

上海项目暑期进入人挤人模式

“万人迷”迪士尼乐园：多地争相洽谈国内第三座乐园落地意向

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

随着暑期来临，上海迪士尼乐园也进入了人挤人的排队模式。相关统计数据显示，今年暑期以来，上海迪士尼乐园每日入园人数基本保持在5.5万人以上，高峰期更是突破7万人。以7月15日为例，当天入园人数高达73342人。

值得注意的是，尽管在7年间已经历4次涨价，上海迪士尼乐园暑期单日票价已达799元，但凭借生动鲜活的IP形象、制作精良的游乐项目，前往上海迪士尼乐园的游客仍旧络绎不绝。

涨价难解人流过量问题

今年以来，国内文旅业快速复苏，上海迪士尼乐园热度难挡。

早在6月下旬，姬如雪（化名）便买好了两张上海迪士尼乐园暑期门票。尽管叠加“早鸟折扣”和优惠券，平均票价还是达到650余元。

而就在6月23日，上海迪士尼乐园迎来了开园7年来的第4轮涨价。对比刚开园时，上海迪士尼乐园同级门票价格上涨幅度最高达60%。目前，上海迪士尼乐园一日票基础价格为475元，而暑期大部分时段为高峰日，单日票价更是高达799元。

然而，涨价并未缓解上海迪士尼乐园的人流过量问题。李星云（化名）是一名年卡用户，他告诉记者，从6月份开始，随着高考、中考相继结束，全国高校率先开启“暑假模式”，上海迪士尼乐园

同程旅行7月13日发布的报告指出，主题公园是家长暑期“遛娃”的热门选择。其中，上海迪士尼乐园热度排名第一，紧跟其后的分别是北京环球影城和广州长隆。

另一方面，《中国经营报》记者注意到，在过去3个多月的时间里，国内已有天津、武汉、青岛、长沙和广州等多座一、二线城市与迪士尼传出“绯闻”。一时间，国内第三座迪士尼乐园是否建设、将落子何处也备受关注。

近日，长沙市官方回复表示，长沙市文化旅游广电局一直高度重视优质主题公园项目的招商引资。

进工作，但目前还没有迪士尼乐园落户长沙并投资建设的计划。“将持续加大项目招商工作力度，高度关注并积极协同相关部门与迪士尼项目对接洽谈，争取未来项目落户长沙意向。”

对于众多城市都向迪士尼抛出落户“橄榄枝”的原因，IPG中国首席经济学家柏文喜在接受记者采访时表示，如果能吸引迪士尼乐园这样的国际性主题公园落地，不仅可以在吸引大量游客的同时提升城市知名度和吸引力，同时也可以促进城市旅游业发展，增加就业机会，提升经济效益。

人矿山车的最长等候时间更是分别达到194分钟和163分钟。

“这对于游客体验而言无疑会产生巨大的影响。”姬如雪表示，为了避免陷入无休无止的排队长龙，一入园便购买了尊享卡，排队却已经到了下午4点。“购买的套餐包含飞跃地平线、七个矮人矿山车等8个项目，单人售价1055元。加上门票、吃饭和购买纪念品等开销，一个人在上海迪士尼乐园一天的花费将近2500元。”

在柏文喜看来，今年以来，国内文旅业快速复苏，上海迪士尼乐园热度难挡。作为景区，要应对客流过大带来体验感下降的问题，只有“限流”才是最为直接的方法，建议采取在线预约的方式适当控制入园的游客数量。

上海迪士尼乐园内的各大游乐项目也需要排长队。相关数据显示，7月15日，上海迪士尼乐园四大最热门项目——飞跃地平线、七个矮人矿山车、创极速光轮和雷鸣山漂流当天平均等候时间分别为146分钟、101分钟、97分钟和105分钟。其中，飞跃地平线和七个矮人



今年暑假以来，上海迪士尼乐园热度不断上升，也吸引了多地招商引资推进落地的目光。

本报资料室/图

暑期旅游正当时 西安热门景区受追捧

本报记者 王登海 西安报道

进入7月，暑期旅游市场伴随着炎热的天气一起“火”了，古都西安更是游人如织，部分热门景点出现了一票难求的场面。

“随着学生暑期放假，亲子游、研学游等直接带动旅游市场热度攀

升。”当地导游告诉《中国经营报》记者，今年春节以来，西安的旅游市场就没有出现过淡季，7月份以来，更是达到了空前的热度。

记者观察到，今年以来，西安演艺活动的密集举行和演出市场的蓬勃发展也助推了西安旅游市场的火爆。

暑期旅游持续火爆

从回民街的烟火鼎盛到大唐不夜城的流光溢彩，古城西安在这个暑期人气火爆的旅游市场再次成为各类社交平台的“顶流”，在抖音、小红书等社交媒体上，西安各大旅游景点人山人海的景象是出现频率极高的短视频之一。

“西安的大多数景点，都需要预约门票，热门景点和演出，更是要提前几天预约和购买。”在西安游玩几天后，来自北京的游客郭浩（化名）得出的结论就是在西安游玩，一定要提前预约门票，不少景区的门票需要靠抢，“千万别临到跟前才发现买不到票哦。”

事实上，不少像郭浩一样的外地游客，在西安旅游时开启疯狂抢票模式，“一些热门景区的门票需要定好闹钟，拼手速。”

记者了解到，当前，西安不少景区都采取了分时预约、错峰参观的措施，部分热门景区甚至一票难求。以秦始皇帝陵博物院为例，该景区最大承载量为每日6.5万人，瞬时承载量1.37万人次，游客必须提前预约购票，并且选择入

园时间。

“真是人比俑多，一天几万名游客，参观时人挤人。”西安留给郭浩最深刻的影响就是游客众多。

除了秦始皇帝陵博物院外，记者了解到，陕西历史博物馆、西安博物院、陕西考古博物馆、西安碑林博物馆等众多景区都全面实行分时预约制。

这其中，陕西历史博物馆的门票更是一票难求。近日，记者连续多次登录陕西历史博物馆官方门票预约入口，发现门票都已约满。

近日，记者在西安火车站出站口看到来自浙江、海南、江苏、甘肃等地的多个旅游团，一名地接导游告诉记者，今年春节以来，西安的旅游市场就没有出现过淡季，7月份以来，更是达到了空前的热度。

“随着学生暑期来临，学生、亲子等客群出游需求旺盛，亲子游、研学游等订单数据正明显走高。”该导游表示，研学游也在这个暑期兴盛起来，成为带动暑期旅游热的重要引擎。

文化演出助推

记者观察到，除了大雁塔、明城墙、钟鼓楼、兵马俑等蜚声海内外的名胜古迹是吸引游客前来的流量密码之外，今年以来，西安演艺活动的密集举行和演出市场的蓬勃发展也助推了西安旅游市场的火爆。

6月30日至7月2日，许巍、薛之谦接连3场演唱会在西安奥体中心轮番上演，累计接待观众超8.5万人次，创造西安奥体中心演出活动新纪录。

此外，今年以来，张杰、张信哲、李荣浩、许巍、任贤齐等歌手都在西安举办了个人演唱会，这给西安带来流量的同时也带来了客流，并且这股火热的势头在下半年将越来越旺盛，接下来已经

多举措应对

随着暑期旅游持续升温，西安文旅系统及景区、旅行社等文旅企业紧盯不断攀升的旅游热度，进一步完善景点设施和服务，丰富旅游产品供给，以高质量旅游服务提升西安旅游的美誉度、吸引力。

例如，日前，西安启动了“长安夜·我的夜”第四届夜游嘉年华活动，推出了“夜游、夜演、夜娱、夜憩、夜食、夜购、夜市、夜练、夜读、夜宿”10个业态525个夜游目的地，打造了1条“古都华韵”特别推荐线路和20条区县精品夜游线路。

研学游是今年暑期游的热门

多地抛出落户“橄榄枝”

此前，天津、武汉和青岛等地均传出计划引进迪士尼乐园的消息。

尽管上海迪士尼乐园多次调高票价，但还是交出了沉甸甸的入园人数“成绩单”。

今年4月，上海迪士尼乐园所在的上海国际旅游度假区披露的7周年成绩单显示：度假区开放运营7年来，已累计接待游客逾1.13亿人次，共实现旅游收入超615亿元，创造直接就业岗位1.5万个。

据了解，目前，上海迪士尼乐园还是迪士尼历史上第一个开园首年即实现财务收支平衡的主题公园，也是全球“最赚钱”的迪士尼乐园。

正因如此，良好的游客吸引力和创造旅游收入及就业岗位能力，也让迪士尼乐园成为全国多座城市争取落户的对象。

近日，广州市文旅局针对市民提出的“广州应积极争取迪士尼乐园落户建议”回应称：“迪士尼这类大型项目的落户对城市的旅游业

成长性、新奇感成制胜关键

“主题公园作为重资产项目，能够一直保持成长性非常难得。”

主题公园是迪士尼品牌公司美国华特迪士尼（NYSE: DIS）的重要收入来源。2023财年年度上半度最新财报数据显示，美国华特迪士尼总收入约453.27亿美元，同比增长10.37%。其中，乐园、体验和产品收入约165.12亿美元，同比增长18.91%，占比超过公司总营收的三分之一。

打造各类经典IP，是迪士尼乐园成功的关键因素。商业及战略管理专家卢步云表示，迪士尼乐园拥有米老鼠、唐老鸭等经典卡通形象，不断推出的动画电影也备受欢迎，这些形象深受孩子和成年人的喜爱。而迪士尼乐园正是基于动画来设计的，所以乐园内的设施和景观都非常精致，吸引了大量游客，尤其是家庭和孩子。

记者在采访中了解到，以玲娜贝尔为代表的迪士尼乐园原创IP，也深受游客欢迎。玲娜贝尔所在的达菲系列会在每个季节和春节、

圣诞节等重要节日推出新形象。

由于供不应求，最新系列产品还需要入园游客抽签获得购买资格。

“这些鲜活的IP正是迪士尼乐园最大的财富。”北京社科院研究员王鹏认为，迪士尼乐园将实体乐园与IP形象很好地形成了有机互动，由真人扮演的花车巡游、各类演出让影视剧、动画中的迪士尼形象走进现实，各类文创产品也在不断更新，给消费者带来新奇感。

“同时，主题公园作为重资产项目，能够一直保持成长性非常难得。例如，上海迪士尼乐园在开园后新开放了玩具总动员片区，全新的疯狂动物城片区也计划在今年内正式运营，而疯狂动物城是在2016年才诞生的全新IP，其动画电影在全世界赢得巨大成功。”王鹏进一步说道。

“注重本土化运营，满足不同地区的市场需求，也是迪士尼乐园的内容与产品需要实时更新，不能一直千篇一律。”卢步云告诉记者，比

成项目落户意向，目标选址区域包括蔡甸、黄陂等区，蔡甸区后续会积极关注项目接洽进展，努力向上级部门争取洽谈机会。”然而，上述报道在发布不久后被删除。

无独有偶，6月6日，青岛市文化和旅游局党组书记、局长潘峰在“民生在线”网谈直播间回应“迪士尼要在中国建设第三座迪士尼度假区，有望落户青岛”话题时表示，青岛市文旅局一直高度重视主题公园项目的招商和建设工作，今年就引进迪士尼项目曾与迪士尼公司进行过多次对接。目前，还没有迪士尼公司落户青岛并投资项目的计划。

柏文喜分析认为，迪士尼乐园可以在文化、娱乐和休闲方面提升所入驻城市的形象，强化城市的全国号召力与区域影响力，从而为当地文旅行业的发展创造更好的产业氛围和发展条件。

在日本，迪士尼乐园由日本独资运营，并推出了tsuntsun等众多本土化产品，以迎合当地消费者的喜好。

近年来，中国主题公园市场蓬勃发展。由中国主题公园研究院、华东师范大学工商管理学院休闲研究中心等研究机构联合编写的《2022中国主题公园竞争力评价报告》显示，2021年，中国纳入统计的70家主题公园合计接待游客7548.73万人次，合计营业收入132.57亿元，分别增长11.5%和40.1%。

那么，国内主题公园该如何借鉴迪士尼乐园的成功经验？王鹏分析认为：第一，主题公园需要专业化团队来运营，对运营方有较高的门槛要求；第二，无论是原创还是引进，需要有鲜活的IP与市场和游客保持互动；第三，主题公园的内容与产品需要实时更新，不能一直千篇一律。

消费，进一步推动了西安的演艺产业和旅游经济的发展。

“西安还出台了一系列连续稳健的政策，更大力度布局文化事业的发展，促进文旅融合深度发展。”上述业内人士表示，西安文化演艺事业的蓬勃发展，也是西安前瞻性政策结出的硕果。

记者了解到，早在2017年，西安市就全面启动了建设“音乐之城”，提出打造7大音乐文化街区等一系列举措，将西安数千年历史文化与现代音乐艺术相互融合。近些年，西安强力推进“音乐之城”“书香之城”“博物馆之城”“演艺之城”建设，出台了一系列政策和举措，促进了音乐活动和文艺演出的发展和繁荣。

心、贴心、舒心的旅游环境，西安还开展了暑期旅游市场秩序专项整治活动。

西安市文旅局要求各旅行社“要坚决杜绝‘不合理低价游’”“要坚决杜绝擅自转团拼团问题”“要加强随团导游的管理”，随团导游“要严格落实‘十不准’等相关规定”，各区县、开发区文旅行政主管部门“要落实属地管理责任”，文旅执法机构“要坚持严格执法”，保持对侵害游客合法权益的违法行为“零容忍、严打击”的高压态势，严厉打击旅游市场违法违规行为，做到有诉必应、有案必查、有案必果。