

旅业视点

主题公园强势“回归” 拉动旅游经济引擎

本报记者 刘圆圆

随着疫情防控形势不断好转，暑期最受期待的景点类型——主题公园相继“复出”，向广大游客敞开怀抱。

行业数据显示，主题公园的收入占比30%是门票、30%是零售、40%是餐饮住宿。周边配套消费占比大于门票收入是国际主题公园的运营常态，这也使得中国主题公园成为“内循环”中拉动地方经济的重要力量。



资料图片

本报记者 齐波 摄

做好准备 重装“复出”

“我们是北京环球度假区的忠实粉丝，得知恢复开放就第一时间赶过来。小朋友特别喜欢小黄人，我们还打算去三把扫帚餐厅吃午餐。”北京环球度假区恢复开放第一天，张先生一家四口一早就过来体验。

“孩子们等了一年多了，这下终于能如愿出行了！”这几天，天津的李先生正在为今年暑期的第一次跨省游查询信息。他告诉记者，两个孩子一直想去北京环球影城，虽然目的地与天津近在咫尺，但之前为了配合学校的防疫要求，一直没能成行。

历经近两个月的闭园，6月25日，北京环球度假区迎来恢复开放后的首批游客。此次恢复开放，北京环球度假区强化了疫情防控措施，最大程度防范和降低疫情传播风险，让客人安心游玩。

北京环球度假区应急管理与安保指挥中心经理周翔翔介绍，度假区在园区各主要入口设置了22个体温筛查点，对进入园区的人员进行快速测温；设置了80多台健康宝智能查验终端，在查验游客身份的同时核验健康宝，缩短查验时间。“我们还实行网格化管理，在园区主要娱乐、餐饮、购物等80多个点位设置北京健康宝二维码，做到‘一场所一码’，游客进入前需扫码，做到精细化疫情防控，一旦有病例或密接人员到访，可以缩小受影响人群的范围。”

“园区的疫情防控措施让我们感觉非常踏实，比如排队时地上都标有一米线，免洗消毒液点位随处可见，感觉准备非常充分，没有给游客游玩造成任何不便。”张先生说。

此外，针对暑期的亲子客群，重新回归的北京环球度假区也是做好了准

备。随着《侏罗纪世界3》上映，北京环球度假区在今夏推出全新的恐龙环游季。来自史前世界的五只独具特色、1:1等比例还原真实大小的恐龙，于2022年6月25日至9月30日在好莱坞区域“安家”，供广大游客和侏罗纪世界系列粉丝们尽情游览，让大家能够身临其境地体会来自侏罗纪恐龙带来的震撼效果。此外，环球影城大酒店上新了影片《神偷奶爸》系列的162间海度假风小黄人主题房，也位于游客人气排行榜的前列。

记者在采访中注意到，此前疫情防控要求下，国内各大主题公园都经历了暂时闭园。随着跨省游的快速复苏，学生群体的暑期游能够选择的主题公园范围也迅速扩大。在线旅行平台数据显示，目前全国有3041家主题公园正常营业，仅6月1日至28日，全国主题公园门票销量较5月同期环比增长1倍。根据往年的数据趋势看，暑期全国主题公园的门票销量一般可以占到全国景区门票量的三成以上。

突出特色 拉动消费

在疫情得到有效缓解的地区，主题公园的恢复度高于旅游领域其他业态。继广州长隆、上海海昌、南昌融创、北京环球后，上海迪士尼是国内最后一个复工的大IP主题乐园。业内专家表示，这些主力品牌“集体复出”后，主题公园将成为整个文旅市场的先锋队，率先拉开文旅市场全面复苏的大幕。

各大主题公园的恢复开放不仅带来了人气和流量，也串联起周边的餐饮、商业和住宿，形成了良好的溢出效应，带动了消费升级。

据北京环球度假区官方App及小程序显示，上周日（7月10日）北京

环球影城主题公园指定单日门票全部售罄，迎来重新开后首个旅游高峰。另据去哪儿网的数据显示，上海迪士尼官宣开园后，周边酒店搜索量瞬时增长260%，预订量环比6月27日增长1.5倍。

“一般主题公园可以覆盖周边3至5公里范围，但像北京环球度假区和上海迪士尼乐园这种大IP的拉动性可以覆盖整个城市。”去哪儿网首席营销官黄小杰说，主题公园是综合性的业态，对交通、住宿、餐饮、快消等综合消费都有明显的拉动作用。北京环球度假区和上海迪士尼的开放，有望发挥“乘数效应”，带动北京、上海及全国的旅游消费市场企稳回升。

中国主题公园研究院院长林焕杰称，在强调安全生产运营的基础上，主题公园一定要巩固自己的“护城河”，暑期是展现主题公园品牌实力的好时机，可以加深与游客之间的情感连接。他强调，“内容是主题公园的核心竞争力。无论技术如何发展，讲好一个故事是千古不变的人性，是快乐的源泉。”

“在疫情防控常态化的背景下，要做好市场调控的不确定性准备。主题公园应做出特色，融合多行业、跨圈层资源，积极探索直播、线上体验等新方式，增强与游客的互动，提升游客黏性，拓展销售渠道，延展体验的场景，实现营收的多元。”在北京体育大学体育休闲与旅游学院副院长蒋依依看来，主题公园要不断创新和强化品牌形象，实现园区与游客之间有形和无形的认同链接，保持园区持续发展的核心竞争力。

打造中国项目 实现IP输出

近年来，中国经济稳定发展和成长的大市场对国际IP形成了巨大的吸引力。在中国主题公园中，北京环球度假区与上

海迪士尼度假区处于市场头部和行业领跑地位，也形成了南北方主题公园的双高地格局。此外，六旗、乐高、尼克等国际大品牌已经纷纷进入或有意进驻中国。默林娱乐集团的乐高乐园2021年宣告将在中国陆续建立3座乐高乐园，且都预计在3年内开业。

“中国主题公园经过30多年的发展，与中国经济社会同步成长，积累了经验，培养了队伍，为中国主题公园发展打下了基础。”中国社科院旅游研究中心副主任吴金梅表示，根据近五年公布的数据，中国大型主题公园市场主体数量增长速度领先世界其他地区，客流量增速快。“在中国全面打赢脱贫攻坚战，向全面小康迈进的历史新阶段，主题公园的发展正好契合了人民对美好生活向往的需要，市场需求旺盛。从国内文化旅游、度假消费市场的体量基础，以及未来10-20年的增长趋势来看，人们休闲娱乐需求和消费能力不断提升，主题公园市场将持续活跃。”

“从我国主题公园企业的新项目开发，到环球主题公园二期的筹划建设，中国的主题公园设计者、建设者正在开始探索推出具有自主知识产权、与中国文化IP为核心的景区，并同步进行旅游商品、文化产品等衍生品开发，进而形成一条完整的IP知识产权链，提升中国优秀文化的世界影响力。”吴金梅表示，中国从来都不缺文化IP，但将中国故事与现代技术相结合形成传播中国文化、具有世界影响力的主题公园项目需要集合各种资源、运用科技手段着力开发打造，还需要克服很多困难，做出很多努力。

吴金梅期望，通过引入一批文化设计、动漫游戏、演艺娱乐、影视制作等优质项目，打造中国主题公园文化产业集群，在中国这个大市场中打造引领世界的中国项目，并最终实现中国IP向世界的输出。



游在红色中国

“红绿”融合发展 老区多彩蝶变

本报记者 王有强 靳燕

仲夏时节，走进河南省南阳市桐柏县新集乡磨沟村，水清岸美的河流、宽敞平整的红色文化广场、巍然耸立的红军长征转战南阳展览馆、错落有致的仿古民居建筑群……一派山水相映、草木葱翠、村庄整洁的美丽乡村景象呈现在眼前。看到眼前的乡村美景，谁又能想到该村曾经是全县有名的“贫困村”“空心村”？磨沟村始建于清顺治年间，为典型的豫南村落，有着独特的风貌和文化底蕴。村庄周围群山环抱，风光秀美，森林覆盖率达75%。是当年红二十五军战斗过的地方，红色文化内涵丰富。却曾一度因交通不便，造成发展滞后。

但近年来，为彻底改变贫穷落后的面貌，磨沟村在发展中坚持规划引领，在尽力保存传统村落农耕之美、田园之美、自然之美、传统之美的基础上，奋力打造了宜居美丽乡村。同时依托红色文化和绿色生态资源，先后建成了全国首家村级长征红色文化展览馆红军长征转战南阳展览馆、村级党史馆，把村庄打造成以红色旅游为主体的“红色乡村”。并以红色文化为切入点，依托湖光山色，完成长征步道、尖山峰古寨、红军亭、映山红花海等景观建设，打造出特色鲜明的红色乡村旅游点。

现如今，磨沟村已通过国家AAA级景区初评，前来体验红色文化旅游的游客络绎不绝。

“现在不仅村里的环境彻底变美了，生活也富起来了。这在以前，可不敢想象啊。”见证村子发展的桐柏县政协委员卢白田由衷地感叹。

近年来，在广大干群的共建共治和政协委员的积极建言献策下，磨沟村乡村旅游实现大发展。至今全村已开办极具特色的农家乐20余家，特色民宿10余家；动员本村在外成功人士返乡投资建设1400余亩的田园综合体，融入乡村旅游发展大局；连续两年举办了“乡村旅游周”，累计接待游客20余万人次。

翻天覆地的变化让磨沟村成为桐柏这片红色沃土上“红绿”融合促发展的典范。

“磨沟村的综合发展模式是非常典型和有代表性的。”桐柏县政协主席朱东明说，结合磨沟村的发展经验，今年以来桐柏县政协已举办数次协商议事会议。依托“有事好商量”平台，为全县整体“文旅融合”发展提供了经验借鉴。

桐柏县是革命老区，这里不仅是一片红色沃土，更是一方生态宝地。全县各类单体景观400余处，兼具南疆北国之神韵，是国家级生态功能区，被誉为“天然氧吧”。如何发挥“红”“绿”两大资源优势，将传承红色文化与乡村振兴有机结合，是桐柏县政协在“文旅强县”道路上一直坚持不懈研究的课题。

信息速览

“意大利之源——古罗马文明展”在京开幕

本报讯（记者 徐金玉）值此中意文化和旅游年重启之际，恰逢中国国家博物馆创建110周年，“意大利之源——古罗马文明展”于2022年7月10日在中国国家博物馆开幕，展期至10月9日。

此次展览不仅是2022中意文化和旅游年的旗舰项目，也是两国文化交流密切深入和两国人民之间深情厚谊的见证。国家博物馆国际与艺术展览总监、展览中方策展人潘晴介绍，选题的宏大性是此次展览的一个特点，共包含意大利全国26家国家级博物馆的308套、共503件珍贵文物，其中部分文物此前从未在意大利境外展出过。“它不仅展现了意大利起源的文化多样性，也彰显了奥古斯都统一意大利半岛后国泰民安、文化繁荣发展的盛况。”

展览分为11个主题单元。展览现场，可见精美丰富的随葬品反映了意大利不同族群、阶层、性别的墓葬习俗，也可以一窥贵族的生活情境；不同铭文的石碑让后人得以了解意大利文在向拉丁语系同化过程中的原始特征；众天神及英雄人物的雕像，在对比中呈现不同信仰的差别和特性。

黑龙江省暑期首趟旅游专列开行

7月9日，载着600多名游客的Y693次旅游专列从哈尔滨出发，一路向北开往伊春。这是中国铁路哈尔滨局集团有限公司组织开行的黑龙江省今年暑期首趟旅游专列。

进入暑期，黑龙江省铁路客流恢复性增长。数据显示，暑运期间中国铁路哈尔滨局集团有限公司日均发送旅客17万人次，环比增长41.7%。

为满足旅客出游热情，中国铁路哈尔滨局集团陆续增开了牡丹江至漠河、鸡西至漠河、佳木斯至海拉尔等热门方向临客列车，同时提前做好站车通风、消毒和保洁工作。

下一步，中国铁路哈尔滨局集团有限公司将继续丰富旅游专列产品，计划增开鸡西、伊春、新疆等方向旅游专列。（据新华社）



本报记者 齐波 摄

闲话闲游

上海本地景区门票恢复至去年同期八成 旅游新品受关注

本报记者 刘圆圆

随着上海市文化旅游局宣布7月1日起逐步开放文旅场所，本地游迎来又一向上拐点。本地花式玩法、深度探索体验走俏，旅游平台推出的新品也在年轻潮玩人群中受到热捧。此前，有数据显示，6月以来，上海本地景区门票预订量已恢复至去年同期八成以上。而随着暑期的到来，门票的热度无疑会上更高。

上海中心作为中国最高楼，位于

126层的阻尼器作为“镇楼神器”一直是受欢迎程度超高的打卡地之一。走进全新升级的天时632艺术空间，空灵的氛围感指引着每一位游客的感官，光影伴随八方音律，透过阻尼器，摇曳呈现不同的色彩变化。据悉，阻尼器光影秀已于7月1日正式对外开放营业。

此外，携程社区近日联合上海中心大厦开展品牌跨界合作，包含“阻尼器

光影秀”“上海中心城市露营”“空中下午茶”等，给用户带来全新的潮玩体验。

“6月以来，上海地区旅游复苏以本地游为主基调，尤以适合亲子家庭、朋友出游的郊野露营、动物园、主题乐园热度最高，随着气温进一步升高，水主题产品、森林、滨海公园等避暑产品受欢迎度提升最快。”携程门票相关负责人介绍。

基于夏季避暑需求提升，以及年轻潮

玩人群对颜值主义的热捧，携程联合上海中心创新融合时下流行的露营产品，将其引入城市场景。携程社区项目负责人介绍，城市露营系列将户外美学和生活、美食、艺术相结合，灯光和道具摆放都经过专业设计，便于打卡摄影，为用户打造一方繁华市中心的诗意天地。

上海中心相关负责人李强表示，新冠肺炎疫情暴发以来，尽管上海中心的楼内观光、餐饮、文旅业态受到一定影响，景区仍在严格落实各项防疫措施之下，积极拓展新兴文旅活动的丰富度，如光影秀、城市露营、星夜夜宿、小小消防员、城市金融家等。此次与携程联手推出文旅新内容和新玩法，也是紧跟全球文旅业态发展趋势的举措，希望更多市民及游客前来体验上海中心这一文化、时尚的垂直城市。

读图时代



2022“狂欢之夏”亮相北京石景山游乐园

日前，2022“狂欢之夏”游园会在北京石景山游乐园拉开帷幕。本次活动将在日夜双玩体验的基础上升级打造日场谐趣、夜场奇幻，开启日夜同乐全新篇章。为游客带来视觉、听觉、味觉新体验，营造一个集趣味性、娱乐性、参与性为一体的时尚娱乐休闲新地标。

本报记者 贾宁 摄