

探寻文旅新质生产力

# 四大国际知名IP齐聚“乐园矩阵”撬动上海千亿级文旅市场

中经记者 郭阳琛 石英婧 上海报道

随着暑期旅游旺季的到来,国内各大景区和主题乐园也进入了“引弓待发”的冲刺状态。

6月20日,全球第11座、中国首座乐高乐园——上海乐高乐园度假区(以下简称“上海乐高乐园”)开启公众试运营,正式进入开园倒计时阶段。全球首发的“乐高飞车”对游客开放,吸引了全国各地约7000名游客前来打卡。

《中国经营报》记者在采访中了解到,上海乐高乐园位于上海市金山区,已于5月31日开始内测,并将于7月5日正式开园迎客。根据官方预测,上海乐高乐园年客流量将达240万人次。

大力招引主题公园,正成为上海市建设世界著名旅游城市的关键一招。据上海市文化和旅游局

## 主题乐园引流“秘诀”

不断推出新产品,创造新体验是上海迪士尼乐园的引流“秘诀”。

与上海乐高乐园相距近90公里的上海迪士尼乐园,是最受国内游客欢迎的主题乐园之一。

2025年5月19日,在中国旅游日当天,上海迪士尼乐园的全新蜘蛛侠主题园区破土动工。该园区毗邻“疯狂动物城”,将规划建设乐园内首个大型漫威主题景点——以蜘蛛侠为主题的高速过山车项目。此外,第三家主题酒店也在紧锣密鼓建设中。

不断推出新产品,创造新体验是上海迪士尼乐园的引流“秘诀”。记者从上海迪士尼乐园方面了解到,6月27日,全新的沉浸式展览——“皮克斯奇旅”在上海迪士尼乐园“明日世界”主题园区呈现,这也是国内首个皮克斯故事沉浸式互动展。

上海市对主题公园的“引力”不止于此。据悉,2027年,位于上海市崇明区的小猪佩奇户外主题乐园和闵行区的“哈利·波特制片厂之旅”都将开业。届时,上海市将集聚迪士尼、乐高、小猪佩奇和哈利·波特四大国际IP。

据锦江国际集团相关负责人介

统计数据,2024年,上海市共接待国内游客3.9亿人次、入境游客670.59万人次,实现旅游总收入5761亿元,均创下历史新高。《全面推动上海旅游业高质量发展三年行动计划(2025—2027年)》强调,要建设世界级旅游地标,推动世界级主题公园矩阵提质升级。

当前,锦江乐园正在改造升级为“哈利·波特制片厂之旅”,小猪佩奇户外主题乐园也在加快建设,上海迪士尼乐园则刚迎来开业9周年。再加上即将开园的上海乐高乐园,四大国际知名IP将在上海市形成一个不规则四边形的“乐园矩阵”。

上海乐高乐园相关负责人在接受记者采访时表示,期待上海乐高乐园可以吸引更多的国内外游客,为金山区文旅发展带来协同效应,推动地方文旅产业实现更高质量、更高水平发展。

## 主题乐园引流“秘诀”

不断推出新产品,创造新体验是上海迪士尼乐园的引流“秘诀”。

与上海乐高乐园相距近90公里的上海迪士尼乐园,是最受国内游客欢迎的主题乐园之一。

2025年5月19日,在中国旅游日当天,上海迪士尼乐园的全新蜘蛛侠主题园区破土动工。该园区毗邻“疯狂动物城”,将规划建设乐园内首个大型漫威主题景点——以蜘蛛侠为主题的高速过山车项目。此外,第三家主题酒店也在紧锣密鼓建设中。不断推出新产品,创造新体验是上海迪士尼乐园的引流“秘诀”。记者从上海迪士尼乐园方面了解到,6月27日,全新的沉浸式展览——“皮克斯奇旅”在上海迪士尼乐园“明日世界”主题园区呈现,这也是国内首个皮克斯故事沉浸式互动展。

上海市对主题公园的“引力”不止于此。据悉,2027年,位于上海市崇明区的小猪佩奇户外主题乐园和闵行区的“哈利·波特制片厂之旅”都将开业。届时,上海市将集聚迪士尼、乐高、小猪佩奇和哈利·波特四大国际IP。据锦江国际集团相关负责人介

## 市场混战一触即发

除了迪士尼、乐高、小猪佩奇和哈利·波特四大国际IP,国内本土主题公园的声势也愈发浩大。

一片用乐高积木还原的城市景观、历史地标和自然奇观,借助动态灯光、沉浸音效、互动游乐区和故事场景,打造出栩栩如生的乐高创想世界。这便是上海乐高乐园中心位置的核心景点——迷你天地。

“虽然很期待,但上海乐高乐园并没有想象中火爆。之前,北京环球影城开业前的体验票被炒到5000多元,现在二手平台上海乐高乐园的试运营票仅为800元左右。”来自北京市的“乐高迷”张科(化名)表示。

记者梳理发现,上海乐高乐园虽是亚洲规模最大、全球开园规模最大的乐高乐园,但其占地面积仅为31.8万平方米。相较之下,上海迪士尼乐园度假区一期开园时的占地面积约390万平方米,北京环球影城度假区一期占地面积也达到约160万平方米。

事实上,上海乐高乐园的票价并不低。据悉,上海乐高乐园单日成人票319元起。2025年暑假,绝大部分时间为高峰期,票价达549元,同期日本、韩国、马来西亚乐高乐园的票价分别为328元、250元(买一送一)、286元。

张科表示,在暑期最高峰时段,北京环球影城的单日成人票为

## 经济“乘数效应”凸显

主题公园每1元的经营收入可以带动城市3.8元的经济收入,进而带来6至15元的上下游产业链收入。

中国主题公园研究院此前发布的《2024中国主题公园竞争力评价报告》分析称,随着交通基础设施进一步完善,主题公园将不再是单一的目的地,而是与周边的自然景区、文化遗址、度假村等形成综合性的旅游区域。“这样的区域联动发展,不仅增加了主题公园的吸引力,还促进了地方经济的协同发展。”

5月29日,在2025年金山区



上海乐高乐园已开始内测,将于7月5日正式开园迎客。

郭阳琛/摄影

643元,上海迪士尼乐园则为719元。但现在这两项目都有不少的促销活动,算上折扣只比上海乐高乐园贵100元左右。“而且上海乐高乐园地处远郊的金山区,交通和时间成本较高,因而缺乏性价比。”

对此,上海乐高乐园相关负责人向记者回应称,门票定价基于深入调研、审慎分析和科学计算。同时,公司也与诸多业内专家、上海市本地监管单位等进行了咨询和讨论。

## 经济“乘数效应”凸显

主题公园每1元的经营收入可以带动城市3.8元的经济收入,进而带来6至15元的上下游产业链收入。

发展情况通报会上,上海市金山区文旅局局长王民民表示,金山区正加大上海乐高乐园周边住宿配套的建设力度,预计到2025年10月,周边可供游客入住的床位数将超5200个,其中中高端床位数超3600个。

上述上海乐高乐园负责人也表示,为更好满足游客的消费需求,上海乐高乐园将来还会与金山区本地酒店合作推出“酒店+门票”

上海主题公园市场混战一触即发。除了迪士尼、乐高、小猪佩奇和哈利·波特四大国际IP,国内本土主题公园的声势也愈发浩大。5月31日,上海耀雪冰雪世界新业态——水世界正式开业;上海海昌海洋公园二期也将于2026年面世。

上述上海乐高乐园负责人表示,一方面,面对市场竞争,乐高品牌奠定了坚实的基础;另一方面,上海乐高乐园有自己的独特

## 经济“乘数效应”凸显

主题公园每1元的经营收入可以带动城市3.8元的经济收入,进而带来6至15元的上下游产业链收入。

组合,积极推动“乐园+”消费升级。值得一提的是,上海乐高乐园每天的开园时间是上午10点,还有大量夜间的旅游需求可供开发和填补。据王民民介绍,金山区正推动各旅游景区开发夜间配套产品、亲子娱乐产品。

“主题公园对地方交通、餐饮、酒店、零售、文化品牌、城市影响力等的提升都有重要作用。”林焕杰告诉记者,主题公园每1元的

定位,是中国首个专为2—12岁亲子家庭打造的综合度假区。

“中国人口众多,是世界第二大主题乐园市场。到2027年,中国主题公园市场规模预计突破500亿元。综合来看,这是一个足够大的市场。长三角地区是中国人口规模最大、旅游消费水平最高的区域市场,亲子旅游的需求很大,并且这些家庭也需要更高质量的产品和服务。”上述上海乐高乐园负责人阐释道。

## 经济“乘数效应”凸显

主题公园每1元的经营收入可以带动城市3.8元的经济收入,进而带来6至15元的上下游产业链收入。

经营收入可以带动城市3.8元的经济收入,进而带来6至15元的上下游产业链收入。“上海乐高乐园将为金山区带来全新的城市气息。”上海乐高乐园有限公司总经理陈洁认为,金山区可以分步实施上海乐高乐园二期、三期以及周边项目的开发,将单一园区升级为多个IP主题乐园矩阵,成为能够让游客停留2—3天的旅游目的地。

# 陕西旅游三闯A股 半数募资额将投向泰山项目

中经记者 王登海 卢志坤 西安报道

在经历两次IPO折戟后,陕西旅游文化产业股份有限公司(以下简称“陕西旅游”)再次向A股发起冲击。日前,上海证券交易所正式受理了陕西旅游的主板IPO申请,这标志着这家西北文旅龙头企业第三次向A股市场发起冲锋。

## 再谋上市

陕西旅游前身为陕西省旅游建筑规划设计所,历经事业单位改制,其间不断进行资本注入与业务整合,又经集团化重组等一系列复杂历程,最终在2017年完成蜕变,正式更名为陕西旅游文化产业股份有限公司,同年成功在全国中小企业股份转让系统(新三板)挂牌公开转让,自此成为陕旅集团资本化运作的核心平台。

从股权结构来看,陕西旅游的控股股东为陕旅集团,其直接

《中国经营报》记者注意到,陕西旅游此次谋求上市,业绩表现出现了明显的回暖。公司2023年营业收入达到了10.71亿元,2024年增至12.45亿元;净利润更是从2022年亏7441万元攀升至2024年的5.03亿元。在业绩增长的背后,陕西旅游核心演艺项目《长恨歌》的贡献尤甚。2022年、2023年、2024

## 再谋上市

持有公司47.59%的股份,并通过陕旅股份间接控制公司6.69%的股份,实际控制人则是陕西省国资委。日前,上海证券交易所正式受理陕西旅游的主板IPO申请。这已是这家西北文旅行业龙头企业第三次向A股发起冲击。早在2017年于新三板挂牌后,当年7月,陕西旅游便向陕西证监局报送了上市辅导备案材料,接受华菁证券有限公司的上市辅导,但之后没有

## 《长恨歌》“独舞”

陕西旅游的营业收入主要由四大板块构成,分别为旅游索道、客运道路、旅游演艺以及旅游餐饮。在这其中,旅游演艺业务是公司最为关键的核心收入来源。

从2022年至2024年,旅游演艺业务的收入分别为0.83亿元、6.02亿元和7.39亿元,占总营收的比重也从37.54%持续攀升至59.74%。而这一增长几乎由《长恨歌》拉动。

数据显示,在2022—2024年期间,《长恨歌》分别为公司贡献了

年,《长恨歌》分别为公司贡献了7641.06万元、54157.80万元、68081.19万元的收入,占公司总营收比例依次为34.72%、50.88%、55.07%。

记者了解到,陕西旅游计划将15.55亿元募资的近半数(7.29亿元)重押其千里之外的泰山秀城二期建设。

## 再谋上市

更大进展。2020年12月,陕西旅游首次向中国证监会提交了首次公开发行股票并在上海证券交易所上市的申请,并于12月22日获得正式受理。然而,由于信永中和会计师事务所和北京市金杜律师事务所被证监会立案调查,审查一度中止。2022年4月,陕西旅游审查恢复,但因业绩及自身经营规划等综合考虑,同年7月申请撤回上市申请,终止审核。

## 《长恨歌》“独舞”

此外,陕西旅游主打演艺项目《长恨歌》已运营多年,尽管公司通过冬季版更新、舞台技术升级和演员梯队建设等多种方式实现了产品的创新,但长期运营所积累的市场期望与品牌定位也可能限制其持续创新。公司在招股书中也明确指出其存在“观众审美疲劳和市場吸引力下降的潜在风险”。

而另一方面,近年来,演艺市场竞争愈发激烈。国内旅游演艺市场呈现多元化态势。在陕西省内,演

对此,记者多次致电陕西旅游信息披露事务负责人,电话均无人接听,也向公司邮箱发采访函,截至发稿也未收到回复。此外,记者联系到陕西旅游办公室工作人员,其要求用传真的方式将采访函发送至办公室,但记者按照要求发送采访函后,依旧未能收到任何回复。

## 再谋上市

此次冲刺主板,陕西旅游整体的经营业绩明显好转。数据显示,2022年时,陕西旅游全年营业收入为2.24亿元,归属于母公司净利润为净亏损7440万元。而2023年,随着国内旅游市场全面回暖,陕西旅游实现营业收入10.71亿元,同比激增378.51%,净利润4.18亿元,成功扭亏为盈;2024年,陕西旅游的营业收入进一步增至12.45亿元,同比增长16.18%,归属净利润也同比增加20.26%至5.03亿元。

## 《长恨歌》“独舞”

艺项目更是密集布局,仅西安就有《驼铃传奇》《西安千古情》《无界·长安》《梦回大唐》等众多同类项目,而这些竞品持续分流客源。

数据显示,2024年,西安游客量高达3.06亿人次,但陕西旅游演艺的观演人次仅有249万,渗透率不足0.8%。值得注意的是,《长恨歌》演出场地依托华清宫景区,但公司仅享有场地使用权至2034年8月,且未支付租金。协议到期后若无法续约或场地条件变更,将直接冲击核心业务稳定性。



《长恨歌》演出现场。

王登海/摄影

## 重押泰山项目

记者了解到,此次IPO拟募资15.55亿元,募集资金投入项目包括收购太华索道股权项目、收购瑶光阁股权项目、收购少华山旅游索道项目、泰山秀城(二期)建设项目、少华山南线索道项目、太华索道游客中心项目和太华索道服务中心项目。其中最受重视的当数泰山秀城二期项目,该项目计划投入7.29亿元,占募资总额的47%,近乎将半数募集资金押注于此。

事实上,这并非陕西旅游首次对泰山秀城项目寄予厚望。早在2020年谋求上市时,陕西旅游就曾规划募资8.5亿元,其中3亿元用于陕西少华山国家森林公园索道增容(南线索道)项目,而剩余的5.5亿元则全部倾注于陕旅泰山秀城演艺中心(一期)项目。如今时隔五年,陕西旅游再次申请上市,

公司仍将募投重心押注在泰山秀城项目。

泰山秀城一期自2021年9月运营以来,2022—2024年主营业务收入为178.86万元、261.10万元、407.70万元;项目实施主体泰安文旅同期净利润分别为-1153.02万元、-2155.41万元、-2484.91万元。

在招股书中,陕西旅游表示,泰山秀城(二期)项目系公司为了拓展新的业务模式,由公司子公司泰安文旅持有51%股权、财金实业持有49%股权,共同组建合资公司陕旅(泰安)文化演艺有限公司,拟于泰安市打造演艺中心。项目拟以泰山景区新建游客集散中心为基础,结合当地文化,建设一座包含文化演艺和休闲娱乐两大方面的文化演艺中心。该项目总投资83411.32万元。