乐世界和方特梦幻王国。欢乐谷从 1998 年起先后在深圳、北京、成都、上海、武汉、天津六个城市开门营业,主打游乐项目有欢乐时光、飓风湾、金矿镇、魔幻城堡、香格里拉和蚂蚁城堡等。由华强文化科技集团设计研发的中国人完全自主知识产权的大型高科技第四代主题乐园——方特欢乐世界和方特梦幻王国先后在芜湖、沈阳、青岛、泰安、天津、株洲、郑州、汕头、重庆、南通、厦门等城市投入运营,主要游乐项目有飞越极限、海螺湾、火流星、暴风眼、恐龙危机等。

### (二) 以规模大小划分

根据主题乐园的接待量、投资量和占地规模可将主题乐园划分为大型目的地主题乐园、地区性主题乐园、游乐园、小规模主题乐园和科教景点等。

### (三) 以景区主要内容划分

根据景区主要内容,可以将主题乐园分为以下七类。

- (1) 民俗风情类:例如,云南的民族村、深圳的锦绣中华等。
- (2) 自然生态类:例如,深圳的青青世界、广州的香江野生动物世界等。
- (3) 历史文化类:例如,北京的大观园、无锡的三国城和水浒城等。
- (4) 博览博物类:例如,深圳的世界之窗、泰安老爷车博览馆等。
- (5) 未来科技类:例如,广州的航天奇观等。
- (6) 影视文化类:例如,无锡的唐城、雪乡等影视基地、横店等。
- (7) 欢乐休闲类:例如,香港的迪士尼乐园、深圳的欢乐谷、大连的发现王国等。

### (四) 按体验类型划分

按照体验划分,主题乐园可以分为观光型、情景模拟型、风情体验型、主题型、游乐型。风情体验型、主题型、游乐型为主流方向,观光型、情景模拟型是初级阶段产品,现阶段已成为各类主题乐园基本配置。



步扩大市场份额,其中最为典型的的就是迪士尼乐园,它通过在全球各地建立各种不同主题的乐园来实现快速扩张。迪士尼主题乐园特许经营费一般为乐园总收入的7%,管理费为乐园总收入的2%。

(三) 持续创新,持续创新是运营主题乐园的核心诉求

主题乐园要以持续不断的创新发展作为后续支撑,只有不断丰富内涵,不断开发新项目,才能给游客带来持续的新鲜感和延续其吸引力。主题乐园超越生命周期定律的关键在于以景区载体为依托进行内涵动态化的景区旅游策划创新。以日本东京迪士尼为例,其成功运营的经验之一就是永远处于建设之中,让游客不断尝试新的乐趣和体验。

(四) 首重选址,选址是主题乐园的成功基石

主题乐园区位选择需要注意两方面的结合。一是交通便利与都市功能的结合,既要考虑游客往返的便利性,又要考虑周边服务配套设施功能,同时为未来发展预留一定空间也很重要。二是区域环境与居住商流的结合。商流是流动客源的重要组成部分,同时要关注当地居民的经济和文化层次,以及数量,这对其能否成为景区固定客源具有直接影响。

(五) 运营管理,运营是主题乐园效益的来源

运营就是主题乐园对管理与服务过程的计划、组织、实施和控制。运营管理是与产品生产和服务创造密切相关的各项管理工作的总称。从另一个角度来讲,运营管理也可指为对生产和提供公司主要的产品和服务的系统进行设计、运行、评价和改进的管理工作。

**【做中学、学中做】** 请列举主题乐园行业的特征,选定其代表佐证案例,填写表 1-4。

表 1-4 主题乐园行业的特征及其佐证案例

主题乐园行业的特征	佐证案例	相互关系

## 五、主题乐园未来可能的发展趋势

在游客需求和技术机会的作用下,21 世纪的主题乐园已经跃上了一个全面创新的发展阶段,大体呈现出以下十个方面主题乐园的发展趋势。

(一) 主题的文化性和多元化

在主题乐园成长过程中,主题具有三方面的作用。第一,它是一种具有亲和力的逻辑关系,有了这种关系,主题乐园与目标游客群体之间就能互动起来;第二,它是一种具有震撼力的游园线索,有了这种线索,游客置身其中就能体验到特殊的感受;第三,它是一种具

有扩张力的产品链条,有了这种链条,主题乐园就能不断完善产品体系和提升产品功能。现代旅游行为学研究表明,旅游本质上是旅游者寻找与感悟文化差异的行为和过程。主题乐园在主题选择方面应更加关注旅游动机,即旅游行为的本质,突出主题的文化性。随着社会开放进程的加快和跨国经济合作的深化。旅游者对异域文化的好奇心与求知欲将越来越强烈,跨地域空间的文化将成为主题乐园选择主题的主导方向。随着社会转型冲击的加剧和人际关系隔膜的增长,旅游者对传统文化的认同与反思将越来越深入,返璞归真的传统文化将成为主题乐园选择主题的价值取向。随着造园技术的日益进步和表现手段的日益丰富,在生态文化器物文化哲学文化等方面,主题乐园选择主题的自由度将明显扩大,而且一个主题多个次主题或一园多个主题,将成为现实。可以说,主题的选择在空间维度、时间维度和要素维度的架构中将日益多元化。总体趋势表现为在本土文化与异域文化之间,趋向异域文化。在传统文化、现代文化与未来文化之间,趋向传统文化。在生态文化、器物文化与哲学文化之间,趋向器物文化。

## (二) 产品的互动性和现代化

随着科学技术的加速度发展,信息技术和虚拟技术的日益普及,主题乐园将不断提高产品的科技含量。增强技术与技术之间、技术与项目之间、项目与游客之间的互动性。总体趋势表现为:第一,在手工产品形态、机器产品形态和信息产品形态的体系中将更加具有互动性,相互渗透,相互作用,促进产品形态的多样化;第二,在高科技的支持下,新动力、新材料、新性能的机器产品形态将不断涌现,高度更高、坡度更大、速度更快、眩晕感更强、安全更有保障的乘骑产品将更加丰富,甚至在一定时间尺度内将成为主流;第三,随着信息时代的到来和虚拟技术的成熟,主题乐园产品形态的智能化和虚拟化将不断加快进程。可以说,在现代技术的导引下,主题乐园产品形态已经进入概念创新的发展阶段。

## (三) 娱乐的创意性和多样化

主题乐园是从杂耍的概念孕育起来的,最开始,大家去游玩就是为了快乐。实际上,这就是主题乐园天然的特性,即快乐才是第一的。因为游客追求快乐的人生理念没有变,所以主题乐园营造快乐、奉献快乐的本性不会变,在未来的一定时间尺度内,主题乐园在产品内容上将更加追求娱乐性,随着文化的多元化、技术的现代化以及游客娱乐需求的多样化,主题乐园将在导游系统、餐饮系统、购物系统、表演系统、乘骑系统和氛围营造系统等方面丰富表演性内容,强化参与性内容,增加互动性内容,甚至推出创意性内容,亲子娱乐内容、情侣娱乐内容和团队娱乐内容将日益丰富和更加精彩。

## (四) 活动的参与性和个性化

主题乐园主要受景区知名度、交通便捷度和游客满意度三大关键因素的影响。而景区知名度和游客满意度在很大程度上是由有效的产品供给决定的,参与性和娱乐性是决定产品有效供给的基本条件。因为产品只有具有了参与性和娱乐性,才能形成感召力和亲合力,从而使主题乐园与游客之间的良性互动关系。在我国主题乐园中项目与游客之间的关系,经历了景静人静、景动人静、景动人动、动静结合的演变过程。在这个过程中,

项目的参与度明显提高,深圳华侨城从锦绣中华、中国民俗文化村、世界之窗、欢乐谷的发展历程,就是一个不断强化参与性的典型代表。主题乐园未来的市场主体是20世纪90年代以后出生的社会群体。这个群体是一个坚持己见积极为自己的主张辩护、求新求变、注重自主性选择的群体。这个群体消费行为的显著特征就是个性化。随着现代科技手段的全方位应用,主题乐园产品形态演变的总体趋势表现为参与性越来越强,个性化越来越突出。

### (五) 游乐的刺激性和场景化

随着个性化时代的到来,年轻人渴望体验一种“酷”的感觉,“玩酷”与“炫酷”成为一种时尚,只有提供“酷”的感觉,对年轻人产生了震撼力和感召力,主题乐园才具有旺盛的生命力。实际上,主题乐园从诞生的那一天开始,就致力于通过营造娱乐氛围来强化这种感觉。可以说,主题就是娱乐氛围的故事线,视线就是娱乐氛围的风景线,动线就是娱乐氛围的情感曲线,在“玩酷”一代成长为市场主导力量的背景下,主题乐园应更加注重娱乐氛围的创新和营造,总体趋势表现为:一是更加鲜明的主题和次主题,将构成剧情化的主题体系;二是根据主题体系,实行分区营造,形成氛围的有机组合;三是分区营造的氛围,将更加场景化,每个场景具有独立的个性,场景的造型、颜色、尺寸、材料和性能等方面将更加具有创意性和刺激性,造型视觉化、颜色多彩化、材料逼真化、性能精致化、故事文本化、神话故事、童话故事、传奇故事和历史故事等有文献依据的故事;四是声光电技术的广泛应用,场景的艺术效果将更加真实和精彩。

### (六) 景观的真实性和自然化

景观环境是旅游者的游乐空间和情感体验对象,奠定了主题乐园品位效应和品牌形象的基础,我国主题乐园在景观环境塑造方面,经历了人造仿景观、人造真景观,真景观与仿景观的組合的演变过程。随着消费意识的日益成熟,旅游者对游乐空间和情感体验对象的要求不断提高和深化,而且出现了追求本原性、真实性景观环境的倾向,因此主题乐园在塑造景观环境方面就必须跟进这种趋势。这个方面的实现有三个基本途径:一是应用有形实物,直接设计和建设具有艺术气息与文化氛围的景观环境;二是充分应用虚拟现实技术,创造出具有想象力的人格化景观环境;三是综合应用有形实物和虚拟现实技术,塑造出真中有假,假中有真,真真假假的非日常的舞台化世界,在景观环境回归真实性的演进过程中,景区将根据主题,尽量按照自然的本来面貌进行绿化,惟妙惟肖地创造出具有天然意义的景观环境。可以说,自然、野性,甚至凌乱的景观环境将成为主题乐园的主流趋势。

### (七) 消费的便捷性和超市化

从人口统计学的角度看,我国的主题乐园消费群体根据出生年代的差异,可以划分为五个年代:“60后”“70后”“80后”“90后”和“00后”,这五个年代的群体在价值观和消费特征方面具有明显的差异。未来十年或者更长的时间里,我国主题乐园游客的主体仍是“80后”“90后”及“00后”,这三个年代的游客群体是在信息技术不断发展的条