



深圳·华侨城
中国主题公园论坛
CHINA THEME PARK FORUM



世纪中国 主题公园发展论坛

21st Century Forum for Development of China Theme Park

中国旅游出版社

21世纪中国主题公园发展论坛

21st Century Forum for Development of China Theme Park

主编 华侨城集团公司



中国旅游出版社

责任编辑:付 蓉
装帧设计:创世天雄
责任印制:李崇宝

图书在版编目(CIP)数据

21 世纪中国主题公园发展论坛/华侨城集团公司主编.
—北京:中国旅游出版社,2003.6
ISBN 7-5032-2176-3
I .2... II .华... III .主题—公园—中国—学术会议—文集
IV .F592.3-53
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 036783 号

书 名: 21 世纪中国主题公园发展论坛

主 编: 华侨城集团公司

出版发行: 中国旅游出版社

地 址: 北京建国门内大街甲 9 号

邮政编码: 100005

http: //www.cttp.net.cn

E-mail: cttp@cnta.gov.cn

印 刷: 北京一二〇一印刷厂

版 次: 2003 年 5 月第 1 版 2003 年 5 月第 1 次印刷

开 本: 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张: 10

印 数: 3000 册

字 数: 135 千字

定 价: 19.80 元

版权所有 翻印必究

“21世纪中国主题公园发展论坛”

组委会成员

名誉主任	何光玮	国家旅游局局长
	孙 钢	国家旅游局副局长
	郑通扬	广东省旅游局局长
主 任	任克雷	华侨城集团公司总裁
副 主 任	魏小安	国家旅游局规划发展与财务司司长
	池雄标	深圳市旅游局局长
	张整魁	华侨城集团公司常务副总裁
秘 书 长	岳川江	深圳市旅游局副局长
副秘书长	刘平春	深圳华侨城控股股份有限公司总裁
工作人员	王 刚 邓盛华 廖 东 周志辉 李树会 郑红霞	

本书编委会

主 编	张整魁
副 主 编	刘平春 王 刚
编 辑	郑红霞 李树会 周鸿习 胡耀斌 周志辉

前 言

中国主题公园业经过 10 多年发展,已经形成相当大的规模,涌现出一批具有中国特色和符合中国市场需求的主题公园景区,这些景区已成为一些地方的重要旅游吸引物,是中国旅游业继名山大川和文物古迹之后出现的一个新亮点。它的出现,对繁荣经济、建设社会主义精神文明起到了非常重要的作用。

近些年,国内很多地方把主题公园景区作为发展旅游业的龙头项目,出台各种优惠政策招商引资,使我国主题公园项目的投资建设相当活跃。

进入 21 世纪,在中国加入世界贸易组织和全球经济一体化的宏观背景下,中国主题公园面临着什么样的发展机遇和挑战,成为国家旅游主管部门、主题公园业界及学术界共同关注的焦点问题之一。而呈现出千帆竞发态势的国内主题公园业的飞速发展,以及国际知名主题公园在中国市场的相继落户更是督促各界对国内主题公园业的未来发展趋势进行深入探讨。“21 世纪中国主题公园发展论坛”正是在这一历史背景下于 2002 年 4 月 28 日至 29 日在深圳华侨城隆重举行的。

本届论坛是由国家旅游局主办、广东省旅游局和深圳市旅游局协办、华侨城集团承办、各级政府旅游主管部门、主题公园业者和学者共同参与探讨的一次大型学术活动。论坛的主旨在于总结中国主题公园业发展的经验和教训,研究世界主题公园业发展的最新动向,发现和寻找中国主题公园业面临的机遇,引导中国主题公园朝着健康的方向前进,为中国旅游业发展做出更大贡献。

国家旅游局对本届论坛给予了高度重视,国家旅游局孙钢副局长在论坛开幕式上作了题为《推动中国主题公园进一步健康发



展》的主题发言，为中国主题公园业的未来发展指出了方向。深圳市副市长王穗明和华侨城集团总裁、本届论坛组委会主任任克雷在开幕式上致辞。来自国内外官、产、学界的 13 位嘉宾在论坛上发表了演讲。这些嘉宾中既有研究主题公园问题的知名学者，也有主题公园领域的投资经营者，另外，还有省、市政府主管部门的行政管理者。他们从各个不同角度就主题公园的发展问题进行探讨，演讲内容涵括了主题公园发展的宏观政策和理论、主题公园经营管理实践、国外主题公园发展的动态、经验和教训等多个领域，发言极具代表性和创造性。国家旅游局计划发展与财务司司长魏小安作为特邀评论员对与会嘉宾的演讲进行了评述，并在论坛闭幕式上做了富有启发意义的总结发言。

本届论坛得到了各级旅游主管部门、国内外主题公园业界、学术界、证券投资行业以及新闻媒体的广泛关注。来自全国多个省、市、自治区、香港特别行政区、台湾以及日本、美国的 150 多位代表参加了论坛。在两天的会议期间，他们通过互动的方式与演讲嘉宾就主题公园的热点问题进行了积极而热烈的讨论。

“路漫漫其修远兮”，作为一种新生的产品形态，主题公园在中国的发展历史还很短暂。未来中国主题公园业何去何从，还需要整个旅游业界的共同关注和探索，“21 世纪中国主题公园发展论坛”只是迈出了这个探索过程中的一步。作为论坛的组织者，我们期望能通过此次研讨活动带动国内主题公园整体发展水平的上升，更希望能通过此书引发各界对主题公园发展问题的思考。

本书在出版过程中得到了国家旅游局、中国旅游出版社、深圳华侨城集团的大力支持。论坛演讲嘉宾积极进行了论文的后期整理和修订工作，在此一并表示感谢！

最后，我们诚挚祝愿：中国主题公园拥有美好的发展未来！

“21 世纪中国主题公园发展论坛”组委会

2003 年 4 月于深圳

目 录

前 言	(1)
-----------	-------

欢迎辞	任克雷 (1)
-----------	-----------

推动中国主题公园进一步健康发展	孙 钢 (3)
-----------------------	-----------

海外主题公园成功的经验与启示	张广瑞 (13)
----------------------	----------

广东主题公园的发展与未来	郑通扬 (18)
--------------------	----------

中国主题公园发展中的价值取向分析	宋 丁 (24)
------------------------	----------

“锦绣中华现象”与中国主题公园发展	张整魁 (37)
-------------------------	----------

主题公园发展、城市化战略及产业结构调整 ...	陈 淮 (45)
-------------------------	----------

International Theme Park Development and Trends:	
--	--

Implications and Lessons Learned for China (附: 中文译稿)	
--	--

.....	Chris L. Yoshii (51)
-------	----------------------

Hongkong Disneyland: Our New Best Friend? (附: 中文译稿)	
---	--

.....	Randolph Guthrie (66)
-------	-----------------------

对长江三角洲地区主题公园发展的思考	楼嘉军 (77)
-------------------------	----------

Developing and Maintaining a Theme Park Brand	
---	--

(附: 中文译稿)	John Ap (89)
-----------------	--------------

主题公园游客群体特征探讨	王兴斌 (103)
--------------------	-----------



整合三套体系 创新管理平台

——锦绣中华管理模式创新的实践与思考

.....	张元兴 (111)
从城市旅游系统的角度看主题公园的发展.....	池雄标 (120)
主题公园产品形态的演变路径与发展趋势.....	董观志 (130)
论坛总结发言.....	魏小安 (148)

欢 迎 辞

任克雷

任克雷 深圳华侨城集团首席执行官。此前，他曾先后在辽宁省计委、国家进出口委、国家经贸委工作，历任副处长、政研室副主任，并兼任国家经委青年经济研究小组组长、国务院决策咨询小组成员。1990年调任深圳市委秘书长、办公厅主任。1980年以来，先后在报刊等媒体上发表论文几十篇。

1995年被评为深圳市优秀党员，1996年被评为广东省优秀政治思想工作者，1998年被授予广东省“五一”劳动奖章。2000年被授予全国劳动模范称号。

尊敬的各位领导、来宾和新闻界的朋友：

下午好！

“21世纪中国主题公园发展论坛”今天如期召开了，我代表组委会向大家表示热烈的欢迎和衷心的感谢！

大家知道，现代主题公园业以1955年美国加州迪斯尼的出现为标志，已经发展了近50年。从1989年深圳锦绣中华微缩景区建成开放算起，中国主题公园业也经历了10多年的风雨。中外主题公园发展的事实表明，主题公园的生命力是旺盛的，主题公园对旅游业乃至对区域经济、环境、文化和社会文明建设的贡献是巨大的、不容置疑的。

人类已步入新世纪，在全球经济一体化、世界贸易自由化和



各国、各地区文化不断交融的背景下，世界主题公园业迎来了新的、更大的发展机遇。如何抓住机遇，迎接挑战，是主题公园业者、学者和政府旅游管理部门都十分关心的问题。因此，我们以“21世纪中国主题公园发展”为题，邀请了官、产、学方面的人士，在今年的“五一”黄金周前夕共聚深圳华侨城，一起研讨中国主题公园的发展大计。

我们组织这次论坛，一是想为大家提供一个交流、碰撞的机会，让大家从宏观到微观、从政策到技术、从理念到形态等各个方面，深入研究中国主题公园发展中面临的各种问题；二是想为大家提供一个实地考察、了解中国主题公园的机会。珠江三角洲拥有的主题公园数量之多、规模之大、品种之全，在国内是首屈一指的。我们邀请各位在黄金周期间多看看中国的主题公园，论坛期间还特别安排大家参观深圳有代表性的主题公园，参加最新推出的欢乐谷二期项目的开业典礼。

各位领导、来宾和新闻界朋友，我们是为了一个共同的目标聚集在这里的，希望大家敞开胸怀，畅所欲言，充分交流。同时希望大家在深圳、在华侨城度过一段愉快的时光。

再次感谢大家的光临！

推动中国主题公园 进一步健康发展

孙 钢

孙 钢 江苏人，1969年毕业于浙江大学化工系，1970年在兰州化学工业公司工作。1978年在国务院机关工作，任国务院副总理秘书、副处长、处长，兼任国务院特区办公室综合组副组长。1987年调国家旅游局工作，先后任政策研究室主任、计划统计司司长，1991年任国家旅游局副局长。是中国作家协会会员、研究员。已出版的专著有《旅游经济的理论探索和实践》、《旅游经济新论》、《新世纪中国区域旅游发展大思路》、《中国旅游业：世纪之交的登攀与思考》。



发言人
孙 钢

3

各位来宾、各位朋友，
女士们、先生们：

由中国国家旅游局主办，广东省旅游局、深圳市旅游局协办，深圳华侨城集团承办的“21世纪中国主题公园发展论坛”，今天在迎接“五一”黄金周到来的喜庆气氛中隆重开幕了。首先，让我代表中国国家旅游局，对应邀出席论坛的海内外各位嘉宾、各位专家、各位朋友表示热烈的欢迎！对协办、承办这次盛会的广东省旅游局、深圳市旅游局和深圳华侨城集团表示衷心的感谢！

这次论坛所要交流的内容，是世界各国和中国各地规划建设

和管理经营主题公园的理论和实践；所要探讨的问题，是中国主题公园如何顺应新世纪我国旅游业发展的需要和海内外旅游市场的需求，进一步提高策划、建设、管理和经营水平，以实现更好、更快的发展。这是当前旅游界、学术界都很关注的一个问题，是丰富和优化我国旅游产品、促进我国旅游业更大发展需要从理论和实践的结合上进一步解决好的一个课题。希望各位嘉宾、各位专家、各位朋友畅所欲言，集思广益，共同努力，把论坛圆满办好。

下面，我讲三个问题：

一、主题公园在世界和中国的发展

主题公园作为旅游资源的一个重要补充和现代旅游产品中的一个重要类型，在最近五六十年来世界旅游业的大发展中发挥了特殊作用，今后还将发挥更大的作用。大家知道，现代旅游业崛起于第二次世界大战以后，加快发展则从 20 世纪 60 年代开始，现已成为世界上最大的产业之一。主题公园在世界上发展兴盛的历史，与世界旅游业发展的历史进程是大体同步的。

说起世界上的主题公园，人们都不会忘记荷兰的马都洛丹和美国洛杉矶的迪斯尼游乐园。荷兰的马都洛丹，是荷兰马都洛家族的一对夫妇为纪念他们在第二次世界大战中牺牲的独生子而创建的。它微缩了荷兰各地 120 处风景名胜，于 1952 年开幕，轰动欧洲，开创了世界微缩景区的先河。美国洛杉矶的迪斯尼游乐园，是由美国著名动画片制作家沃尔特·迪斯尼创建的。它以极为丰富的想象力设计出了人间幻境，于 1955 年建成开放，轰动世界，开创了世界大型现代游乐园的先河。这两个人造景观一经问世，就赢得了巨大的经济效益和社会效益。从此，“人造景观”或曰“主题公园”的声誉，就在世界上不胫而走，在其数量不断增加的同时，其策划水平也在不断提高。最近 20 多年来，随着现代科技日新月异的发展和对世界各民族历史文化的深入发掘，主题公园的表现手段更加出神入化，其“主题性、大众性、参与

性、娱乐性和享受性”等特点更加突出，受到了以求新、求奇、求乐、求知为主要目的的广大旅游者的特别喜爱。现在，主题公园已遍布世界各地。就拿迪斯尼乐园来说，不但洛杉矶的那个老祖宗在不断更新，焕发青春，美国东海岸的奥兰多、法国的巴黎、日本的东京也都有了“姐妹篇”。奥兰多的迪斯尼世界甚至后来居上，成了“全球主题公园之都”和全美第三大旅游目的地。到世界各地走走，还可以在澳大利亚的黄金海岸看到“华纳电影城”，在印度尼西亚的雅加达看到“塔曼迷你印尼”，在日本的福冈看到“豪斯登堡”，在韩国的汉城看到“乐天世界”。至于小的主题公园，那就更不胜枚举了。在上述这些闻名世界的大型主题公园里，到处游人如织，欢声不绝，充分显示了一个成功的主题公园的巨大魅力。

中国旅游业起步较晚，到 1978 年实行改革开放政策后才真正走上大发展的道路，因此，主题公园在中国起步也较晚。粗浅概念上的微缩景区或曰主题公园，可以说在 20 世纪 80 年代中期才有了雏形，为拍摄影视《红楼梦》而兴建的北京大观园以及河北正定的荣国府就是其代表。真正圆了中国人兴建与世界水平接轨的主题公园之梦的，开先河者应属深圳华侨城。1989 年，华侨城投资 1 亿元人民币创建的锦绣中华景区建成开业，其高超的策划、精致的建筑、丰富的内涵、一流的管理服务水平，很快轰动海内外，取得了良好的经济效益和社会效益。成功鼓舞了创业者，创业者则立志取得更多更大的成功。10 多年来，华侨城又陆续策划、建设、开业了中国民俗文化村、世界之窗、欢乐谷一期和二期等 4 个大型文化主题公园，前 3 个都继续取得了成功，即将开业的欢乐谷二期也必会取得成功。在深圳华侨城这一批主题公园成功榜样的鼓舞下，策划、建设大型主题公园在中国开创了新局面。北京的世界公园、江苏苏州的苏州乐园、浙江杭州的宋城及杭州乐园、云南昆明的云南民族村及世界园艺博览园、海南三亚的南山文化旅游区、广西桂林的乐满地等等大型主题公园，都已达到了较高的水平；黑龙江省哈尔滨市在这几年冰雪节期间创建的松花江冰雪大世界，也可以称为特定时间段内的大型主题公

中国主题公园论坛
CHINA THEME PARK FORUM

6

园，其策划和经营管理水平也已大体与国际接轨。由此可以得出这样一个结论，即中国主题公园虽然起步较晚，但起点不低，成功的典型不少，已经在中国这个旅游资源大国里大放异彩，成为丰富我国旅游产品，满足海内外旅游者日益增长的旅游需求的一支生力军。

二、深圳华侨城成功建设主题公园给我们带来的启示

“21 世纪中国主题公园发展论坛”选在深圳华侨城举办，不但因为这里是真正意义上的中国主题公园的发祥地，同时也因为这里在建设主题公园方面，不断攀越新高峰，开辟新境界，留下了一路成功的脚印。研究他们的创业历程和所取得的经验，对于推动中国主题公园进一步健康发展，具有重要的指导意义。

华侨城策划、建设、管理和经营主题公园的成功历程，可以给予我们哪些启示呢？

1. 建设主题公园，在旅游资源丰富的地区是对资源和产品的一个重要补充，在旅游资源不太丰富的地区则是突破发展“瓶颈”的重要举措。中国的旅游资源在世界各国中是最丰富的，因此，就有人提出：在中国，是否还有必要搞主题公园？对这个问题的回答，我们一直是肯定的。为什么呢？一是因为我国的旅游资源，总体上的确是世界上最丰富的，但地区分布并不平衡，况且，一些旅游精品资源富集的地区，由于多方面条件的限制，到目前还无大规模开发利用的可能。而一些海内外旅游客源市场都很庞大的地区，比如深圳市，传统意义上的旅游资源并不丰富。在锦绣中华等主题公园景区没有问世之前，深圳的游览内容比较单调，称不上是真正的旅游城市。而这批主题公园的诞生，则突破了深圳旅游业发展的“瓶颈”，有力带动了深圳旅游业的起飞。1998 年，深圳以高分入围第一批“中国优秀旅游城市”；2002 年，深圳市的旅游外汇收入达到 15.1 亿美元，是 1998 年的 11.7 倍。这些成绩的取得，华侨城主题公园群落功不可没。二是因为主题公园可以综合运用机械、建筑，以及声、光、电、计算机技术等

现代高科技和数字化手段，增强产品的吸引力、娱乐性和参与性，制造出传统旅游资源根本不可能有的意境，从而赢得旅游者的青睐。没有锦绣中华景区，我们能“一日畅游中国”吗？没有中国民俗文化村景区，我们能一日尽赏苗、傣、佤、彝族等西部地区众多少数民族的风情吗？没有世界之窗，我们能在一日之内实现到美国的“科罗拉多大峡谷”中探险漂流、到欧洲的“阿尔卑斯山滑雪场”滑雪、到埃及的“金字塔幻想馆”里云游的梦想吗？正因为有以上这两个方面的原因，主题公园这个新产品，才能在日益激烈的海内外旅游市场竞争中站住脚跟，才能使像美国这样的缺少历史文化旅游资源的国家，凭借“科技加财力”登上了世界第一位旅游强国的宝座。

2. 建设主题公园，具有广阔的市场前景。随着当代世界经济社会的快速发展，旅游人群日益扩大，人们的旅游兴趣日益广泛，旅游资源观也日益深化。与旅游者惯常生活环境或已经历过的事物有差异的风景、人物、事物、文化都能成为旅游吸引物，差异越大则吸引力越大。深圳华侨城主题公园群落，正是因为顺应了市场需求，策划和创造出了这些差异，才使旅游者争相前往。目前，深圳华侨城景区每年接待游客量达 600 万人次以上，国内能有几家自然风光型、文物古迹型景观能与之媲美呢？而光顾美国迪斯尼乐园的游客，每年则有几千万人次，世界上又能有几个自然风光型、文物古迹型景观能超越它呢？可见，建设主题公园，在当代世界，在当代中国，都有广阔的市场前景。

3. 建设好主题公园，关键在于搞好市场调研和项目策划，选准主题，创出精品。与自然风光及文物古迹这些由大自然和老祖宗赐予的景观不同，主题公园完全是由当代人凭智慧和汗水创造出来的。付出的智慧和汗水越多，市场调研做得越精确，策划的功夫下得越大，科技第一生产力的作用发挥得越充分，主题公园的设计建设水平就会越高，成功的把握性就会越大。1990 年，我曾应邀参加华侨城中国民俗文化村项目的设计论证会。听完设计思想的阐述和设计方案的介绍后，我在发言中肯定地说：“这个项目一定能和锦绣中华一样，取得完全成功！”果然，这个项目

开业后，很快在海内外旅游市场上引起轰动，1.1 亿元人民币的投资额，只用了短短一年半时间就全部收回了。“百年大计，策划第一”，连一般旅游景区的开发建设都要强调这个问题，主题公园的建设则更要切实贯彻这个思想了。

4. 经营好主题公园，关键在于与时俱进，不断丰富内涵，推陈出新，使其吸引力长存。主题公园的景观、活动、氛围，都是由人造出来的。人的活动稍不努力，或不注重推陈出新，景观的吸引力就会大打折扣。在这一点上，它不像奇山异水或古迹名胜那样，会用大自然或老祖宗赐予的资本给予游客以其他方面的报偿。正因为如此，在我国 10 多年来建设的一批大大小小的主题公园中，确实也有很多只取得了短暂的成功，成了昙花一现、过眼烟云。这方面的教训值得永远记取。深圳华侨城主题公园建设之所以能留下一路成功的脚印，关键在于他们能与时俱进，不断推陈出新，完善提高，使各个景区保持了长久的活力和生机。锦绣中华景区已经开业 13 年，后建的几个景区又近在咫尺，科技含量更高，但这个景区由于经营管理有方，至今仍然游人不绝。去年，接待入园人数达 70 万人次，营业收入达 1.715 亿元，利润 5410 万元。对于一个开业已 13 年的主题公园来说，这样的成绩是难能可贵的。世界之窗推出的大型歌舞，气势恢弘，满台绚丽，美不胜收。就是这样，他们还在每天听取观众的意见，不断进行改革和创新，去年又推出了全新的版本。这种追求卓越、争创一流、不断攀登新高峰的精神，使华侨城的主题公园群落常看常新，永远立于不败之地。

5. 一个成功的主题公园，完全可以取得良好的投入产出效益和多方面的社会效益。深圳华侨城景区的主题公园群落，由于策划水平高，建设水平高，经营管理水平高，服务质量高，所以一个个都取得了良好的投入产出效益。锦绣中华投资 1 亿元人民币，短短 1 年时间就收回了投资；中国民俗文化村投资 1.1 亿元人民币，1 年半时间就收回了投资；世界之窗投资 6 亿元人民币，3 年半时间就收回了投资；明天开业的投资额达 4.5 亿元人民币的欢乐谷二期，预计用 4 年半时间收回投资。13 年来，华侨城主题公

园累计投资 18 亿元人民币，累计营业收入已达 50.1 亿元人民币，累计利润总额已达 15.2 亿元人民币。这样的投入产出效益，在全国各类投资项目中是出类拔萃的。至于社会效益，则可以列举很多，比如：一是推动了深圳旅游业的起飞；二是为中国主题公园的建设提供了成功的范例，培养了一支专家队伍和一大批高素质的专业人才；三是在开发建设具有中国特色、博采世界之长的旅游文化娱乐方面走出了一条成功之路。无论是民族节日盛会、民族村寨表演还是广场艺术、大型综艺晚会，都达到了国内乃至世界同类项目的一流水平；四是弘扬了中国民族文化，解决了一大批西部地区少数民族同胞的就业问题，为西部地区培养了一大批发展旅游业的行家里手；五是加强了国际文化交流，一批外国演员到华侨城的舞台上演出，既让炎黄子孙大开眼界，也使这些外国人更加了解中国，了解中国改革开放的窗口深圳，了解中国人民对世界各国人民的友好情谊。

三、推动中国主题公园进一步健康发展

中国作为世界上旅游资源最丰富，最近 20 多年来发展速度最快的国家，根据世界旅游组织 1997 年作出的“到 2020 年，中国将成为世界第一位旅游接待大国和第四位客源输出国”的预测，已经吹响了向世界旅游强国进军的号角。2001 年，受国际经济不景气特别是发生在美国的“9·11”恐怖袭击事件的影响，世界旅游业受到重创。但即使在这样的背景下，中国旅游业仍然取得了入境旅游者增长 6.7%、旅游外汇收入增长 9.7%、国内旅游收入增长 10.9%、旅游业总收入增长 10.5%的好成绩，世界旅游组织副秘书长最近称赞“中国是 2001 年世界上旅游业发展最好的国家”。2002 年以来，我国国际旅游业继续保持较快增长，一季度，入境旅游人数达到 2291.29 万人次，比 2001 年同期增长 10.01%，其中，外国人 274.422 万人次，比 2001 年同期增长 16.88%；旅游外汇收入 44.49 亿美元，比 2001 年同期增长 13.08%。国内旅游也继续保持兴旺发展的势头，2002 年春节黄金周，国内旅游人数