

上海迪士尼樂園尚未登場，主題公園大戰已經率先揭幕。本月，內地首家樂高探索中心先聲奪人在滬試營業，明年起，更將有極地海洋公園、法國達高炫樂園、冰雪世界等10多家主題樂園項目搶灘上海。有觀點指，早前上海一直在努力打造「世界著名旅遊城市」，卻苦於無甚「殺手鐮」，在旅遊界的「江湖地位」頗為尷尬，此番倒可能藉此契機「鹹魚翻身」，從「觀光型城市」升級為「休閒度假城市」，甚至與東京、香港、倫敦和巴黎媲美，躋身「超級國際旅遊城市」之列。 ■香港文匯報記者 章蘿蘭 上海報道

上海迪士尼
元年系列 二之二



小朋友在上海樂高探索中心互動體驗。
記者 章蘿蘭 攝



樂園搶灘 錢景樂觀

滬藉機提振旅業 有望躋身「超級國際旅遊城市」

長風景畔廣場門口的巨型長頸鹿樂高積木。
記者章蘿蘭 攝



上周(4月7日)，由全球家庭娛樂巨頭、英國默林娛樂集團打造的上海樂高探索中心在上海揭幕，這是中國首家樂高探索中心，在全球範圍內則是第14家，此前的13家樂高探索中心主要分佈在歐美及日本。未來樂高還將以每年新增1至2家室內樂園的速度，在華擴張該業態。另外，樂高還會在中國一線城市拿地，自建樂高室外大型主題公園，面積大約是迪士尼樂園的五分之一。

迪園周邊添三主題公園

距迪士尼樂園不足半小時車程的浦東臨港新城，更將新建多達三家主題公園。其中，上海海昌極地海洋公園計劃於明年完工，包含12個展示場館、4個大型海洋動物互動體驗項目、3個特效影院以及15項大中型遊樂設備，建成後將成為全球數量最多的極地海洋動物種群展示樂園，屆時「北極之王」北極熊和「南極精靈」帝企鵝也將隆重亮相。極地海洋公園位於浦東臨港新城的滴水湖畔，每年有望吸引遊客600萬人次。

曾打造藍精靈、加菲貓、丁丁歷險記等知名動漫人物的歐洲動漫大鱷法國達高，亦不願錯失良機，欲在上海分一杯羹。達高炫樂園包括40,000平方米

的室外親子遊樂場，20,000平方米的室內大型遊樂場，以及擁有200個房間的兒童主題酒店。巧合的是，達高炫樂園同樣選址臨港新城，幾乎與海昌極地海洋公園相鄰，也計劃在明年建成，這是達高首度進軍中國市場。

世界最大的綜合性室內冰雪旅遊度假項目「冰雪世界」英雄所見略同，同樣在臨港新城安營紮寨，與極地海洋世界一路之隔。佔地面積107,000平方米的「冰雪世界」，以滑雪度假為特色，除了冰雪主題樂園，還將擁有奧運會級別的滑雪場、世界最大的專業滑雪坡、冰上劇場，以及一個全冰酒店。「冰雪世界」計劃於今年動工，2019年對公眾開放。

實體商業迎「黃金機遇」

上海早前提出要在世博會舉辦之日的2010年，建成「世界著名旅遊城市」，後無奈將目標延後，又稱要在2015年「初步建成世界著名旅遊城市」。今次旅遊業「十三五」規劃依然鏗而不捨，重提舊話，可見「世界著名旅遊城市」非觸手可及，更無法朝夕而成。事實上，上海在旅遊界的「江湖地位」，甚至不及內地二三線城市。

不過，「樂園經濟」或給上海帶來新氣象。第一太平戴維斯上海副董事長、中國商舖及零售服務部主管朱兆榮對本報指出，長久以來，上海一直以發達的商務貿易著稱，如今，隨着「迪士尼」等國際大型主題公園的相繼落地，旅遊業也將闊步前行，有望躋身「超級國際旅遊城市」，隨之而來的強勁的遊客資源，則將掀起又一輪實體商業的「黃金機遇」。



長三角業者：與迪園互補發展

除了上海，長三角其他城市亦將主題公園視為重要的旅遊資源，儘管此地早已主題公園扎堆。迪園揭幕後，長三角其他樂園會否面臨生存危機？對此，有主題公園管理層在接受內地媒體採訪時稱，與迪士尼並不一定競爭關係，大家可以差異化發展，或許互補大過衝擊。亦有業內人士憧憬，迪士尼可以提升整個華東地區旅遊業的輻射範圍。

今年初，由浙江山水文園集團斥資超過300億元(人民幣，下同，約合360億港元)，與美國六旗集團合作打造的山水六旗國際度假區項目正式開工，計劃於2019年建成開園。總部設於美國紐約市的六旗集團，與迪士尼並稱世界兩大超級主題公園品牌，目前旗下管理着30家主題公園和水上樂園。

位於韓國的樂天世界，曾是《天國的階梯》、《浪漫滿屋》等眾多韓劇的取景地。全球最大的室內主題公園——韓國樂天主題公園據稱要落戶江蘇南京。由世茂集團和美國夢工廠公司聯合打造的夢工廠動漫主題公園，也已選址南京江寧。此外，江蘇鎮江「大白鯨奇幻海洋世界」項目日前也舉行開工儀式，項目方稱其為內地首家「第五代海洋公園」。再加上長三角已建成的常州恐龍園、蕪湖方特世界、蘇州樂園、安吉Hello Kitty主題公園等，樂園經濟着實如火如荼。

擴張快應警惕市場飽和

在亞洲，中國內地是各式主題公園擴張最快的地區，飽和與否雖然未有定論，但不可否認的是，主題公園並非都是搖錢樹。根據《2015年中國主題公園行業發展現狀分析》報告，近10年來湧現的本土主題公園中，已倒閉的約佔80%，給內地旅遊業造成經濟損失高達3,000億元(約合3,601億港元)。

應添商業配套 轉型休閒度假

專家解讀

在第一太平戴維斯上海副董事長、中國商舖及零售服務部主管朱兆榮看來，但凡國際化大都市，都離不開發達的旅遊業，如日本東京、大阪，中國香港、英國倫敦和法國巴黎等，它們不僅是金融貿易的核心地，旅遊業也發展得蓬勃興旺。回看上海，過去的幾十年間，雖然飛速發展，榮登中國「四個中心」的寶鼎，但旅遊業發展卻相對滯後。

他直言，儘管上海旅遊資源豐富，每年前往上海觀光的遊客絡繹不絕，但旅遊商業配套卻十分匱乏，缺乏特色，始終無法從「觀光型城市」升級為真正的「休閒度假城市」，「兩者最大區別在於回頭客數量，以觀光為目的的往往是一次性的，而以旅遊休閒為目的，往往是多次往返，甚至是一年內的多往返，迪士尼、冰雪世界等落地，正是最好的契機。」

傳統景點有望升級品牌

其中，實體商業毫無疑問將是最先受益的行業。朱兆榮表示，遊客資源形成的消費力非常強勁，且源源不斷，持續性強，繼而可推動實體經濟的發展，上海的實體商業將迎來「黃金機遇」，以2016年為起點，未來上海一些實體商

業的客流、消費額都將顯著上漲，繼而提升商場租金。他看好南京東路、外灘、新天地、小陸家嘴等別具風貌的傳統景點區域，尤其是南京東路，隨着旅客流量和質量的雙重提升，有望迎來品牌升級和改造的重大機遇。

第一太平戴維斯提供的數據顯示，香港迪士尼於2005年9月開園，同年香港優質購物中心及街舖租金分別同比大幅上漲23.6%及10.2%。2014年，香港迪士尼入場人次達750萬，業務收入約54.7億港元，約佔全年香港零售總額1.1%。據此，以上海萬億規模的零售市場計算，迪士尼有望拉動上海全市消費額增長至少110億元(約合132億港元)。

反觀上海自身，亦是有先例可循。六年前，世博會在上海舉辦，上海核心商舖租金同比增長6%。雖然漲幅並不驚人，但同年在小陸家嘴、豫園、淮海中路、新天地等主要商園均有項目開業，零售物業市場呈供需兩旺態勢。據指，世博會對上海GDP的貢獻值達5%，受其影響，第三產業在上海的GDP比重上升至60%，創下新高。

另外，受困於電子商務的實體商業，亦可借此破題。朱兆榮提到，過去幾年，實體商業經歷了中國經濟放緩、電商衝擊、供應過剩等問題，可謂「腹背受敵」，若主題公園能夠吸引更多遊客流動，他們的消費能力將成為實體商業巨大的發動「引擎」，同時又可與電商形成錯位發展。



朱兆榮表示，南京東路、外灘有望迎來品牌升級的重大機遇。 資料圖片



川沙主打古鎮遊，中市街、南市街、西市街、北市街4條老街修繕如舊。
記者章蘿蘭 攝



由於目前尚未得到迪園照拂，川沙中市街上店舖的生意還頗為清冷。
記者章蘿蘭 攝

三億改造老街 川沙主打「古鎮遊」

有「迪士尼後花園」之稱的川沙古鎮，就地豪擲人民幣3億元(約合3.6億港元)，完成中市街、南市街、西市街、北市街4條老街改造，重現國營工農飯店、老式修面絕活、零拷雪花膏等明清風格景色。另一處知名地標是百年江南大院「內史第」，這座曾經居住過「宋氏三姐妹」、黃炎培、胡適等諸多名人的官宦宅第，幾年前已完成修繕，免費向公眾開放。據預測，迪士尼開園，每年將為川沙帶來1,000萬客流量。

記者在一個陽光明媚的周六下午來到中市街，行人稀稀落落，多數或僅是路人而已，不會在任何一家店舖前駐足。由於目前尚未得到迪園照拂，生意還頗為清冷。走進一間咖啡店，僅有寥寥幾桌客人。老闆說，兩年前以7萬元/年的價格，租下這間上下兩層的店舖，租金確實不算貴，但生意也不好做，現在每個月都要虧一兩萬元，不過算是提前佈局，但願迪園揭幕後，有旅行團或散客光顧。老闆顯然對迪園「錢景」感到樂觀，他透露，剛剛與朋友在老街上合開了另一間店舖，售賣中國傳統小吃。