

## 优质主题乐园人满为患,部分中小乐园人迹罕至 中国主题乐园路在何方?

◎ 本报记者 王露 罗园

### 一线调查

#### 现状

游客对优质主题乐园的热情并未消退,而是呈现出从传统游乐模式向多元化、个性化、科技化体验转变的显著特征

#### 问题

优质供给不足,低端供给过剩,大量中小乐园因缺乏核心竞争力,陷入价格战的恶性竞争

#### 未来

中小乐园可以走“小而精”的路线,摆脱简单模仿,积极探索富有文化内涵的创意和创新路径

近年来,我国本土特色主题乐园迎来爆发式增长,从一线城市到二三线城市,主题乐园如雨后春笋般涌现,成为城市文化旅游的新名片,既丰富了人们的休闲娱乐生活,也有效带动了地方经济发展。

今年国庆中秋假期,北京环球度假区“哈利·波特魔法世界”热门项目排队时长突破3小时,上海迪士尼全新开放的“疯狂动物城”园区日均客流量超2万人次。与此同时,江西九江大千世界梦幻乐园却因破产拍卖无人出价而流拍,武汉“世茂嘉年华”项目搁置多年后,仅剩钢筋水泥的框架沦为烂尾工程。

一边是人满为患的流量狂欢,一边是人迹罕至的生存危机,中国主题乐园究竟是总量过剩还是结构失衡?当前市场的真实需求如何?记者展开了深入调查。

#### 看现状

需求升级,消费偏好从“有得玩”到“玩得好”

10月8日,国庆假期最后一天,成都

市民陈先生带着3岁女儿走进海合安成都极地海洋公园。“以前来只是看鱼,这次有天女梦幻飞天秀、水下嫦娥奔月秀。在西南地区首个奶龙IP主题游乐区,我们像是被奶龙大军包围,孩子特别开心。”陈先生表示,正是这些融合中华优秀传统文化与亲子需求的配套活动,让他愿意“二次消费”。

与陈先生选择“错峰本地游”不同,成都市民向女士则在国庆前带着2岁孩子奔赴上海,打卡迪士尼乐园与上海海昌海洋公园。“即便避开了长假,迪士尼热门项目还是排了1个多小时,但看到孩子对着米老鼠笑的样子,觉得值。”向女士表示,自己童年的“童话梦”与孩子的欢乐体验叠加,让她计划等孩子长大些再去“二刷”。

国庆中秋假期结束后,来自浙江的游客徐女士依然时不时翻出手机相册里的照片,回味成都融创乐园“三国千灯夜”的浪漫之夜。夜幕降临,游客们齐放孔明灯气球点亮夜空。与此同时,非遗打铁花、非遗药发木偶秀、滚灯鱼灯舞、吐火绝技轮番上演,让徐女士玩到尽兴。

记者调查发现,从市场整体数据来看,游客对优质主题乐园的热情并未消退,反而呈现出“需求升级”的显著特征。游客不再满足于“过山车+旋转木马”的传统游乐模式和观光打卡,而是向“多元化、个性化、科技化”的深度体验转变。

#### 看问题

#### 优质供给不足,同质化竞争陷入恶性循环

既然市场需求仍在,为何大量中小主题乐园会陷入“破产”“烂尾”的困境?多位业内人士及专家指出,核心问题并非总量过剩,而是结构失衡。优质供给不足,低端供给过剩,大量中小乐园因缺乏核心竞争力,陷入“同质化竞争—客流下滑—盈利困难”的恶性循环。

记者在走访中发现,国内主题乐园的经营情况呈金字塔形分布,塔尖是迪士尼、环球影城这样的国际知名品牌,以及长隆、方特等头部本土品牌。它们凭借强大的品牌影响力和优质的产品服务,吸引了大量游客,盈利能力较强。塔身是一些区域知名品牌,它们在当地有一定的市场份额,但在全国范围内的知名度和影响力相对有限,经营状况参差不齐。塔基则是大量的中小型主题乐园,它们缺乏独特定位和核心竞争

力,同质化严重,经营困难。

在西南交通大学经济管理学院教授蒋玉石看来,这些中小乐园普遍存在“三重困境”:一是缺乏鲜明主题,互相模仿导致“千园一面”;二是投资结构失衡,重设备投入轻内容建设;三是运营能力不足,难以提供持续更新的游玩体验。其结果就是陷入价格战的恶性竞争,进一步压缩利润空间,形成难以挣脱的负循环。

#### 看未来

#### 立足自身优势,以文化赋能构筑发展根基

面对“结构性过剩”的困境,主题乐园该如何破局?

国庆中秋假期,上海海昌海洋公园凭借

亲、花魁游街、川剧变脸……成都融创推出百场三国演义互动,从文戏到武戏,遍布园区的NPC带游客走进“三国片场”。

文化和旅游部文化艺术发展中心艺术总监、中国主题公园研究院名誉院长郭洪钧指出,面对国际品牌的激烈竞争,中国本土主题公园正逐步摆脱简单模仿,积极探索富有文化内涵的创意和创新路径,通过讲好中国故事,实现从量变到质变的跨越。

蒋玉石认为:“中小乐园不必追求‘大而全’,可以走‘小而精’的路线。比如依托本地的非遗、民俗资源,打造‘非遗主题公园’‘乡村民俗乐园’,通过差异化避开与头部品牌的直接竞争。关键是要记住:游客买的不是‘游乐设施’,而是‘体验与回忆’。”他强调,主题乐园行业以健康有序作为发



上海迪士尼。宋强 摄

一系列深度融合中华优秀传统文化、爱国主义与海洋特色的创新演艺活动,以及全天候近200场演出及互动游戏,打造“沪上最长节目单”,实现客流与营收的双重丰收。国家海洋博物馆推出《哪吒闹海》水下表演与海风音乐会,3天接待游客4.2万人次。济南方特推出“国风盛典”大型主题活动,《化蝶传说》《牛郎织女》《女娲传奇》等主题项目通过高科技手段全新演绎,为古老传说增添奇幻色彩。貂蝉斗舞、比武招

展准则,积极融入中华优秀传统文化、乡村、工业、教育、体育等元素,推动投资、建设、运营水平不断提升。

中国游艺机游乐园协会会长姚军建议:“主题公园的发展要坚持文化赋能,讲好中国故事;坚持创新驱动,拥抱科技浪潮;坚持提质增效,优化运营管理;坚守安全底线,提升安全水平。让主题公园不仅成为欢乐的创造者,更成为文化的传承者、科技的引领者、新业态的培育者。”

### 热点观察

## 大学食堂卖999元帝王蟹引争议

据上游新闻报道,近日,多位网友发帖爆料称,南京大学食堂此前推出“你来点菜我来做”活动时,曾有学生留言希望吃到帝王蟹。11月1日,该校仙林校区有食堂以999元单只的价格上架这款高端海鲜并面向学生售卖。对此,11月3日,南京大学相关食堂负责人澄清表示,帝王蟹实为该食堂新开海鲜档口的常规菜品,并非因学生留言特设,其价格也低于市场价。消息一出引发广泛热议,有学生为学校点赞,也有网友质疑,高校食堂提供这种高价菜品是否合适。

11月4日,南京大学后勤服务集团回应称,已对现有菜式供应进行调整,确保菜式更加丰富多元、实惠亲民,提供更加物美价廉的餐食和更加优质的服务。

#### 甲方

#### 多元服务满足师生个性化需求

◎ 本报特约评论员 孔德淇

南京大学食堂这场争议背后,是高校后勤服务从满足基本需求向适配多元诉求的转型,更折射出一个值得深思的命题:高校服务如何在坚守公益底色的同时,回应学生多样化、个性化需求?这道“平衡题”,考验着高校的服务智慧与责任担当。

公益属性是高校食堂的立身之本,这一底线不容动摇。多年来,“平价、卫生、营养”始终是高校食堂的核心标配,一元菜、免费汤、补贴餐等暖心举措,成为无数学生的校园记忆。南京大学的探索并未偏离这一核心:多个食堂并行运营,仅一家食堂设海鲜档口,绝大多数食堂仍以平价家常菜为主,菜品适配多数学生消费能力,同时又回应了部分学生的个性化需求,彰显了服务的灵活性与温度。

教育的温度不仅体现在课堂上的谆谆教诲,更藏在食堂的一餐一饭、服务的一点一滴

中,藏在对每个学生需求的尊重与回应里。从各地特色菜到少数民族风味,从智能点餐系统到主题档口,高校食堂的每一次迭代,都是对学生需求的精准回应。南京大学开设海鲜档口,引入帝王蟹等高端菜品,本质上也是后勤服务从被动供给向主动服务的转变,让校园生活更具烟火气,也让学生在潜移默化中感受到被尊重、被重视。

当然,高校后勤服务的多元探索,不能止步于菜品创新,更重要的是建立常态化的沟通机制,让学生的需求能及时传递,让服务的调整能精准落地。比如,坚持公开透明原则,将菜品定价、食材来源、补贴情况等主动公示,接受师生监督;始终把安全放在首位,无论是平价菜还是高端食材,都要严把质量关,让学生吃得放心。唯有如此,才能让多元探索不走偏、不变味,真正惠及全体学生。

#### 观点碰撞

#### 高校食堂里不应有帝王蟹的贵气

◎ 本报特约评论员 刘少华

高校食堂不同于社会上的商业餐厅,其公益属性不可忽视。高校食堂旨在为师生提供基本的生活保障,如果过度追求高端化、商业化,推出高价菜品,可能会偏离其公益定位,加重师生的经济负担。同时,高校食堂的主要功能是服务广大师生,而非追求利润最大化。过度关注高端菜品,可能会忽视对普通菜品的质量提升和供应保障,影响大多数师生的用餐体验。

随着校园与社会互动的加深,一些高校食堂在经营压力或“多元化”名义下,试图引入高端餐饮作为突破。然而,这种尝试忽略了高校群体的特殊性。绝大多数学生尚无独立经济能力,教师群体的消费也主要以务实为主。当食堂窗口出现相当于许多学生一周甚至一个月生活费的菜品时,它不仅是一种经济上的排挤,更构成了一种文化上的疏离。

南京大学食堂在事件发生后迅速调整菜品,强调“实惠亲民”的定位,这是必要的纠偏。它表明高校后勤服务部门能够及时回应社会关切,坚守食堂的公益初心。

当然,强调食堂的普惠性,并非否定师生合理的多元需求,但满足需求的方式可以更加智慧。高校食堂可以在保持基本菜品实惠、稳定的基础上,适当引入一些特色菜品,以满足部分师生的特殊需求。但这些特色菜品的供应量不宜过大,价格也应合理设置,避免对食堂的整体价格体系造成冲击。同时,高校食堂应加强对菜品的质量管理和成本控制,确保每一分钱都花在刀刃上,让师生吃得放心、吃得实惠。

高校食堂的定位是公益属性与多元需求的有机结合。满足师生多元需求的前提是必须坚守公益初心,确保食堂的菜品价格实惠、质量可靠。

#### 乙方

#### 今日看点

#### 烤肉店用玉米做燃料 浪费还是助农?

近期,山东烟台一家烤肉店用玉米做燃料的新闻引发社会关注,消费者质疑其存在粮食浪费问题,缺乏对粮食的敬畏之心;店家则称,所用玉米是“陈化粮”,也就是不能食用的库存玉米。10月21日,当地市场监管部门介入调查后表示,已劝导该店家停止使用玉米做燃料,并下架相关宣传视频。这场围绕“玉米燃料”的争议,折射出粮食安全与资源利用的深层矛盾。当滞销农产品遇到能源需求,如何平衡“物尽其用”与“杜绝浪费”的伦理边界?