

“点亮心中奇梦”的门槛为何越来越高？

□ 曹燕

前不久,“上海迪士尼乐园年卡暂停发售”话题登上热搜榜,网友感叹“点亮心中奇梦”的门槛越来越高。去年12月,上海迪士尼发布消息称,自2023年6月23日起,乐园的四级门票将全部开始涨价,不同档位较现行票价上涨30元到60元不等。这将是上海迪士尼乐园自2016年6月开园以来的第4次涨价。游客会买单吗?

采访中,多位业内专家提到,主题公园的门票定价体系取决于多个因素:投资额、项目数量、区域经济发展水平、项目运营成本等。上海迪士尼涨价的背后是其强大的品牌吸引力,以及对中国蓬勃发展的大众旅游市场的信心。

主题公园门票定价的多种因素

2016年6月16日,上海迪士尼开门迎客。当时上海迪士尼实行两级定价体系,平日门票370元、高峰门票499元。2018年6月起,上海迪士尼乐园实行3级定价体系,在平日门票、高峰门票的基础上新增了假期高峰日门票。2020年6月起,上海迪士尼乐园将3级票价结构调整为4级,分别为常规日门票399元、特别常规日门票499元、高峰日门票599元、特别高峰日门票699元。2022年1月9日起,上海迪士尼门票又有一轮调整:常规日门票435元、特别常规日门票545元、高峰日门票659元、特别高峰日门票769元。

上海迪士尼乐园将从6月23日起迎来第4次涨价,4种门票上涨30—60元不等。其中,特别高峰日门票价格涨至799元,最便宜的常规日门票价格涨到475元。

“主题公园门票定价要素中,最重要的是投资成本。”中山大学旅游学院创院院长、中国旅游协会副会长保继刚说。据报道,上海迪士尼项目总投资约340亿元人民币。

中国主题公园研究院院长林焕杰提到:“主题公园的投资额和园区内的项目数量息息相关,这关系到游客的体验度、游览时间等。”另外,林焕杰介绍,主题公园门票定价的影响因素还包括区域经济发展水平、项目的维修运营成本等。

投资高,后期运营成本特别是人力成本高,在一定时期提高门票价格是消化摊薄成本的一种手段。华东师范大学旅游规划与发展研究中心副主任党宁还提到:“迪士尼乐园的门票涨价策略,并不是上海独有,全世界六大迪士尼乐园都曾经有过多次涨价的经历。涨价的也不仅仅是门票,迪士

尼的商品、餐饮等其他项目也有不同程度的提价。如之前卖139元的钥匙圈,现在涨价为159元。部分餐饮产品也有5—10元的涨幅。”

根据媒体报道,按照汇率结算比较,上海迪士尼乐园的基础票价目前在全球迪士尼六大乐园中最低。保继刚认为,“从主题公园的门票价格与我国居民的平均收入水平比较,主题公园游是一个高消费产品。我之前做过调研,美国迪士尼门票价格在当地居民平均税后月收入中的占比大概是1/75。这些年全球的迪士尼门票都在上调,情况肯定有变化。如果上海迪士尼门票价格为500元,我国居民月收入水平以税后5000元来计算,两者比例大概是1/10,还是能看到其中的差距。”

保继刚也强调,主题公园门票价格高,并不是上海迪士尼独有。主题公园本身是一个集都市娱乐、休闲度

假、文化体验等多元业态于一体的创造性产品,和一般景区的属性不同。据了解,欢乐谷、方特欢乐世界的门票价格在260元左右,但是在年票销售和不定期举办的主题活动中,经常会有门票优惠。

除去投资和运营成本高昂,党宁也认为,“本轮涨价也和弥补疫情3年的损失有关。根据华特迪士尼公司近3年财报,过去3年全球迪士尼乐园与度假区平均年收入较2019年下降了20.82%。尽管2022年迪士尼乐园与度假区业务全球的营收已超过疫情前2019年9.46%,但上海迪士尼与其他地区的乐园相比仍然处于较为严重的亏损状态,2022年营业时间仅为37周,远低于全球平均水平。因此,通过提高门票价格来增加客单价,在一定程度上能够为上海迪士尼带来更多收益,尽快扭亏为盈。”

暂停发售年卡的一声长叹

在关于暂停发售年卡和门票价格上涨的说明中,上海迪士尼乐园方面提到,这是“为了更好地管理客流和保障乐园内游客体验”,多位业内专家提到,这种说法更多是公关辞令。如果为了保障游客体验,完全可以采取限流的措施。

看到上海迪士尼乐园暂停发售年卡的新闻,95后乐园爱好者小丢有点“意难平”,她和朋友正打算5月份去办理年卡。上海迪士尼的年卡分为梦幻水晶卡、星光宝石卡和无限钻石卡3种,梦幻水晶卡早前已经停止发售。不同的年卡分别对应着不同的优惠,包括购物打折、提前入园、免费租赁童车等。如果是经常去迪士尼的游客,办理年卡非常合适。

小丢算了一下价格,“3999元的无限钻石卡可以全年无限次入园,还有

行的数量非常庞大但客单价较低,导致对总体营收的贡献较为有限。相对单次门票,年卡用户虽然有极高的忠诚度,但他们来园区大多有着明确的目标,比如购物、看烟花,或者只为观赏一场新的花车游行,在园区的停留时间短、消费低。再加上忠诚度较高的年卡用户往往对迪士尼乐园的产品和服务也更熟悉,对服务质量的预期较为清晰,相对而言对服务的要求与考量也更加严格。这些都对上海迪士尼的收益管理、顾客服务、服务质量管理提出更高的要求。

林焕杰也提到,过去3年受疫情影响,主题公园高度依赖本地和周边市场,年卡销售带来现金流,重要性被凸显。但是,2023年的旅游市场显示出“春暖花开”的态势,市场现象与当时已大不一样。

主题公园不断推出更新迭代的产品,对提升重游率是一个重要因素。越来越多的游客会为了一个新的主题园区、一项新的体验、一场新的娱乐演出甚至一款新的商品而再次来到主题公园游玩。

只要想象力存在于这个世界,迪士尼乐园就不会完工。开园近7年来,上海迪士尼乐园已经进行两次扩建。多位业内专家认为,上海迪士尼持续扩建的原因主要源于对中国旅游市场的信心。同时,迪士尼不断创新的能力让游客对迪士尼乐园始终保有新鲜感。据报道,迪士尼热门动画作品《疯狂动物城》的主题园区,有望于今年年底前在上海迪士尼乐园建成,并向游客开放,这将成为全球迪士尼乐园中首个以“疯狂动物城”为主题的园区。

无出其右的品牌溢价能力

强大的品牌溢价能力,也是迪士尼乐园门票不断涨价的底气。即使已经多次涨价,上海迪士尼的游客量依旧只增不减,最近有人在社交媒体分享,凌晨2点就有游客在上海迪士尼乐园排队……

刘杰武预计,这一波涨价会遍及全球六大迪士尼乐园。“迪士尼主题乐园在全球已经形成了非常完备的定价策略,会精准捕捉市场信息,通过数据分析和商业模型演练去判断市场变化。”林焕杰认为,“中国大多数游客非常在意价格,迪士尼方面应该也会观察市场,不断作出营销策略调整。”

在中国大陆市场,即使是像上海迪士尼乐园这样的国际品牌,二次消费的占比并没有那么高。多位专家表达了相同的看法,这和中国人的消费习惯等有关,门票收入对于上海迪士尼乐园来说,是非常重要的部分。

党宁认为,根据华特迪士尼公司财报,迪士尼乐园、体验与产品业务

板块的收入由5个部分构成,分别是乐园门票、乐园的商品与餐饮销售、酒店与度假、线上与门店商品零售、品牌使用与赞助等。如果仅考虑发生在迪士尼度假区内的收入,门票、商品与餐饮销售、酒店度假三驾马车几乎并驾齐驱。近4年门票(含优先通行服务)收入占比在37%—40%之间,在各项业务中排首位。虽然不及国内主题公园门票收入占比那么高,但也体现了乐园本身作为流量入口的重要性。而迪士尼乐园的餐饮与商品销售、酒店与度假产品收入也各占30%左右,充分体现了迪士尼这一全球第一IP的品牌创新价值与衍生价值。在这一方面,国内主题乐园还有较大的提升空间。

“面对中国大陆市场,任何一家主题公园的门票收入对于园区整体收入来说,都非常重要。”保继刚预测,“主题公园的二次消费会继续上调,干性消费即是硬性消费如门票。而弹性消费的增长也有,但是有限。”

走进北京动物园,多个“不文明行为曝光台”显得格外引人注目,曝光台自去年发生在动物园的几起不文明行为为警示游人:“王某某,于2022年5月9日在狮虎山室外运动场对白虎进行投打投喂。该行为被公园管

路上千般景,最美是文明”。游客不文明行为,不仅给美景“添了堵”,也严重影响城市文明形象。近日,文化和旅游部办公厅发布《关于做好2023年文明旅游工作的通知》,要求把文明旅游工作做到实处、推向深处,着力强化旅游不文明行为监督管理,对于性质严重、影响恶劣的不文明行为,依据相关法律法规进行惩戒,并纳入旅游不文明行为记录,发挥好旅游不文明行为记录的警示震慑作用。《北京市文明行为促进条例》也早有明确,重点治理伤害或者违规投喂动物等不文明行为。

中国人民大学创意产业技术研究院副院长宋洋洋认为,旅游不文明行为会对生态环境造成破坏,或对当地文化遗产形成侵害,甚至可能危及游客安全,还会引发消费负外部性,对景区整体口碑与评价带来不良影响。

走进北京动物园,多个“不文明行为曝光台”显得格外引人注目,曝光台自去年发生在动物园的几起不文明行为为警示游人:“王某某,于2022年5月9日在狮虎山室外运动场对白虎进行投打投喂。该行为被公园管

等10余种旅游新业态,培育出花田酒地、龙湖水香、乌木水寨等乡村旅游产品,全区建成A级景区8个,其中国家4A级旅游景区3个。

基建建设注“底气”,融合发展助“飞跃”,这是对纳溪旅游景区蓬勃发展的概括。当前,纳溪正加速推进“茶酒融合文化旅游高地”“百年护国城”“大旺竹海康养旅游度假区”等重点项目建设,接力加强“新基建”与“新融合”,持续擦亮“天府旅游名县”金字招牌,奋力实现旅游兴区富民。

(冷清安 王雨薇)

“软硬兼施”为动物营造安心之家

——北京动物园治理不文明行为成效显著

□ 见习记者 魏彪

不乱扔垃圾、不大声喧哗、不私自投喂动物……万物复苏,春暖花开,前往北京动物园游玩的市民游客络绎不绝。在游览过程中,大家自觉遵守文明旅游有关要求,用文明“织”起了一道最美风景线。

北京动物园承担着向公众科普展示珍稀圈养野生动物的职能,园内良好的自然生态景观也是城市的一片“绿肺”,非常适合市民游客游玩打卡、增长见闻。”北京动物园相关负责人表示,近年来,公园通过“软硬措施”兼施、不断升级改造,引导公众关爱自然、保护动物,文明游园环境和氛围不断提升。

文明游园深入人心

公园是城市精神文明建设的窗口,也是市民游客踏青赏花、亲近自然的绿色公共场所。为规范游园行为,北京自2020年开始连续3年在全市开展文明游园整治行动。北京动物园积极响应,采取一系列积极有效的管理措施,针对投喂动物等不文明行为,通过“硬件软件相结合、人防技防相穿插”的方式,结合社会各方力量,形成了共治共建共享的管理网格。

而今,在北京动物园,文明游园已成为市民游客的共识。“文明是一种品质和修养。在公园游览时,更要自觉做到文明游园。大家一起努力,共同维护好生活环境。”游客李女士说。

“发生在公园里的不文明行为越来越少,文明游园理念已深入游客心中。”3月16日,北京动物园相关负责人发布公园游客不文明游园行为治理成果。北京动物园安全应急科科长柳浩博介绍,北京动物园广泛开展文明旅游宣传教育,深入开展文明旅游实践活动,强化旅游不文明行为监督管理,将文明旅游工作做到实处、推向深处。

“这些不文明现象很扎眼”“请不要再喂我了”……据了解,北京动物园各动物展区设有介绍动物习性、饮食种类等科普介绍牌示,并设置温馨提示宣传牌示,在重点区域设置禁止投喂牌示400余块,放置“不文明行为曝光台”52块。

在动物室外运动场铺设的木质围栏,则成为北京动物园兽舍的“二次隔离”,动物园在小鹿、羚羊等13个动物运动场内设置近1060延米的围栏,有效避免游客投喂动物。在鸟苑鹦鹉馆外运动场,绿化隔离区域拉开了动物与游客的距离。在猴山、食草动物区则铺设了鹅卵石,既可通风透气,还能够防止游客近距离接触。

依法惩戒强化警示

路上千般景,最美是文明”。游客不文明行为,不仅给美景“添了堵”,也严重影响城市文明形象。近日,文化和旅游部办公厅发布《关于做好2023年文明旅游工作的通知》,要求把文明旅游工作做到实处、推向深处,着力强化旅游不文明行为监督管理,对于性质严重、影响恶劣的不文明行为,依据相关法律法规进行惩戒,并纳入旅游不文明行为记录,发挥好旅游不文明行为记录的警示震慑作用。《北京市文明行为促进条例》也早有明确,重点治理伤害或者违规投喂动物等不文明行为。

中国人民大学创意产业技术研究院副院长宋洋洋认为,旅游不文明行为会对生态环境造成破坏,或对当地文化遗产形成侵害,甚至可能危及游客安全,还会引发消费负外部性,对景区整体口碑与评价带来不良影响。

走进北京动物园,多个“不文明行为曝光台”显得格外引人注目,曝光台自去年发生在动物园的几起不文明行为为警示游人:“王某某,于2022年5月9日在狮虎山室外运动场对白虎进行投打投喂。该行为被公园管

理人员在巡视中当场发现并制止,公安及城管部门及时到达现场,对当事人进行批评教育,并根据有关规定,对其开出处罚决定书,给予其50元处罚。”

“原某某,2022年9月18日在鹦鹉馆室外运动场投喂动物,该行为被公园管理人员在巡视中当场发现并制止,公安及城管部门及时到达现场,对当事人进行批评教育,并根据《北京市公园条例》第五十六条第二款的规定,对其开出处罚决定书,给予其50元处罚。”

曝光台还在显著位置提醒:投喂动物、吸烟、赤膊、采摘花果、攀爬树木、采摘野菜、践踏绿地、铺设地垫8类行为,一经发现,将被列入公园不文明行为记录,游客将被列入游园“黑名单”。

为更好地防止游客不文明游园行为的发生,北京动物园自2020年启动“不文明行为管控专席”。柳浩博介绍,目前已完成全国智慧安防系统全覆盖,“不文明管控专席”设置在公园应急管理指挥中心,工作人员通过监控探头不间断监测园区不文明行为,一旦发现便可定位并通过应急广播进行劝阻,同时联动现场网格巡检人员快速处置。

对于情节严重的不文明行为,北京动物园还会将其记入《旅游不文明行为记录单》,并联合城管进行联合执法。对列入黑名单的不文明行为人,北京市属公园将进行联合惩治,限制其进入园区游览。

志愿服务加强引导

文明行为促进是全社会共同责任。近年来,在北京动物园的宣传教育下,广大市民游客和全体工作人员纷纷做起了文明旅游宣传员、文明行为示范员。

北京动物园全体职工都是文明行为引导员,只要发现不文明投喂行为就会及时劝阻并加以引导。公园网格巡检人员采取“固定岗+流动哨”相结合的方式,在重点区域安排固定岗位,发现投喂现象及时劝阻。同时,联合公园派出所、城管、社会志愿者、首都文明引导员进行联合治理和积极引导,有效降低不文明行为的发生频率。

“文明出行说到底是个人的事。从我做起,从小事做起,文明旅游在路上。每一次服务引导,每一次文明游园宣传,都是个人价值的实现,不仅是言语的表达,更是身体力行的承诺。”采访过程中,北京动物园一名工作人员介绍,“文明引导员不仅是公园的一张名片,更是文明游园的传递者,引导市民游客争做公园文明环境的维护者、建设者、宣传者,共同营造文明、和谐、有序的游园环境。”

社会志愿者则是北京动物园重要的第三方力量,这支团队由社会各行各业关爱动物、喜爱动物的人群组成。在周末及节假日期间,社会志愿者会在重点区域进行不文明行为劝阻,向游客宣传科普知识。

“利用业余时间参与志愿服务,也是履行个人社会责任、提升个人价值的重要方式。”一名游客志愿者说,“我对北京动物园有深厚的情感,想通过文明引导,让其他游客对动物保护、文明旅游有更清楚的认识。”

“游客也是文明的传导者。”宋洋洋认为,加入公园社会志愿者不仅能深入了解自然环境和历史人文,促进游客之间的互动交流,增强社会联系,还能促进文明旅游的普及推广。

“文明旅游关乎你我,关乎大家。非常欢迎市民游客参与进来。”柳浩博说,大家共同携手,让北京动物园游园氛围更加文明和谐,也让园内各种展出动物能够得到大家的共同关爱。



工作人员通过监控探头不间断监测园区不文明行为 北京动物园 供图

四川泸州纳溪:基建建设注“底气” 融合发展助“飞跃”

去永宁街道看浪漫樱花,去安富街道赏连片油菜花海,去上马镇闻桃林花香,去护国镇漫步生态茶园……春天打翻了调色盘,在四川省泸州市纳溪区广袤大地上绘就了一幅五颜六色的画卷,无数市民、游客趁着春光,争相前往打卡。

地处长江之滨、永宁河畔的纳溪,其游玩乐趣远不止在春天。随着文旅产业大力发展,纳溪树立起一个又一个文旅招牌,大小景点星罗棋布,编织形成“春赏花—夏观竹—秋摘果—冬品茶”全季全域旅游格局。回

顾这一路来的发展历程,纳溪有着一套属于自己的经验“打法”。

景再好,若交通不便,也只能是“景”。若想将“景”升级为“景区”,完善路网是重要前提。近年来,纳溪始终遵从“交通先行”的准则,不断加速打造生态“旅游路”、便民“智慧路”、振兴“产业路”,大大改善了交通出行环境,让“养在深闺人未识”的旖旎风光进入游客视野。

除了把游客“引进来”,纳溪还围绕“吃住行游购娱”,不断加大基础设施建

设力度,力争把游客“留下来”。凤凰谷自驾车营地、梅岭茶叶乡村旅游带等文化旅游设施相继建成,星级宾馆、主题酒店、乡村度假酒店等56家特色住宿相继落地,智慧旅游和景区大数据平台建成投用……基础设施建设提档升级,为景区长足发展注入“底气”。

“要说纳溪景区飞跃发展的秘诀,总结起来就一个字,‘融’。”纳溪旅游相关负责人介绍,近年来纳溪以“两突破一提升”为抓手,以“旅游+”“+旅游”为思路,深入推进文旅、产旅、农旅、城旅融合发展,打造出研学旅游、康养旅游、农业旅游、科技旅游