



海洋公园里令人惊叹的海豚表演。

(上接 C7 版)

## 发展中存在的问题

### 缺乏客观分析盲目决策

主题公园是旅游发展到一定阶段的产物，与人们的收入水平、休闲时间、行为偏好、审美情趣、旅游频度和强度等因素密切相关的。由于缺乏对国内旅游客源市场的正确认识，一些投资者往往高估客源流量，忽略了某些主题公园只适合一定的消费群体，导致决策失误，缺乏对投资回报期的正确认识。一些地方在建设主题公园时，缺乏对自身条件和客源市场的客观分析，以至于公园建成之日，就是亏损之时。江苏的福禄贝尔、海南的中华民族文化村、河南的官渡古战场等等，都是这样的例子。

### 规划布局选址不当

国外主题公园的发展特别强调地理位置对经营成败的关键作用，认为主题公园的理想位置必须邻近 2 个商业密集区而不与其他主题公园相临近，同时在 2 小时车程的地域内有 1200 万以上的居民或者离大的旅游度假区不到 1 小时车程等。

### 规划设计施工简单粗糙

主题公园的成功不仅要有一个魅力的主题，也与规划设计分不开。由于国内主题公园发展历史短，多数主题公园在规划设计上没有规范性模式，只是简单模仿国外先期开发的成功范例。大部分的旅游项目只是纯观光性的静态景观，游客无法参与其中，主题缺乏特色。即便是有较好的主题，也会因为规划设计人员的肤浅理解而难以展现其魅力。

### 数量过多内容雷同

我国的主题公园主要分布在长江三角洲、珠江

三角洲及环渤海等经济较发达地区，而内陆一些经济较落后地区则数量很少，甚至目前有几个省市自治区的主题公园的数量为零。且在我国主题公园自诞生开始，每一种新的主题出现总有大批“疯狂”的追随者群起效仿，造成该形式的主题公园过度开发，从 1980 年代中期开始，城市机械游乐园热、“西游记宫”热、微缩模拟景观热等热潮此起彼伏。从 1987 年至 1992 年拟建和已建的近百处人造景观中，以《西游记》为蓝本开发的计 23 处，以民间传说、神话故事、名著等为主题内容计 17 处，以历史人物为主要题材的有 8 处，以风光、民俗、游乐为内容的计 34 处，以参观、游览为主的占 13 处。主题公园的大量重复建设，给国家的财力、人力及土地资源造成了极大的浪费。

### 产品更新慢门票价格高

主题公园生命周期较短，必须不断的进行产品更新换代、推陈出新，增加其产品吸引力，来延长其生命周期。国内有些主题公园，原始创意不错，但由于建园之初缺少远景规划，没有更多后续新建项目推出，一阵热闹过后，市场越来越难做，最后门可罗雀凄惨度日。

主题公园是旅游发展到一定阶段的产物，与人们的收入水平、休闲时间、行为偏好、审美情趣、旅游频度和强度等因素密切相关的。一些投资者由于对投资回报期缺乏正确认识，急于求成（国外一般把投资回收期定为 6-8 年，而国内往往定在 2-3 年），加上对国内旅游客源市场过于乐观，往往过高估计客源流量，导致对门票决策失误，就造成了票价大大超出了游客的心理承受值，从而影响了游客的出游心理。门票过高，市场难以接受，导致游客市场狭小，重游率低。

除了以上所列举的问题之外，主题公园的发展还存在着经营僵化、管理不善，产品后续发展能力不足，从业人员素质低下等问题，都应得到妥善解决，才能使我国的主题公园走上稳定、健康发展的道路。



昆明园艺博览园



深圳中华民族文化村

## 相关链接

# 国内主题公园开发典型案例

## 成功案例

### 杭州宋城：历史文化城型主题园

1994 年，杭州宋城集团以《清明上河图》为摹本，以“给我一天，还你千年”为口号，开发建设宋城主题公园。宋城主要分为《清明上河图》再现区、九龙广场区、宋城广场区、仙山琼阁区以及南宋皇宫区、南宋风情苑区等部分。以现实主义、浪漫主义、功能主义相结合手法，源于历史且高于历史，是对中国古代文化的一个追忆与表述，是一座寓教于乐的历史之城。宋城的艺术广场可谓集古今奇观于一体，是浙江省最大的艺术表演广场。

### 深圳锦绣中华：名胜微缩型主题园

“锦绣中华”微缩景区，亦称“深圳小人国”，是目前世界上面积最大，反映中国历史、文化、艺术、古代建筑和民族风情最丰富、最生动、最全面的实景景区，也是目前世界上景点最多的微缩景区之一。锦绣中华是绿的世界、花的世界、美的世界；更是中国的历史之窗、文化之窗、旅游之窗。1989 年 9 月，深圳的锦绣中华开业。锦绣中华创造了中国甚至全世界主题公园投资史上的神话：“投资 1 亿港元（当时约相当于 7000 万人民币），1990-1993 年营业收入共 3.93 亿元人民币，利润率高达 50% 以上，开业 1 年多就基本收回投资。”

### 昆明云南民族村：民俗风情型主题公园

云南民族村位于昆明市西南部滇池之滨，以其多彩的民族文化风情及各具特色的民族建筑风格，成为昆明滇池国家旅游度假区的重要组成部分。云南民族村拟建设 25 个云南少数民族村寨，现已建成开放傣族、白族、彝族、纳西族、佤族、布朗族、拉祜族、基诺族、藏族、哈尼族、德昂族、景颇族、壮族及“摩梭之家”等 14 个村寨以及滇池大舞台、团结广场、音乐喷泉、水幕电影、风味食品城等一批配套设施。

### 深圳欢乐谷：科技娱乐型主题公园

深圳欢乐谷座落在深圳南山区深南大街华侨城杜鹃山以北，总占地面积 35 万平米，总投资 17 亿元人民币，是深圳华侨城继锦绣中华、中国民俗文化村和世界之窗之后的第四个参与性强、科技含量高的大型旅游主题公园，提议现代科技和全新休闲观念，构筑了观赏、刺激、游玩、参与、体验相共容的现代娱乐氛围，体验“奇妙的欢乐之旅”。经过一期、二期、三期的滚动发展，已成为国内投资规模最大、设施最先进的现代主题乐园。十年来，深圳欢乐谷共接待 2250 万游客。

### 无锡中视影视基地：影视城型主题公园

无锡中视影视基地以中央电视台无锡太湖影视城为基础，并对其所属之中央电视台无锡太湖影视城唐城和三国城进行组合，与旅游业相结合，发展以影视文化为主题的影视基地主题公园，其初衷是为了适应影视拍摄基地化和批量制作的需要，改变影视流动拍摄的传统方式，以满足人民群众日益增长的文化需求。

### 深圳华侨城：综合型主题公园

1985 年 8 月 28 日，经国务院正式批准创立深圳特区华侨城(Overseas Chinese Town)，并由香港中旅集团参照招商局开发深圳蛇口的模式，投资开发兴建深圳湾畔的华侨城，使之成为吸引华侨、华人资金、技术、人才的窗口和基地。当时的华侨城是一个华侨农场，是面积不足 5 平方公里的海边荒山荒滩，是一张崭新的“白纸”。时隔 20 多年，现在的华侨城集旅游、酒店、演艺、地产等为一体，已成为集深圳智慧和爆发力的精华之城。

## 失败案例

### 江苏福禄贝尔乐园

江苏吴江福禄贝尔科乐园位于江苏吴江市，占地 1800 亩，台商投资 10 亿美元。由苏州福禄贝尔娱乐开发有限公司投资的福禄贝尔科乐园，于 1993 年起开始筹建。当初，投资人将其定位为“拥有不亚于日本迪斯尼的硬件设施，是东南亚地区最大的高科技动感科技乐园”。1996 年经过三年筹建的“福禄贝尔”闪亮登场，机器人迎宾、激光电影显奇、一个接一个的科技演示区、蜂拥而来的宾客，为它的超越迪斯尼乐园的企业标杆，开了一个不算太差的头。开业后，由于营业成本居高不下，入不敷出，经营每况愈下，游客寥寥无几，开园不到一年就彻底夭折。

### 海南中华民族文化村

海南中华民族文化村座落于五指山市，当时号称要建设我国规模最大的集各民族民居建设、通俗风情、民间艺术于一体的大型民族风情旅游区。但开业仅八个月后因经营状况惨淡，被迫关门停止营业，现在也已基本淡出海南旅游圈。