

认知主题公园

项目清单

认知主题公园项目清单见表 1-1。

表 1-1 认知主题公园项目清单

任 务	知 识 目 标	职业核心能力要求
了解主题公园概况	(1) 了解主题公园的概念及特点； (2) 了解主题公园的发展概况； (3) 掌握主题公园的区域分布	(1) 具备深刻理解主题公园概念的能力； (2) 能够掌握主题公园产业的发展趋势、历史演变和当前状况,包括相关的市场趋势和竞争格局； (3) 全面了解主题公园在不同地域的分布情况,包括各区域的独有特色和吸引力
了解主题公园发展历程	(1) 了解我国主题公园的发展历程； (2) 区分我国主题公园不同发展阶段的特点； (3) 掌握影响主题公园迭代更新的驱动因素	(1) 具备深入了解我国主题公园发展历程的能力； (2) 能够清晰辨识我国主题公园在不同阶段的特征； (3) 具备分析和理解影响我国主题公园不断迭代更新的各种驱动因素的能力
学会主题公园分类	(1) 掌握主题公园的分类标准； (2) 学会用不同分类标准对主题公园进行分类	(1) 具备全面了解主题公园分类标准的能力； (2) 能够根据具体情境和目的,灵活使用不同的分类标准对主题公园进行划分,以满足特定需求和目标

项目情境

1998年,华侨城集团优质旅游产业集群中的耀眼新星——深圳欢乐谷在深圳湾畔应运而生,缔造了中国改革开放前沿城市的“欢乐神话”,并一跃成为中国文化主题旅游产业中最具代表性的创想符号。紧接着,欢乐谷在新的起点上成功迈出“欢乐大中国”的健行步伐,以深圳为策源地,北上京津,东进沪宁,西向成渝,中落武汉,遍布中国各大经济核心区域的中心城市,20多年来,在深圳、北京、成都、上海、武汉、天津、重庆、南京、西安9个城市建设(图1-1)。创想超越时空,欢乐洒满征途,一个又一个溢彩绽放的“繁华都市开心地”,洞见现代都市娱乐消费的需求和趋向,把握国际娱乐潮流和脉搏,用智慧实践着欢乐谷“不同的城



图 1-1 华侨城集团欢乐谷公园分布的城市

市,同样的欢乐”的社会承诺,丰富和发展了中国前所未有的都市文化娱乐形式与精神。

(资料来源:上海证券报.欢乐谷:中国连锁主题公园第一品牌[EB/OL].(2012-12-05)[2023-12-28].<https://finance.eastmoney.com/news/1349,20121205262062238.html>.)

请查阅资料,就下列问题展开讨论。

欢乐谷属于旅游景区类型中的哪一种类型?(这种类型区别于其他类型的本质特点表现在哪些方面?)

任务一 了解主题公园概况

一、主题公园概念及特征

任务卡

经济与科技飞速发展之下,人们的消费需求升级,各种各样的旅游景区大量涌现,为广大旅游者提供更多元的产品和服务。在空格处列出你曾经去过或了解过的旅游景区名称,并分析它们是否为主题公园,如果是,请在旅游景区名称前的“□”中画“√”。

- | | | |
|---------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 深圳锦绣中华 | <input type="checkbox"/> 大足石刻 | <input type="checkbox"/> 那拉提草原 |
| <input type="checkbox"/> _____ | <input type="checkbox"/> _____ | <input type="checkbox"/> _____ |
| <input type="checkbox"/> _____ | <input type="checkbox"/> _____ | <input type="checkbox"/> _____ |

知识卡

主题公园(theme park)是以营利为目的兴建的,占地、投资达到一定规模,实行封闭管理,具有一个或多个特定文化旅游主题,为游客有偿提供休闲体验、文化娱乐产品或服务的园区。

主题公园主要包括以大型游乐设施为主体的游乐园、大型微缩景观公园及以提供情景模拟、环境体验为主要内容的各类影视城、动漫城等园区,如图 1-2 所示。政府建设的各类公益性的城镇公园、动植物园等不属于主题公园。



图 1-2 主题公园

主题公园赋予游乐形式以某种主题,创造一系列有特别的环境和气氛的项目吸引游客;其占地、投资达到一定规模,实行封闭管理;园内所有的建筑色彩、造型、植被、游乐项目等都为主题服务,共同构成游客容易辨认的特质和游园的线索。

实践卡

任选一家主题公园和一家传统旅游风景区,对比两者之间存在的不同。

二、主题公园区域分布

任务卡

2023年,提供专业技术和管理服务的全球咨询集团(AECOM)联合主题娱乐协会(Themed Entertainment Association, TEA)共同发布了《2022全球主题公园和博物馆报告》。报告显示,2022年是标志着市场逐渐回归常态、接近完全复苏的一年。全球范围内,许多景点的年游客量或年收入恢复甚至高于疫情前水平。从全球各地区的整体情况来看,2022年对于欧美和中东地区而言是成功的一年,亚太地区则仍处于逐步回升中。巴黎迪士尼、艾夫特琳乐园和冒险港等区域内最受欢迎的景点都在2022年创下历史新高。其总体游客量已恢复至2019年的98%。从全球来看,随着2022年市场限制放宽,此前被压抑的需求亦得到释放,大部分景点都吸引了数量可观的游客。

全球排名前25位的主题公园中有6座在中国,具体包括横琴长隆海洋王国、上海迪士尼乐园、香港海洋公园、香港迪士尼乐园、北京欢乐谷和广州长隆欢乐世界。

(资料来源:未来智库. 2022全球主题公园及博物馆报告[EB/OL]. (2024-01-24)[2024-01-25]. <https://www.vzkoo.com/read/202401246ac92c7810d1efbf3536b358.html>.)

请查阅资料,就下列问题展开讨论。

主题公园在全球的分布情况是怎样的?在中国市场的发展呈现出怎样的态势?

知识卡

(一) 全球主题公园分布

2022年全球主题公园市场规模为4459.13亿元(人民币),其中国内主题公园市场容量为988.14亿元,预计全球主题公园市场规模将以5.14%的平均增速增长并在2028年达到6056.22亿元。

北美洲是全球范围内最大的主题公园市场,拥有迪士尼、默林、六旗、环球影城等行业知名企业。亚洲是全球主题公园行业的第二大市场,日本的首家大型主题公园——东京迪士尼乐园于1983年开业,自此国际知名主题公园纷纷在日本东京、大阪和神户等地建造并投入运营。迪士尼先后于2005年和2016年在我国香港及上海运营,进一步挖掘了亚洲市场和中国市场的行业潜力,带动了全球品牌与本土品牌在亚洲与中国的主题公园行业投资。欧洲主题公园集中于德国、法国、比利时、荷兰、卢森堡、英国等国家,并逐步向西班牙、意大利、土耳其、希腊等国家扩张。

（二）中国主题公园分布

近年来,随着我国经济的高速发展,主题公园行业也迎来蓬勃发展势头。从区域分布上来看,中国的主题公园建设主要分布于华东与华南地区,东部沿海省市拥有的主题公园数量超过5成。在长三角、珠三角和北京三大区域有众多世界知名主题公园落成或落成计划,包括上海的迪士尼乐园、北京的环球影城、珠海的时代华纳梦工厂等。中国沿海三大城市群的高城镇化与高经济发展水平体现沿海地区居民的精神文化需求与娱乐休闲需求较高,消费能力较强,因此投资力度较大、覆盖受众群体更广的国际与本土知名的主题公园多于此类地区聚集。这种分布与我国区域经济发展水平和国内旅游市场结构基本相符。

但随着中国高铁网络的建设,西部地区与沿海地区实现高铁贯通,交通的便利带动沿海地区居民到内陆地区旅游,西部旅游经济的发展将促进主题公园等休闲娱乐设施的建设与发展。主题公园布局下沉,向二、三线城市扩张,扩张模式由重转轻,国际主题公园持续进入,本土主题公园继续成长,如表1-2所示。

表 1-2 本土知名主题公园品牌布局城市

本土知名主题公园品牌	布局城市
欢乐谷	深圳、北京、成都、上海、武汉、天津、重庆、南京、西安、广州、珠海、清远
长隆	广州、珠海、清远
华强方特	芜湖、沈阳、天津、青岛、济南、郑州、宁波、厦门、汕头、重庆、株洲、太原、洛阳、昆明、赣州等
宋城演艺	杭州、三亚、丽江、九寨沟、丽水、宁乡、桂林、上海、张家界、宜春、新郑、佛山
海昌海洋公园	青岛、成都、天津、烟台、武汉、大连、重庆、上海、三亚、郑州
大连圣亚	大连、哈尔滨、芜湖、淮安、昆明、三亚、镇江、千岛湖、营口、厦门

实践卡

随着国内文旅消费持续升级,城市经济发展伴随着文旅需求的释放,主题公园成为城市满足居民日常休闲娱乐需求的重要选择,各大驻地公园在全国范围之内落地开花。请以小组为单位进行资料查询,在表1-3中标注出全国主题公园排名前5的省份、具体数量与主题公园名称。

表 1-3 全国主题公园调查

省份	数量	主题公园名称

“碳中和”主题公园

“碳中和”作为一种新型绿色发展理念,在推动实现绿色生产、低碳生活方面具有独特的意义。随着我国经济社会的发展,传统意义上的公园已经不能完全满足人们的需要,“生态绿色”成为新时代公园建设的主题之一。碳中和主题与公园绿地生态的结合也就成为规划设计师、建设者、城市管理者关注的焦点。

2021年9月28日,北京市首个“碳中和”主题公园——北京温榆河公园·未来智谷盛大开园!碳中和主题公园面积48.75公顷,是北京六环以内最大的“绿肺”——北京温榆河公园的重要组成部分。公园通过建设碳中和科普基地、创立“碳积分”智慧游园系统、打造先进能源应用场景、使用低碳环保材料等方面建设“碳中和”主题公园,如图1-3所示。

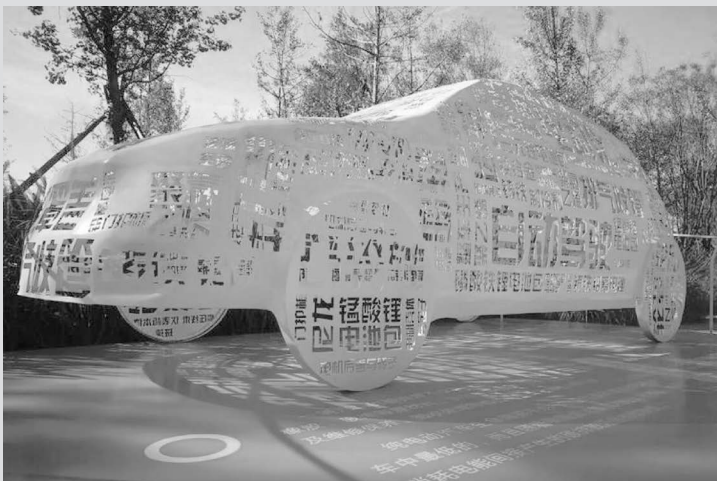


图1-3 北京温榆河公园·未来智谷

在北京温榆河公园项目设计中,设计团队发挥了“艺术赋能”环境设计的优势特色,突破相关“碳中和”科技知识过于专业和学术,不易被游客理解感知的困境,以“博物馆化”的环境艺术设计理念为切入点,运用“环境叙事”的手法将“碳中和”知识点通俗直观地艺术转换为“一张纸、一度电、一瓶水、一辆车……”的“碳百问”艺术设计故事,以环境艺术、大地艺术的形式深入浅出地诠释与传达“碳中和”主题,成为整个公园中一道独特亮丽的风景。

“碳中和”主题公园未来将以建设“双碳”科普教育基地、“双碳”特色培训基地、“双碳”特色交流中心及“双碳”特色公众活动中心为核心定位,广泛开展社会需要、群众喜欢、影响力大、服务面广的系列科普展览,并探索依托公园场景建立个人碳普惠体系,倡导低碳消费等环保行为,提高社会公众节能减碳意识,为提高公民低碳环保意识、倡导绿色消费生活方式、助力我国“碳达峰”“碳中和”目标的实现贡献力量。

(资料来源:国际科技创新中心.碳中和主题公园[EB/OL].(2022-04-18)[2023-12-30].https://www.ncsti.gov.cn/kjdt/scyq/wlkxc/zrst/tzhzgy/202204/t20220418_73289.html.)

任务二 了解主题公园发展历程

一、我国主题公园的发展历程

任务卡

1983年7月15日,中山市长江乐园正式开业,成为当时国内最早的具有现代化游乐设施的大型娱乐场所,如图1-4所示,在刚刚开放的中国大地,全新的长江乐园吸引了来自全国的大批游客。随着长江乐园的成功崛起,各地纷纷效仿复制,从珠三角的深圳、珠海到北京、上海,均相继有了自己的游乐场,长江乐园使中山市成为引领全国游乐风潮的前沿阵地,为全国的旅游业、游艺游戏产业做出了巨大贡献。

(资料来源:中山档案方志.长江乐园,那个曾带给中山人欢乐回忆的地方[EB/OL].(2016-12-16)[2023-12-30].https://www.sohu.com/a/121780138_507391.)



图 1-4 中山市长江乐园

华侨城集团是国内最早创建大型主题公园的企业,早在20世纪80年代便打造了中国第一座文化主题公园——深圳锦绣中华,此后不断顺应消费需求和市场趋势,坚持以文塑旅、以旅彰文,培育了欢乐谷、世界之窗、东部华侨城、欢乐田园、甘坑古镇等一批行业领先品牌和项目,打造了多个国家5A级旅游景区、国家级旅游度假区、国家级夜间文化和旅游消费集聚区、国家级文明旅游示范单位,如图1-5所示,目前位列全球主题公园集团三强、亚洲第一,运营和管理景区、开放式旅游区超100家。

(资料来源:新华网.华侨城集团有限公司[EB/OL].(2021-09-10)[2023-12-30].<http://www.xinhuanet.com/travel/20210910/9d670bc5cf5c4c38a8e0c94f82d4bbca/c.html>.)

请查阅资料,对比中山市长江乐园与华侨城集团,探讨主题公园行业发生了哪些翻天覆地的变化。



图 1-5 华侨城集团

知识卡

现代意义的主题公园起源于欧洲,兴盛于美国。1952年,荷兰马都拉家族的一对夫妇为纪念在第二次世界大战中牺牲的独生子,兴建了一个微缩了荷兰120处风景名胜的微缩景观公园 Madurodam。1955年,洛杉矶迪士尼乐园建成营业,标志着现代意义上的主题公园行业的开端。迪士尼通过卡通形象塑造获得第一轮收益,并在其基础上二次开发,将卡通人物和故事情节引入主题公园之中,获取二次收益,此种运营模式至今仍是全球大多数主题公园的模仿对象。

我国主题公园的发展主要经历四个阶段:第一代主题公园(游乐园、园林、影视拍摄基地的利用),第二代主题公园(微缩景观、新型游乐场、影视城辅以节目表演),第三代主题公园(现代化娱乐设施+特定主题文化),第四代主题公园(全产业链+新科技+大IP)。

(一) 第一代主题公园:游乐园、园林、影视拍摄基地的利用

20世纪80年代初,针对儿童、青少年的娱乐需求,一些简单的游乐场开始在当时经济较发达的珠三角涌现。1983年,首家大众游乐园“长江乐园”在中山市开门营业。1984年深圳湾游乐场建成并开门营业。与此同时,另一类以历史或文学为主题建设的园林开始出现。1979年,以《清明上河图》为原型建成并营业的我国香港宋城为国内提供了借鉴。1983年,因拍摄电视剧《红楼梦》建设大观园,日后的开放营业开启了影视基地二次利用的模式。

(二) 第二代主题公园:微缩景观、新型游乐场、影视城辅以节目表演

随着经济发展,观光旅游兴起,微缩景观公园开始涌现。1989—1994年,深圳华侨城集团旗下的微缩景观陆续建成并开始营业;1989年,“锦绣中华”建成营业;1991年,“中

华民俗文化村”建成营业；1994年，“世界之窗”建成营业。与此同时，不再局限于影视基地的二次利用，主动将影视城与演艺相结合；1991年，三国影视城开业；1996年，横店影视城和宋城景区同时开业，此后宋城演艺推出“千古情”系列演出，持续至今。至此，我国的主题公园才真正具有“主题”。但由于IP不具有排他性，门槛较低，全国各地涌现了许多类似主题公园，相似程度很高，重游率低下，导致一批主题公园的倒闭。

（三）第三代主题公园：现代化娱乐设施+特定主题文化

由于经历了20世纪90年代的“洗礼”，各大主题公园纷纷转型，在更新游乐设施的基础上，加强娱乐与文化的融合。通过植入故事、塑造动漫人物等方式，逐渐形成自身IP，塑造核心竞争力。1997年，长隆主题公园开业，以野生动物、植物、景观为主打卖点。2014年，又创建珠海横琴长隆国际海洋度假区，以海洋动物、水上游乐设备、大型演艺为特点。1998年，深圳欢乐谷建成营业，将游乐设施融入卡通元素。2007年，华强方特旗下的芜湖方特欢乐世界开业，创造性地将“特种电影”融入主题乐园之中，时至今日已推出六类旅游产品。

（四）第四代主题公园：全产业链+新科技+大IP

21世纪以来，中国主题公园行业快速发展，目前已经形成了数量众多、类型多样的总体格局，迪士尼等国际主题公园大品牌也相继进入中国市场。泛娱乐文化产业为主题公园注入了更多IP衍生产品与娱乐项目，影视、音乐以及游乐的结合使主题公园成为游客的休闲选择，VR、AR等技术在娱乐设备和游乐设备中的应用也为游客带来了更好的体验。时至今日，宋城演艺已形成“千古情”系列IP，旗下有十余座景区；华强方特则坐拥五类主题乐园及超级IP“熊出没”。

与此同时，在政策的导向下，大的地产商陆续进入主题公园产业，全产业链模式的旅游城逐渐成为当下热点。万达、恒大、融创等地产集团在城市商业综合体的基础上将室外主题公园、酒店住宿、演艺、商业娱乐融为一体，意在塑造新的文化旅游城。

实践卡

2023年是华强迪士尼公司成立100周年。1955年，迪士尼公司的缔造者——华特·迪士尼创办了世界第一家迪士尼乐园，至2016年年底，全世界总共已开设了6个迪士尼乐园。熟悉迪士尼的都知道，迪士尼缘起于一只“米老鼠”，但是从一只米老鼠发展成如今IP储备量庞大的IP帝国，迪士尼是如何做到的？

请课下查阅相关资料，梳理迪士尼旗下著名的IP以及IP的运营情况，分析迪士尼主题乐园发展过程中所经历的不同阶段。

二、我国主题公园发展特征

任务卡

调查你所在的城市有哪些主题公园。这些主题公园在运营过程中最吸引你的项目有哪些？

知识卡

纵观主题公园的发展历程,发现在目前国内持续拉动内需的发展背景下,我国的主题公园发展主要呈现以下特征。

(一) 由单一游乐场向综合型度假区转变

从国内主题公园类型来看,目前游乐场、器械类主题公园占据半壁江山,但无论是传统的单一器械类游乐场(如欢乐谷),还是以旅游演艺为核心的景区(如宋城千古情),或是海洋动物主题景区(如长隆、海昌等),均通过扩建场馆、叠加街区场景、开发新项目以及配套旅游设施向休闲度假业态过渡。从景区盈利能力来看,综合体旅游目的地能显著提升游客单价、游客停留时间。从客流规模占比来看,经济发达的华东地区占比最高,其次为华南地区,经济欠发达的西北地区、东北地区占比较低,中国主题公园地域分布特征明显,与经济发达程度成正比。

(二) 由单体型向集团化、规模化转变

单体大型综合主题公园通常建在一二线城市市郊,辐射周边 3 小时车程的游客,以本地居民和短途游、周边游客流为主。规模化的集团品牌主题公园具有更强的引流效应,高体验感的游乐设施、具有 IP 内容的演艺表演和园区完备的综合服务可增加游客重游次数。目前国内主题公园市场呈现华侨城、长隆、华强方特三大集团鼎立局面,其余市场份额由华北、东北地区大连圣亚、长三角及重点旅游城市宋城以及海昌海洋公园占据。

(三) 由传统化向产业化、差异化转变

自 2016 年迪士尼落地上海,环球影城、六旗、乐高、梦工厂等海外主题公园巨头纷纷瞄准中国主题公园市场的广阔发展空间加速布局。外资进入提升了国内游客对主题公园的关注及消费热情、提高了游客对主题公园门票价格的接受上限,多样化消费模式帮助传