

薛 凯 著



主题公园

STUDY ON THE LOCATION
OF THEME PARK

选址研究



重庆大学出版社
<http://www.cqup.com.cn>

薛 凯 著

主题公园

STUDY ON THE LOCATION
OF THEME PARK

选址研究



重庆大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

主题公园选址研究 / 薛凯著. —重庆: 重庆大学出版社, 2014.10

ISBN 978-7-5624-8584-1

I. ①主… II. ①薛… III. ①主题—公园—建筑设计
IV. ①TU986.5

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第206857号

主题公园选址研究

ZHUTI GONGYUAN XUANZHI YANJIU

薛 凯 著

责任编辑: 林青山 版式设计: 张 瞻
责任校对: 邹 忌 责任印制: 赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人: 邓晓益

社址: 重庆市沙坪坝区大学城西路21号

邮编: 401331

电话: (023) 88617190 88617185 (中小学)

传真: (023) 88617186 88617166

网址: <http://www.cqup.com.cn>

邮箱: fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

POD: 重庆书源排校有限公司

*

开本: 787 × 1092 1/16 印张: 7.5 字数: 113千

2014年10月第1版 2014年10月第1次印刷

ISBN 978-7-5624-8584-1 定价: 48.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题, 本社负责调换

版权所有, 请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书, 违者必究

主题公园作为旅游业中的一项“朝阳产业”，发展前景广阔，它将很快成为规模巨大的产业。但是，主题公园在我国的发展时间不长，积累的经验不足，如何面对这一快速增长的需求，如何促进主题公园的良性发展，如何实现其与城市的共赢，对其多方面相关内容的研究将十分重要。其中，选址规划是主题公园能否开发成功的首要因素。

001

本书探讨了主题公园如何选址规划的问题，从其历史发展的选址演变谈起，研究选址的理论和方法，寻求认识论的宏观指导，进而具体分析主题公园选址与城市发展的互动关系，最后应用这些研究对山东乳山黄金公园进行案例分析，从实践的角度运用并检验理论的正确性。

本书的创新之处主要体现在以下方面：

（1）完善国内主题公园的研究内容

虽然在不少文章中对主题公园的选址都有所涉及，但是很少有专门对其选址规划进行系统研究的。笔者通过中国知识资源总库（CNKI）对“主题公园选址”进行了文献检索，显示没有任何相关的研究成果，因此，本书的研究可以进一步补充和完善国内主题公园的研究内容。



(2) 构建主题公园选址的理论和方法体系

主题公园选址研究涉及的理论和方法较多,其中理论体系包括区位理论、旅游心理学和行为学理论、旅游社会学与旅游人类学理论、可持续发展理论;方法体系包括市场分析法、AHP法、GIS法、SWOT法、双筛法。这一体系的构建为科学地指导主题公园的选址规划提供了保障。

(3) 研究主题公园选址与城市发展的互动关系

二者的互动关系将会促进共同的发展。主题公园选址需要的城市支持因素有:经济市场因素、社会文化因素、政治因素、自然因素、城市基本建设因素。主题公园选址对城市发展的影响为:推动城市经济发展、促进社会文化建设、改善城市生态环境、塑造城市空间形态、完善城市旅游功能。

另外,在本书的资料收集过程中,案例研究部分内容得到了北京土人景观规划设计研究院的大力支持,在此表示衷心的感谢!

第 1 章 绪论 / 001

- 1.1 问题的提出 / 001
- 1.2 研究的意义 / 003
- 1.3 国内外研究现状 / 005
- 1.4 研究的思路 / 006
- 注释 / 008

001

第 2 章 主题公园的发展及其选址演变 / 009

- 2.1 主题公园的涵义及其对选址特点的启示 / 009
- 2.2 主题公园的类型和特征 / 010
- 2.3 国外主题公园的发展历程及其选址演变 / 012
- 2.4 国际主题公园的发展趋势 / 016
- 2.5 我国主题公园发展现状及区位布局 / 018
- 注释 / 023

第 3 章 主题公园选址的理论和方法 / 025

- 3.1 主题公园选址的理论基础 / 025



3.2 主题公园选址的方法 / 045

注释 / 055

第 4 章 主题公园选址与城市发展 / 057

4.1 主题公园选址需要的城市支持因素 / 057

4.2 主题公园选址对城市发展的影响 / 074

注释 / 080

第 5 章 案例研究：山东乳山黄金公园选址分析 / 083

5.1 项目背景分析 / 083

5.2 黄金公园区位分析 / 091

5.3 城市支持因素分析 / 096

5.4 SWOT 分析 / 106

结语 / 109

参考文献 / 111

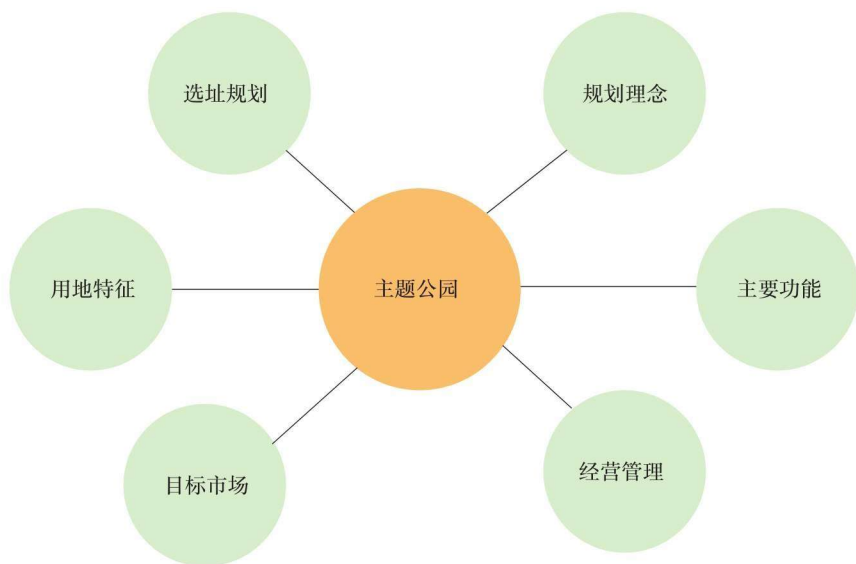
1.1 问题的提出

1955 年美国沃尔特·迪斯尼 (Walt Disney) 以其天才的想象力和创造力, 在美国洛杉矶建造了世界上第一个现代意义上的主题公园——迪斯尼乐园 (Disneyland)。随后, 它的发展和商业扩张启动并刺激了主题公园在全球的普及。20 世纪 80 年代初, 这一新生事物传入我国, 并以 1989 年深圳“锦绣中华”园的建设成为标志, 宣告主题公园落户中国。

所谓主题公园 (Theme Park), 是现代旅游业在旅游资源开发过程中产生的新的旅游吸引物, 是介于自然资源和人文资源之间的边际资源, 是信息资源与旅游资源相结合的休闲度假和旅游活动空间, 是根据一个特定的主题, 采用现代科学技术和多层次空间活动设置方式, 集诸多娱乐活动、休闲要素和服务接待设施于一体的现代旅游目的地^[1]。

作为一种新兴的旅游产品, 主题公园的运作涉及多方面的综合因素 (图 1.1), 如选址规划、主题创意、经营管理等, 其中选址是否适宜是其成功的首要因素。由于主题公园是一种投资大、风险高的旅游投资项目, 因此, 科学合理的选址是其投资成功的关键^[2]。

所谓选址, 即建设活动所需场所的选择过程。它是人类进行任何构筑活动的前提, 也是对客观物质环境的取舍过程。选址有着悠久的历史, 我国古代的建设



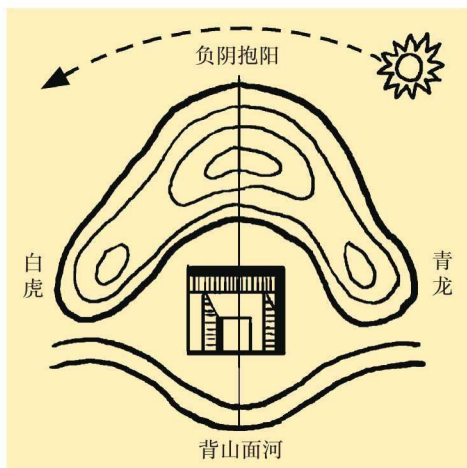
◎ 图 1.1 主题公园关键因素关系图

002

活动就特别重视选址，并在实践中总结形成了一套影响至今的理论学说——“风水”。

“风水”是一种朴素的选址理论，在指导实践过程中形成了一套完整的分析概念与技法体系，成为我国历代沿袭的选址与布局基本准则，其中诸如村落选址尊崇“枕山、环水、面屏”（图 1.2）或“背水、面街、人家”的因地制宜理念，在今天看来仍不失其合理性，而通过引水、植树、培土补山等做法改善非理想基地的状况，反映了风水学中值得赞许的不一味放弃也不完全“顺应”，而是积极发挥人的主观能动性的创造精神^[3]。

在西方世界，选址也始于人类活动的初始。公元 1 世纪初，古罗马建筑师



◎ 图 1.2 风水说的选址原则^[4]



维特鲁威在其著作《建筑十书》中进一步强调了选址的重要性。到了近代，欧美学者又开创了现代意义的选址理论——区位论，也就是研究人类选择空间活动区位的理论，其核心是经济行为的研究，具体内容将在第3章理论研究中阐述。

随着时代的发展，选址的理念和方法也在变化，如何以更新的选址方法解决现代新兴的主题公园建设问题即为本书研究的焦点。

1.2 研究的意义

1.2.1 良好的位址是主题公园发展的前提

旅游业是世界上成长最快的产业之一，现在正处于上升和发展期，是一项“朝阳产业”，它将很快成为世界上最大的产业之一。作为旅游业中增长最快的主题公园被寄予厚望，它更是被世界旅游组织（UNWTO）称为当前及未来国际旅游发展的三大趋势之一。根据世界旅游组织的预测，到2020年中国将成为世界第一大旅游目的地，每年将吸引1.4亿之多的国际游客，占全球国际游客总量的8.6%^[5]。面对这一迅速增长的旅游需求，如何向国际友人展现我国的旅游形象，如何接受国内旅游大潮的考验，主题公园的选址布局将成为关键因素。

同时，良好的位址也是主题公园自身持续发展的必要保证。主题公园的发展需要很多的城市支持因素，如区域经济水平、客源市场、交通条件等，这些因素都需要在选址规划时作出恰当的抉择，以便使主题公园获得良好的位址和充分的城市支持因素。详细内容将在第4章中介绍。

1.2.2 合理的选址会促进城市及区域的发展

主题公园界的领袖——迪斯尼乐园为其所在的城市带来巨大的经济效益，由其带动的酒店、餐饮、零售、交通运输等方面的消费数额惊人。尤其是迪斯尼的品牌渗透力非同一般，品牌价值高达170亿美元，位居全球第五。因此，有人说世界上许多城市梦寐以求的两个权利，一是奥运会的主办权，另一个就是迪斯尼



乐园的兴建权。其中任何一项权利的获得，都意味着市民信心（特别是在经济低迷时期）和城市形象的提升，就业机会和巨大利润的来临^[6]。

在亚洲金融危机爆发以后，香港经济受到很大的影响。为应对经济不景气，时任香港特区政府财政司司长曾荫权在财政预算案中，提出税务宽减、推动基建等刺激经济增长的举措，其中最受关注的首推迪斯尼乐园建造项目。这些都体现了主题公园选址对所在城市及区域发展的强大推动力，详细内容也将在第4章中介绍。

1.2.3 选址研究可以完善主题公园的研究内容

主题公园在国外已有50余年的历史，而在我国的发展还不长（详见第2章）。因此，从总体上看专门针对主题公园的研究并不是很多。1994年以后，以主题公园前期开发建设中的经验和教训为依据进行的研究逐渐增多，涉及的内容很多，如主题公园的概念和界定、主题公园的主题和理念、主题公园的经营管理等，在不少文章中对主题公园的选址也都有所涉及，但是很少有专门对其选址规划进行系统研究的。笔者通过中国知识资源总库（CNKI）（包括中国期刊、中国优秀硕士学位论文、中国博士学位论文、中国重要会议论文、中国重要报纸等全文数据库）对“主题公园选址”进行了文献检索，显示没有任何相关的研究成果，因此，本书的研究可以进一步补充和完善国内主题公园的研究内容。

1.2.4 研究选址可以科学的指导主题公园的选址规划

中国有句俗语“良好的开端是成功的一半”，因此，主题公园成功建设的首要因素——选址规划的作用毋庸置疑。据不完全统计，从1989年深圳“锦绣中华”主题园开业之后的十余年间，全国各地投资开发的主题公园已达2 500多个，沉淀资金超过3 000亿元，但其中70%处于亏损状态，20%持平，只有10%左右盈利^[7]。究其原因，选址规划不当是一个重要因素。因此，科学、理性的选址研究将为主题公园的选址规划及其未来发展奠定坚实的基础。



1.3 国内外研究现状

国外对主题公园选址的研究较多地集中在城市支持因素的分析上。如英国旅游局认为,主题公园的理想位置有以下几个条件:①在2小时车程的地域内有1200万以上的居民或离大的旅游度假区不到1小时车程;②为促销需要,主题公园必须邻近2个商业广告密集区;③最好与其他类型主题公园相邻;④距交通主干道在15分钟车程内^[8]。美国都市与土地协会的研究结论指出:主题公园一级客源市场最少需要200万人口,市场范围在50英里(80千米)或1小时汽车旅行时间距离内;二级客源市场也要有200万以上人口,距离在150英里(240千米)或3小时车程内,在此范围内,旅游者可以在当天往返。二级客源市场之外及流动人口属三级客源市场,旅行成本增高使得三级市场出游率明显降低^[9]。这些研究成果可以让我们在主题公园选址时有所参考,但是不能过分地依赖,必须立足于国情,从国内实际出发来分析研究。

005

近10年来,国内主题公园迅猛发展引起了社会的广泛关注,成为国内学术研究的焦点问题之一。通过对中国期刊全文数据库(CJFD)进行分析,我们总结出国内主题公园研究的基本路径——概念导入、方法创新和全面深入三个阶段^[10]。

(1) 概念导入研究(1994—1996年)

1994年以前,由于主题公园这种旅游形态刚刚进入国内,因而研究成果很少。1994—1996年,国内主题公园研究处于学术启蒙阶段,主要是围绕主题公园概念导入而展开的研究。保继刚(1994)在回顾国内外主题公园发展历程的基础上提炼了主题公园的概念和特点,分析了主题公园布局的影响因素,为兴建主题公园提供了理论依据;李海瑞和王兴斌(1995)从客源市场、景区规划、经营管理和人员结构4个方面总结了深圳华侨城3个主题公园的成功因素,提出了其他主题公园应根据自己的现实条件,择其可行者而借鉴之的忠告。这些学者的研究成果对主题公园的选址有所涉及,但明显不足。



（2）方法创新研究（1997—1999 年）

伴随新一轮主题公园的建设热潮，学术界的研究热情也逐渐高涨。该阶段研究成果不仅在数量上较多，而且在研究内容上有了明显的转移，主要集中在开发规划的研究上，形成了一个持续至今的学术热点。保继刚（1997）对影响主题公园发展的客源市场、交通条件、区域经济发展水平、城市旅游感知形象、空间集聚和竞争以及决策者行为等进行了系统分析，对主题公园选址的影响因素研究贡献较大。董观志（1999）通过实地调查，对深圳华侨城旅游客源市场分异规律进行了定量研究，分析了华侨城主题公园客源市场的基本特征，提出华侨城主题公园客源市场具有区域性、对铁路和高速公路高依赖性、与城市辐射力高关联性以及出游偏好趋同性等特征。他所做的游客行为调查研究对主题公园的选址规划有重要影响。

（3）全面深入研究（2000 年至今）

进入 2000 年，国内主题公园建设急剧增加，学术界开始把主题公园作为一个独立的经济行业进行研究，并成为一个新的学术热点。董观志（2000）出版了《旅游主题公园管理原理与实务》，作为国内主题公园研究的第一部学术著作，系统的理论研究成果受到了广泛关注。王欣（2000）从旅游区位、旅游资源、旅游配套设施、旅游消费结构和城市旅游形象 5 个方面分析了武汉市旅游业的发展现状，提出了发展主题公园对促进武汉市旅游业的积极作用。李舟（2001）通过分析华侨城 2000 年游客的调查数据，提出了游客行为对国内主题公园选址的重要影响。国家旅游局主办的“21 世纪中国主题公园发展论坛”（2002），使主题公园的研究更加全面深入。这一阶段的研究成果大大丰富了主题公园选址相关的研究内容。

1.4 研究的思路

本书通过对主题公园选址的基础理论和方法以及与城市发展的关系等问题的研究，为我国主题公园的选址规划提供科学合理的依据，进而在实践中指导山东



乳山黄金公园的选址规划。

本书共分5章,各章主要内容及研究框架结构如下:

第1章,绪论。从主题公园和选址的概念入手,提出研究主题公园的选址问题,进而从多个角度阐述研究这一问题的意义,然后分析国内外对这一问题的研究现状,最后阐明了本书整体研究的思路,为后文的展开作好背景铺垫。

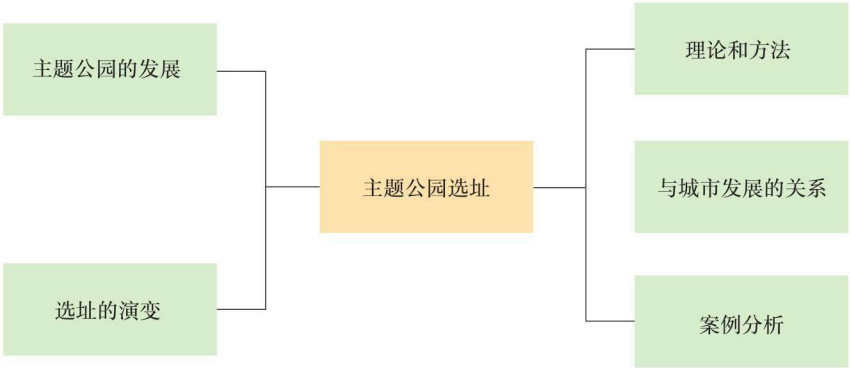
第2章,主题公园的发展及其选址演变。首先分析主题公园的涵义及其对选址特点的启示,简述主题公园的类型和特征,其次研究国外主题公园的发展历程及其选址演变,介绍国际主题公园的发展趋势,最后研究我国主题公园的发展现状及区位布局,以便对主题公园的选址历史有一个的认识。

第3章,主题公园选址的理论和方法。研究主题公园选址的理论基础,主要包括区位理论、旅游心理学和行为学理论、旅游社会学与旅游人类学理论、可持续发展理论以及这些理论对主题公园选址的启示;研究主题公园选址的方法,主要包括市场分析法、AHP法、GIS法、SWOT法、双筛法以及各种方法在主题公园选址中的应用。

第4章,主题公园选址与城市发展。从主题公园选址与城市发展的相互作用力入手,分析主题公园选址需要的城市支持因素及其对城市发展的影响,从城市和区域的角度研究二者的互动关系。

第5章,山东乳山黄金公园选址分析。从实践出发,应用前述理论和方法,结合案例进行分析,以求对主题公园的选址有一个全面的认识和理解。

结语。总结全书,对主题公园的选址有一个整体的认识,为今后的研究和应用奠定基础。



◎ 图 1.3 文章框架结构图

【注释】

- [1] 楼嘉军. 试论我国的主题公园 [J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 1998 (3): 47-51 .
- [2] 董观志, 孟清超. 主题公园选址的层次结构分析 [J]. 商业时代, 2006 (2): 79-80.
- [3] 范炜. 城市居住用地区位研究 [D]. 东南大学博士学位论文, 2003 : 4.
- [4] 转引自 [3] : 5.
- [5] 吴必虎. 区域旅游规划原理 [M]. 北京 : 中国旅游出版社, 2001 : 3.
- [6] 周忠. 迪斯尼争夺战 [J]. 南风窗, 1995(5) : 28-30.
- [7] 宋丁. 中国主题公园发展中的价值取向 [J]. 特区经济, 2003(1) : 41-44.
- [8] 曹晓珍. 中国主题公园的发展建设与规划研究 [D]. 北京林业大学硕士论文, 2006 : 23.
- [9] 吴必虎. 区域旅游规划原理 [M]. 北京 : 中国旅游出版社, 2001 : 380.
- [10] 董观志, 李立志. 近十年来国内主题公园研究综述 [J]. 商业研究, 2006(4) : 16-19.

第 2 章 主题公园的发展及其选址演变

2.1 主题公园的涵义及其对选址特点的启示

从前文已述概念中，我们可以看出主题公园有 5 个层次的涵义：a. 依托于现代旅游业的一种新型旅游产品；b. 整合自然资源和人文资源的人造资源；c. 为人们休闲、旅游提供活动空间；d. 围绕一个特定的主题组织活动；e. 采用现代科技的多层次综合功能的场所。

009

以上 5 层涵义也体现了主题公园选址的特点：

①以经济利益和市场开发为先导。主题公园和普通意义上的以社会效益为目标的城市公园有较大区别，经济利益是主题公园的生命线，它必须通过旅游产品的吸引力获得经济效益^[1]。因此，它的选址必然受到其商品属性的影响和市场经济规律的制约。

②不必局限于某个固定的自然资源，有可选择性。主题公园为拟态环境（或称模拟景观）的塑造，虽然在规划设计中大量利用自然环境，但必须有相当的人造因素^[2]，因此选址不必过于局限于某个自然资源，具有较为灵活的可选择性。

③不能过于远离客源集中地，以便游客抵达。主题公园通过为公众提供游览、娱乐及其相应的配套服务设施、项目来吸引旅游者，以实现其经济效益和社会效益^[3]。因此，其选址与客源集中地应有良好的交通，方便游客到达。

④不是单纯的景观欣赏，而是围绕一个特定的主题参与活动。主题公园内的



人造景观本身多由静物组成，具有一定的文化内涵和艺术欣赏价值，但作为旅游景区，还应具备趣味性、娱乐性及参与性等基本属性，方能吸引不同层次、不同目的、不同兴趣的游客前来。因此，需要设计一些能够突出自身主题特色的强参与性的有益项目。其方法可以从选址所在地的文化内涵出发，通过“主题”解释文化和传递文化^[4]，以满足旅游者精神生活上的需求。

⑤更多地表现着现代科技和人工的魅力。现代科学技术为人们创作出具有震撼性效果的游园线索与活动方式，使人回味无穷，但其成本较高，投资较大，且非一次性投入，建成后需要不断的资金注入以更新项目。而且景观一旦建成，很难再改作它用，这就决定了其市场准入门槛较高^[5]。因此，开发前应作好全面的市场调查和选址分析。

2.2 主题公园的类型和特征

010

美国经济研究所董事 Chris L. Yoshii 把主题公园分为以下 5 种基本类型^[6]：
(表 2.1)

(1) 目的地主题公园

目的地主题公园主要特点：年游客量在 500 万人次以上，游客市场为全国市场和国际市场。主题鲜明或有多个部分构成主要的品牌吸引力，有舒适的旅游住所，主要提供参与性娱乐项目，投资达 10 亿美元，如迪斯尼乐园、环球影城等。

(2) 地区性主题公园

地区性主题公园主要特点：年游客量在 150 万~350 万人次，具有一定主题的路线和表演，在项目设置上以观赏性的静态景观为主，有潜在的品牌，游客市场为省内市场和邻省市场，投资 2 亿美元左右，如海洋世界、海洋公园等。

(3) 游乐园

游乐园主要特点：年游客量在 100 万~200 万人次以上，位于城市周围，游客市场为所在城市，提供机械类的参与性游乐项目，主题和品牌影响有限。投资