

# 迪園吸客 滬旅業勁賺4000億

## 全市客流量飆升 提高城市影響力



### 上海迪士尼開園1周年

上海迪士尼明日(6月16日)迎來開業一周年,樂園不僅吸引超過1,000萬名遊客入場,交出漂亮客流業績,上海整體旅遊業亦明顯提升。官方數據顯示,2016年赴滬國內遊客數量同比升幅為2015年的逾2倍,境外遊客同比升幅更颯漲6倍,其間上海國內及入境旅遊收入共錄得3,508億元(人民幣,下同,約4,026億港元),迪園可謂功不可沒。上海要建成對標紐約、倫敦、巴黎的「具有全球影響力的著名旅遊城市」,此前數年都進展緩慢,終因迪士尼落滬迎來轉機。

■香港文匯報記者 孔雯瓊、章蘿蘭 上海報道



上海財經大學旅遊管理系主任何建民。受訪者供圖

早在2011年,上海即提出要在2015年建成世界著名旅遊城市,但由於自然風光不足,又使不出其他「殺手鐮」,最終計劃達標期限被推至2020年。滬迪園於去年6月迎客,僅11個月就迎來千萬名遊客,距東京迪園1,036萬人次的首年戰績僅一步之遙。照此推算,上海極有可能趕超東京,首年客流冠絕全球。

### 國內客近3億 旅收升幅7倍

上海財經大學旅遊管理系主任何建民在接受香港文匯報採訪時,引述《2016年上海國民經濟和社會發展統計公報》中的數字和前一年度統計進行分析。統計指出,迪園尚未開業的2015年,赴滬旅遊的國內遊客同比僅增2.8%,旅遊收入同比升1.9%;2016赴滬旅遊的國內遊客則錄得2.96億人次,同比增幅為7.4%,旅遊收入錄得3,443億元,同比增14.6%,上海由國內遊客所得的旅遊收入同比升幅為2015年的逾7倍。

赴滬境外遊客同樣錄得顯著增長。何建民提供的數據顯示,2016年,上海入境旅遊人數達854萬人次,同比升幅為6.8%,期內入境旅遊收入達65億美元,同比升9.6%;對比2015年,當年入境旅遊人數僅上升1.1%,入境旅遊收入同比升幅則為4.5%。

### 多在園外消費 餐飲酒店受惠

香港文匯報早前曾據官方曝出的數據推算,門票以外,上海迪園遊客在園內的人均花費或僅為20元。對此,何建民說,這並不意味著上海無錢可賺。因為滬迪園客源中有50%來自上海以外,即使是長三角遊客,都不太可能當日來回,絕大多數都要在上海留宿,故對上海旅遊業而言,後續餐飲、住宿



空中鳥瞰下的滬迪園。

資料圖片

## 專家籲打造城市文化名片

迪士尼為上海帶來的正面效應,遠不止經濟效益。整體來看,正是迪士尼的出現,提高了上海城市生活質量,令之更為宜居。迪士尼周邊的生態環境得到整治,樂園所在地的153家高污染企業被關停,而且此前野蠻生長的違章建築,也都得到了綜合治理。坐擁迪園「法寶」,上海建成全球著名旅遊城市也是底氣十足。上海市旅遊局就曾表示,迪士尼只是完善上海旅遊功能的一個方面,上海的真正魅力在於整座城市本身,上海旅遊業的整體發展,對標的是紐約、倫敦、巴黎這些國際上著名的旅遊城市。

### 電影業潛力十足

上海財經大學旅遊管理系主任何建民指,

收入可期。滬迪園開園首年的表現儘管不錯,但也並不意味著未來可一直高枕無憂。公開數據顯示,香港迪士尼首年開園520萬人次,第二年反而銳減百萬變成400萬人次,滬迪園肯定不希望步此後塵。重遊率是主題樂園的一項重要指標。

### 爭取吸回頭客 次年壓力更大

據攜程旅遊內部人士透露,此前滬迪園一度被預測首年客流可以到達1,500萬至2,000萬,但開園後被調整到1,000萬。雖然目前滬迪園客流達標,但對於第二年如何吸引新客和回頭客,設備「常換常新」是關鍵,但目前滬迪園還未公佈首年營收情況,如果收支不抵,也會影響園內的項目推新。

東京迪士尼的重遊率高達97%,且近兩年的年均客流值都在3,000萬以上。同樣作為亞洲地區的樂園,滬迪園勢必會面臨來自和東京迪士尼比較的壓力。

## 全球迪士尼首年客量

地點	開幕年份	首年客量(人次)
洛杉磯	1955年	低於1,000萬
奧蘭多	1971年	低於1,000萬
東京	1983年	1,036萬
巴黎	1992年	低於預期1,000萬
香港	2005年	520萬
上海	2016年	超過1,000萬(前11個月)

香港文匯報記者 孔雯瓊、章蘿蘭 整理



滬迪園首年遊客數量喜人。香港文匯報記者 孔雯瓊 攝

滬迪園除了帶動上海及周邊地區旅遊,亦對內地其他諸多區域貢獻不小。香港文匯報記者孔雯瓊 攝

## 旅業界看好人流逐年增

攜程內部人士預測,上海迪士尼遊客一定會逐年遞增,首年千萬級別只是起步。有旅行社導遊向香港文匯報記者表示,相較香港迪士尼,上海迪士尼的優惠力度其實並不算太大,吸客的關鍵還是上海迪士尼背靠內地市場,潛在遊客體量龐大。在上述業內人士看來,上海迪士尼非常懂得「進取」,未滿一周歲,便宣佈第二期項目提上日程,且迪士尼所在的上海國際度假旅遊區,也時不時有新項目問世,這些都是吸引更多遊客去迪士尼的理由。

### 領先滬同業 拉動華東遊

此外,香港文匯報記者採訪攜程、驢媽媽等上海本地旅遊企業了解到,迪士尼帶來的客流效應十分明顯,目前上海迪士尼已經成為上海最新、最知名的地標,很多到滬遊客均直奔迪士尼而去。

驢媽媽市場部人士向香港文匯報表示,去年暑假期間的高峰盛況令人記憶猶新,不僅江浙滬遊客眾多,甚至靠近香港的廣州遊客,也特意選擇來上海迪士尼遊玩,多數為兩人結伴遊、或一家三口親子遊,更有遊客居然在暑期2個月間,前往上海迪士尼6次。據指,去年暑期赴迪士尼遊玩的人次,較上海其他所有主題公園遊玩人數的總和,還要高出2倍以上。驢媽媽方面還透露,上海迪士尼對拉動華東板塊旅遊業務頗有貢獻,類似「景點+酒店」的自由行、「景點+酒店+交通」的跟團遊業務都獲得大幅增長。

除了旅行社是最直接的受益者外,酒店方面也都反映,受惠上海迪士尼不小。有靠近迪士尼的一家五星酒店透露,帶孩子的客人數量明顯增多,去年暑期有超過3成以上是親子客。

### 滬民有話說

**魯小姐:**很驕傲上海擁有了新名片——迪士尼。此前上海符號翻來覆去是老一代的地標,且不具有國際性,而迪士尼超越單純的樂園和景點意義,而成為上海國際化的一個象徵。

**林先生:**迪士尼入滬反映了中國大眾越來越富有,因為去迪士尼一次連門票帶購物、餐飲,消費差不多500元至上千元,但依然很多人到迪士尼遊玩,證明中國現在富強了,誰也不敢輕視中國的消費市場。

**張女士:**之前只能在電視動畫片中看到米奇老鼠,現在迪士尼開在上海,圓了幾代人的夢想,不管孩子還是老年人,都可以從中感受到樂趣和享受,滿足許多人的精神需求。

## 報告:亞洲前20樂園 逾半來自內地

全球主題娛樂協會(TEA)與AECOM昨日聯合發佈《2016主題公園報告和博物館報告》稱,2016年亞太區遊客量排名前20位的遊樂園或主題公園中有11個來自中國內地。AECOM認為,中國的主題公園市場未飽和。根據報告統計的數據,「長隆系」和華僑城等三大主題公園,未來都是迪士尼的有力競爭者。TEA是一家非營利性的會員國際聯盟,組建於1991年,擁有1,300多家會員公司。

AECOM則是為全球150多個國家政府、企業和組織機構提供基礎設施設計、建造、投資和運營管理服務的公司。

### 2020年中國樂園客量超美

該報告稱,2016年,世界排名最前的10大主題公園運營商旗下的公園遊客量增長4.3%,從4.2億增長至4.38億人次。在亞太地區,排名前20位的遊樂園或主題公園的遊客量為1.27億,下降了2.8%,但中國三

大主題公園運營商華僑城、華強方特和長隆都實現了遊客量的大幅增長。

「2016年亞洲各地區的主題公園市場呈現出一種不均衡的狀態,這是亞洲主題樂園市場演變發展過程中的正常現象,」AECOM亞太區經濟諮詢副總裁吉井貴思分析說:「但亞洲地區的主題公園市場還遠未飽和,尤其是中國,其主題公園的整體遊客量將會在2020年前超過美國。」曾在上海歡樂谷任職的徐小姐表示,以往

國內主題公園的核心無非是技術型或是自然人文類型,即以刺激的遊樂設備為賣點,或以欣賞景觀、體驗民俗為賣點。但迪士尼的出現,則是憑借知識產權大獲成功,這對其他國內新建主題樂園都有很大的啟發。

### 樂高Hello Kitty逐鹿上海

有旅遊業內人士指,迪士尼進場後代表著主題公園市場在國內整體被看好,更多的資本和其他資源都會進入此領域。徐小姐稱,

## 去年中國主題公園客量前五

- 第1位 珠海橫琴的長隆海洋王國:847萬人次
- 第2位 香港迪士尼樂園:610萬人次
- 第3位 香港海洋公園:600萬人次
- 第4位 上海迪士尼樂園:560萬人次
- 第5位 深圳東部華僑城:396萬人次

資料來源:2016主題公園報告和博物館報告

以上海地區為例,正在建設中的樂高主題樂園、Hello Kitty樂園、海昌極地海洋公園等,無一例外都是具有鮮明的偶像。