



教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会规划教材

主题公园开发与管埋

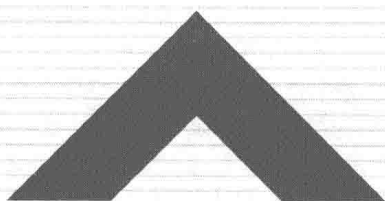
ZHUTI GONGYUAN KAIFA YU GUANLI

◎ 编著 梁增贤

游外借



重庆大学出版社



教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会规划教材

主题公园开发与管埋

ZHUTI GONGYUAN KAIFA YU GUANLI

◎ 编著 梁增贤

广东大学出版社

内容提要

本书集成了中国近30年主题公园开发和管理的实践经验和理论研究成果,以编者多年来的教学实践、研究积累、规划开发、咨询经验和行业观察为基础,系统分析了主题公园的社会起源及其演变,梳理了全球主题公园产业发展的格局和趋势,借助丰富的案例,深入解析主题公园的战略管理、主题管理、盈利模式管理、投资和财务管理、市场评估和营销、季节性与游客管理、组织和人力资源管理、安全管理和社会责任、规划管理与配套建设以及外部影响及其调控等方面的管理知识和方法。

本书适合旅游管理、酒店管理(含俱乐部管理)、会展经济与管理和文化产业管理等专业的本科生、研究生作为教材使用,对从事旅游研究、休闲研究、城市规划、公园管理研究的高校教师、专家学者、研究生,各级政府 and 旅游主管部门行政人员,以及主题公园规划、开发、管理的企业人士也有帮助。

图书在版编目(CIP)数据

主题公园开发与管理 / 梁增贤编著. -- 重庆:重庆大学出版社, 2019.1

教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会规划教材

ISBN 978-7-5689-1068-2

I. ①主… II. ①梁… III. ①主题—公园—经营管理—高等学校—教材 IV. ①G246

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第171621号

教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会规划教材

主题公园开发与管理

梁增贤 编 著

责任编辑:丁 佳 版式设计:丁 佳

责任校对:万清菊 责任印制:张 策

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:易树平

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

重庆升光电力印务有限公司印刷

*

开本:787mm×1092mm 1/16 印张:17.75 字数:411千

2019年3月第1版 2019年3月第1次印刷

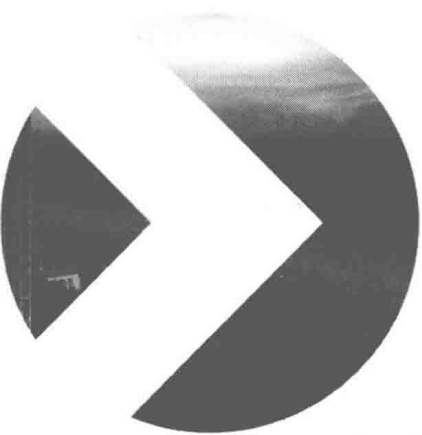
印数:1—3 000

ISBN 978-7-5689-1068-2 定价:45.50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



编委会

主 任 田 里

副主任 马 勇 高 峻 易树平

委 员 (以姓氏笔画为序)

王天星	王承云	瓦哈甫·哈力克
卢 晓	光映炯	任国岩 刘 伟
江金波	江燕玲	李云鹏 李伟清
李勇平	李 海	李 雯 吴国清
何建民	张广海	张玉均 张河清
张健康	张朝枝	林德荣 周 杰
周 毅	赵书虹	钟永德 黄立萍
梁增贤	程瑞芳	舒伯阳 蔡清毅

总序

一、出版背景

教材出版肩负着吸纳时代精神、传承知识体系、展望发展趋势的重任。本套旅游教材出版依托于当今发展的时代背景。

一是坚持立德树人,着力培养德、智、体、美全面发展的中国特色社会主义事业的合格建设者和可靠接班人。深入贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想,以理想信念教育为核心,以社会主义核心价值观为引领,以全面提高学生综合能力为关键,努力提升教材思想性、科学性、时代性,让教材体现国家意志。

二是世界旅游产业发展强劲。旅游业已经发展成为全球经济中产业规模最大、发展势头最强劲的产业,其产业的关联带动作用受到全球众多国家或地区的高度重视,促使众多国家或地区将旅游业作为当地经济的支柱产业、先导产业、龙头产业,展示出充满活力的发展前景。

三是我国旅游教育日趋成熟。2012年教育部将旅游管理类本科专业列为独立一级专业目录,下设旅游管理、酒店管理、会展经济与管理、旅游管理与服务教育4个二级专业。截至2016年年底,全国开设旅游管理类本科的院校已达604所,其中,旅游管理专业526所,酒店管理专业229所,会展经济与管理专业106所,旅游管理与服务教育31所。旅游管理类教育的蓬勃发展,对旅游教材提出了新要求。

四是创新创业成为时代的主旋律。创新创业已成为当今社会经济发展的新动力,以思想观念更新、制度体制优化、技术方法创新、管理模式变革、资源重组整合、内外兼收并蓄等为特征的时代发展,需要旅游教材不断吸纳时代进步的智慧精华,不断体现社会经济发展的轨迹。

二、知识体系

本套旅游教材作为教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会(以下简称“教指委”)的规划教材,体现并反映了本届“教指委”的责任和使命。

一是反映旅游管理知识体系渐趋独立的趋势。经过近30年来的发展积累,旅游管理学科在依托地理学、经济学、管理学、历史学、文化学等学科发展的基础上,其知识的宽度与厚度在不断增加,旅游管理知识逐渐摆脱早期对其他学科的依附而不断显示其知识体系成长

的独立性。

二是构筑旅游管理核心知识体系。旅游活动无论是作为空间上的运行体系,还是经济上的产业体系,抑或是社会生活的组成部分,其本质都是旅游者、旅游目的地、旅游接待业三者的交互活动,旅游知识体系应该而且必须反映这种活动的性质与特征,这是建立旅游知识体系的根基。

三是构建旅游管理类专业核心课程。作为高等院校的一个专业类别,旅游管理类专业需要有自身的核心课程,以旅游学概论、旅游目的地管理、旅游消费者行为、旅游接待业作为旅游管理类专业核心课程,旅游管理、酒店管理、会展经济与管理、旅游管理与服务教育4个专业再确立3门核心课程,由此构成旅游管理类专业“4+3”的核心课程体系。确定专业核心课程,既是其他管理类专业成功且可行的做法,也是旅游管理类专业走向成熟的标志。

三、教材特点

本套教材由教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会组织策划和编写出版,自2015年启动至今历时3年,汇聚了全国一批知名旅游院校的专家教授。本套教材体现出以下特点:

一是准确反映国家教学质量标准的要求。《旅游管理类专业本科教学质量国家标准》既是旅游管理类专业本科专业的设置标准,也是旅游管理类专业本科专业的建设标准,还是旅游管理类专业本科专业的评估标准,其重点内容是确立了旅游管理类专业“4+3”核心课程体系。“4”即旅游学概论、旅游目的地管理、旅游消费者行为、旅游接待业;“3”即旅游管理专业(旅游经济学、旅游规划与开发、旅游法)、酒店管理专业(酒店管理概论、酒店运营管理、酒店客户管理)、会展经济与管理专业(会展概论、会展策划与管理、会展营销)的核心课程。

二是汇聚全国知名旅游院校的专家教授。本套教材作者由“教指委”近20名委员牵头,全国旅游教育界知名专家和教授,以及旅游业界专业人士合力编写。作者队伍专业背景深厚,教学经验丰富,研究成果丰硕,教材编写质量可靠,通过邀请优秀知名专家和教授担纲编写,以保证教材的水平和质量。

三是依托“互联网+”的技术支撑。本套教材依托“互联网+”,结合线上线下两个层面,在内容中广泛应用二维码技术关联扩展教学资源,如导入知识拓展、听力音频、视频、案例等内容,以弥补教材固化的缺陷。同时也启动了将各门课程搬到数字资源教学平台的工作,实现网上备课与教学、在线即测即评,以及配套教师上课所需的教学计划书、教学PPT、案例、试题、实训实践题,以及教学串讲视频等,以增强教材的生动性和立体性。

本套教材在组织策划和编写出版过程中,得到了教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会各位委员、业内专家、业界精英以及重庆大学出版社的广泛支持与积极参与,在此一并表示衷心的感谢!希望本套教材能够满足旅游管理教育发展新形势下的新要求,能够为中国旅游教育及教材建设的开拓创新贡献力量。

教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会

2018年4月

前言

中国主题公园产业若从1983年开业的中山“长江乐园”算起,到深圳“锦绣中华”的神话,欢乐谷的全国连锁布局、长隆的崛起、方特的突起,以及海昌和宋城分别专注于海洋动物和影视演艺,加之迪士尼乐园、环球影城布局香港、上海和北京,已经走过30多年历程,进入全球化竞争时代。一方面,中国主题公园品牌迅速崛起,不仅有传统的旅游企业集团,而且万达、恒大等房地产企业也加入进来;另一方面,国际品牌主题公园纷纷布局中国,除已有的迪士尼、环球影城外,六旗、雪松市集、默林娱乐等企业也在以不同的合作方式加紧进军中国市场。中国已经成为全球主题公园产业增长最快的国家之一。2016年,全球主要主题公园的市场增长率为4.3%,其中很大一部分增长来自中国。今天,有3家来自中国的主题公园企业集团位列全球前十,13家中国主题公园的接待量位列亚太地区前20名。未来5年,中国新增主题公园将超过50个。中国主题公园的专业化程度不断提升,投资规模不断增加,管理要求不断提高,对管理人才的需求也在不断加大。

2013年起,中山大学旅游学院应中国主题公园管理人才的需求,开设了《主题公园管理》课程,笔者一直担任主讲。为了让学生能够理论联系实际,学院每年派出大量学生到深圳欢乐谷、珠海长隆海洋王国等主题公园开展为期两个月的实习,并与美国奥兰多迪士尼合作,每年派出若干学生到迪士尼乐园实习半年,至今已经实施4年。一批具有主题公园管理专业知识和实践经验的本科毕业生已经走上工作岗位。作为主讲人,笔者从2007年开始从事主题公园研究,先后跟随董观志教授、保继刚教授开展相关课题研究,相继完成了关于主题公园的硕士、博士论文,并发表了一系列有关主题公园研究的论文,与华侨城集团、中国旅游集团(前身是港中旅集团)、长隆集团建立了良好关系,对主题公园管理的实践具有深刻的了解。多年来,笔者深知中国主题公园管理缺乏专业的知识、技术和方法,更缺乏专业性、针对性强的教材。现有的一些主题公园相关的教材和专著,要么套用管理学的大理论稍作调整,针对性不强,缺乏实践验证;要么过于学术或泛泛而谈,学生难以得其要领。

不同于一般旅游景区,主题公园是土地集约型、资本密集型、技术密集型、劳动密集型和

游客密集型景区。一个占地 500 亩^①的主题公园一年可能要挤进 350 万人,旺季一天最高要接待超过 5 万人,这对主题公园的开发、规划和管理提出了很高的要求,需要专门的知识和方法。中国主题公园的管理知识和方法最初来源于一线实践,而非课堂教学。华侨城集团、中国旅游集团、长隆集团等企业进行了长期的摸索,自成体系。国外亦如此,也没有专业教材,相应的培训材料和管理指南皆掌握在一线企业手里。显然,主题公园企业才是主题公园管理最好的“课堂”,然而这样的“课堂”传教太慢,系统性、专业性和稳定性缺乏保障,加之主题公园管理人员流动率较高,中国新增的主题公园又很多,这种传统的传授制很难满足中国主题公园产业快速增长的管理人才需求。

2015 年年底,笔者受教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会邀请,编写一本关于主题公园管理的“十三五”规划教材,面向本科院校学生。接此重任,深知其对中国主题公园未来发展之重要意义,笔者开展了系列调研,走访了一些主题公园企业,访谈企业高管,深入管理一线,期间主持和参与了几项主题公园课题,为本书成稿提供了基础素材。综合而言,本书的知识和方法主要来源于:第一,多年课堂教学经验的积累,在对讲义进行持续更新的基础上,将核心内容转化为本书;第二,十余年研究成果的积累,从主题公园的容量管理和游客管理、旅游流季节性和营销、主题公园就业、主题公园影响,到主题公园与城市发展均有一手研究成果;第三,多年的规划和管理咨询服务,为了解主题公园运营管理提供了全面、深度可视的窗口;第四,长期的行业观察,与业内人士进行了广泛而深入的交流,对相应知识和方法进行了验证。与此同时,保继刚院长和学院同事以及在主题公园管理一线的毕业生的建议给予了本书极大的增益。

此书定名为《主题公园开发与管理》,一方面源于课程设置需要,另一方面则源于笔者深知主题公园规划开发与运营管理密不可分。如果公园规划开发存在硬伤,后期的运营管理将面临巨大困难,此例颇多。开发即管理,管理涉开发,书中为此单列一章强调规划管理之重要性。当然,关于主题公园区位选址、场地规划、分区设置、功能布局、景观设计等规划开发内容,在此并未全面详述。这是另一门偏理工科的系统知识和方法,需另立一书以详解。

本书的成稿,首先要感谢保继刚教授和董观志教授。二位教授在主题公园领域为我及本书提供了诸多指导和帮助。感谢中国旅游研究院陈文杰院长,华侨城集团古诗韵博士和王刚博士,以及深圳主派的马嘉骏老师,开辟了我了解一线管理的路径。感谢张朝枝教授和 *The Global Theme Park Industry* 的作者西班牙罗维拉-威尔吉利大学的 Salvador Anton Clavé 教授给予的帮助。最后要感谢中国旅游集团、华侨城集团、长隆集团、迪士尼集团,及其下属主题公园为编者调研提供的帮助。

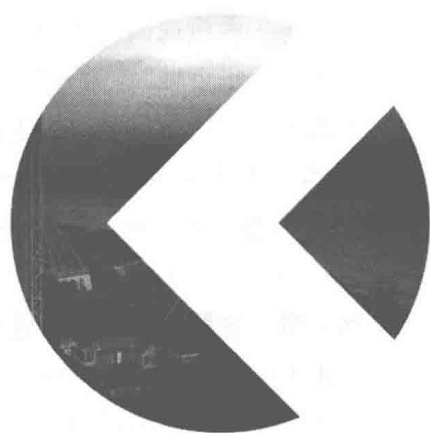
梁增贤

广州康乐园

2018 年 3 月 26 日

^① 1 亩≈666.667 平方米,下同。

目 录



第1章 主题公园的社会起源与演变	1
1.1 市集娱乐与欧洲公园	1
1.2 世界博览会的娱乐化	4
1.3 美国游乐园的兴衰史	6
1.4 影视动漫发展的启示	9
1.5 现代主题公园的诞生	10
1.6 主题公园的特征和类型	12
本章小结	13
复习思考题	14
第2章 主题公园的产业格局与趋势	15
2.1 全球主题公园的产业格局	15
2.2 北美主题公园演化与扩张	18
2.3 欧洲主题公园兼并与重组	20
2.4 亚洲主题公园的迅速崛起	23
2.5 其他地区主题公园的发展	24
2.6 全球主题公园的发展趋势	26
本章小结	27
复习思考题	27
第3章 主题公园的战略管理	30
3.1 华特迪士尼的全球化战略	30
3.2 默林娱乐横向一体化战略	36
3.3 环球影城纵向一体化战略	40

3.4	六旗规模化连锁发展战略	44
3.5	华侨城“旅游+地产”战略	48
3.6	雪松市集城市级主题公园战略	53
	本章小结	55
	复习思考题	56
第4章	主题公园的主题管理	57
4.1	主题的作用	57
4.2	主题的选择	59
4.3	主题的分区	62
4.4	主题的更新	65
	本章小结	68
	复习思考题	69
第5章	主题公园产品项目的选择	70
5.1	乘骑器械项目的选配	70
5.2	演艺活动项目的策划	75
5.3	水上项目的配比设置	79
5.4	餐饮与购物设施配比	82
	本章小结	89
	复习思考题	90
第6章	主题公园的盈利模式管理	91
6.1	盈利模式的基本概念与理念	91
6.2	主题公园的利润来源分析	96
6.3	主题公园盈利模式管理	103
	本章小结	110
	复习思考题	111
第7章	主题公园的投资与财务管理	112
7.1	主题公园投资的盈亏平衡分析	112
7.2	基于盈亏平衡的投资与财务模拟	117
7.3	主题公园投资和财务状况分析	118
7.4	主题公园更新的计划与节奏	121
	本章小结	124

复习思考题	125
第 8 章 主题公园的合格市场与市场评估	126
8.1 主题公园的合格市场	126
8.2 主题公园市场渗透率	132
8.3 主题公园市场重游率	140
本章小结	144
复习思考题	145
第 9 章 主题公园的季节性与游客管理	147
9.1 主题公园季节性的理论与方法	147
9.2 主题公园的首期效应	150
9.3 主题公园的年际波动	150
9.4 主题公园的月际波动	154
9.5 主题公园的周内波动	155
9.6 主题公园的日内波动	157
9.7 主题公园的游客管理	158
本章小结	160
复习思考题	161
第 10 章 主题公园的市场细分与营销	163
10.1 主题公园市场营销的理论与方法	163
10.2 主题公园的细分市场	169
10.3 主题公园市场营销计划	174
10.4 主题公园会员制与会员市场	180
本章小结	187
复习思考题	187
第 11 章 主题公园组织结构与人力资源管理	190
11.1 主题公园的组织结构	190
11.2 主题公园就业的特征	195
11.3 主题公园的人力资源管理	199
本章小结	211
复习思考题	211

第 12 章 主题公园的安全管理与社会责任	213
12.1 主题公园的安全风险	213
12.2 主题公园的安全管理	218
12.3 主题公园的社会责任	224
本章小结	227
复习思考题	228
第 13 章 主题公园规划管理与配套建设	230
13.1 主题公园规划与规划管理	230
13.2 区域和城市规划中的主题公园	239
13.3 主题公园与旅游地产	245
13.4 主题公园的配套建设	252
本章小结	254
复习思考题	255
第 14 章 主题公园的外部影响与调控	258
14.1 主题公园的社会经济影响	258
14.2 主题公园的社会文化影响	264
14.3 主题公园的环境影响	266
本章小结	270
复习思考题	270

第 1 章

主题公园的社会起源与演变

现代主题公园由欧洲早期的市集娱乐、欧洲公园、博览会以及美国游乐园发展而来,应用影视动画的再现技术,并在全球发展中融入地方元素,逐渐成为当代最受欢迎的城市娱乐空间之一。那么,主题公园与游乐园有何区别?主题公园发展演变与整个社会经济环境的变化有何关系?技术进步如何推动主题公园娱乐更新?当代主题公园有哪些类型?具有哪些特点?迪士尼乐园对世界主题公园产业的贡献是什么?

【本章学习目标】

1. 了解主题公园的起源及其演化。
2. 了解迪士尼乐园的历史意义和作用。
3. 掌握主题公园的本质,了解主题公园与游乐园的区别。
4. 学会分析社会经济发展、技术进步等因素对主题公园发展的影响。

1.1 市集娱乐与欧洲公园

现代主题公园起于 1955 年 7 月 17 日在美国阿纳海姆开业的迪士尼乐园,但现代主题公园的物质形态和文化元素可以追溯到欧洲中世纪的市集娱乐(Fairs),后来在其演化发展过程中,汲取了欧洲公园的场地设计、世界博览会的主题化、美国游乐园(Amusement Park)的游乐要素以及影视动漫的再现手法,逐渐形成符合现代大都市城市娱乐需求的游乐空间。游乐空间(Amusement Scape)从市集到游乐园再到主题公园的演化历程,实际上反映了欧美社会从农业社会、工业社会到后工业社会的变迁,见表 1.1。

表 1.1 西方国家游乐区的发展阶段

比较项目	前现代	现代	现代晚期
社会形态	农业社会	工业社会	后工业社会
形式	市集	游乐园	主题公园
案例	伦敦圣巴多罗买市集	纽约科尼岛	佛罗里达迪士尼世界
地点	街区	海滨	郊区
边界	开放的	半开放的	封闭的
时间	宗教节庆的	季节性的	全年性的
动机	庆祝宗教节日/商品交换	利益/文明化/娱乐消遣	分红/工作/快乐
目的	表现	教育/文化	娱乐
参与者	朝圣者/乡下人	工人阶层	中产阶层
市场控制	共同体	垄断者	供不应求
交通	步行/马车	无轨电车	汽车/飞机
表现样式	寓言故事	现实故事	超现实/幻象
产品	由谁生产	为谁生产	消费者/促销
模仿原型	教堂/君主	上流社会	日常生活/科技
动物形象	猪	大象	老鼠
年代	1500—1850	1850—1960	1960 至今

资料来源:Botterill, 1997:46,有调整。

在中世纪的欧洲,交易规模小、交易频率低,城市是农业社会的中心,南来北往的商旅、朝圣者定期汇聚于城市的市集,进行集中贸易,吸引了大批城市居民和进城的乡下人。市集是临时的,商旅需要花费数天到达,并在短暂停留售卖之后,转到下一个城市市集。欧洲中世纪市集的起源可以追溯到古罗马时期。最古老的欧洲中世纪市集是出现于 630 年的巴黎圣德尼斯(Saint-Denis)市集,每年的 10 月 3 日后举行 4 周。进入 12 世纪,欧洲市集开始进入繁荣期,最著名的市集当属 12—13 世纪法国的香槟市集(Champagne Fairs),不仅交易货物的种类和数量增加了,市集上还开始出现一些表演各种杂耍、展示各国新奇玩意的娱乐艺人。香槟市集是当时法国东部香槟(Champagne)和布里耶(Brie)地区几个城市年度巡回系列市集的统称,吸引了来自欧洲各国乃至中东地区的商旅、朝圣者和艺人。每到市集日,城市居民以及乡下人携幼扶老聚集于此,购买生活所需物,欣赏奇货和异国表演。这种年度集中式的聚会甚至会持续到夜晚,成为城市居民一年中最向往的娱乐时光,市集日甚至演变成一些城市的年度狂欢节,保留至今。

到中世纪末,随着贸易量和交易频率的增加,市集逐渐在一些城市固定下来,成为长期的、综合的贸易场所,如 15 世纪尼德兰的安特卫普市集(Antwerp Fair),并最终演变成交易所。16 世纪末,阿姆斯特丹交易所的建立成为西欧商业向近代转变的重要标志之一。此

后,欧洲其他较为重要的商业城市,如威尼斯、热那亚、伦敦等陆续建起了多功能的国际商品交易所。因此,安特卫普和阿姆斯特丹的商品交易所是西欧商业史上的里程碑。伴随着交易所的建立,商业空间变得专业化,市集娱乐作为附属品在这些交易所零星分布。市集娱乐培养了欧洲人集中娱乐的习惯,并建立了娱乐与商业的天然联系,并被后来的主题公园所传承。

18世纪中叶开启的工业革命不仅改变了欧洲的城市和经济格局,也重塑了城市娱乐的形式和内容。首先,“圈地运动”将人们赶到城市,城市人口规模暴增,人口密度上升;其次,机械化大生产解放和发展了劳动力,城市工人的闲暇时间比农业社会时期增加;再次,富余的劳动剩余为人们的休闲娱乐享受提供了可能;最后,技术革命为城市娱乐带来了新的体验。这一切导致了欧洲工业社会时期的一大矛盾,即日益增长的城市休闲娱乐需求与严重短缺的城市休闲娱乐供给之间的矛盾。为了解决这一矛盾,一些国家将皇家园林或贵族园林改造成市政公园,例如英国和法国。

工业化背景下,公园和花园的建立是城市化的反映。无论是原生态的,还是经改造的自然,均变成了一种城市空间,社会试图通过保留它、把它融入城市或发挥它的休闲作用等途径来接近它。起初,这些公园或花园只是欧洲封建贵族独享的城市空间。随着工业革命的深化,新兴资产阶级崛起,工人阶层成为城市大众,而贵族逐渐走向没落。贵族的公园、庄园或者花园要么开放给新兴阶层,要么干脆被收购并加以改造后成为供大众使用的城市空间。其中最具特色的是沃克斯豪尔花园(Vauxhall Gardens),1661年最初创建时叫“新春天花园”,1728年更名为“沃克斯豪尔花园”。1785年,沃克斯豪尔花园向市民,主要是贵族和新兴资本家开放,并收取一定的门票(最初是1先令),且要求着盛装入园。开放的沃克斯豪尔花园并未进行过多改造,在中世纪欧洲规整几何园林的基础上,加入了走钢丝、热气球、音乐会和烟火表演这些活动,见图1.1。



图 1.1 沃克斯豪尔花园内的娱乐表演(1779 年)

图片来源:Rowlandson 1779,收藏于美国国会图书馆(ID ppmsca. 05671)。

1843 年,位于丹麦哥本哈根的蒂沃利公园(Tivoli Gardens)以全新设计建造的方式开业,最初只是群众集会、跳舞、看表演和听音乐的场所,后来逐渐加入游乐项目,至今仍然营业,成为欧洲最著名的主题公园之一。2016 年,蒂沃利公园接待游客 464 万人,接待量位列欧洲第五。^①由于公共资金有限,市政府不可能投入过多的资金用于公园的建设,需吸引民间资本。同时,人们已经逐渐意识到房地产会因为公园的开发而升值。早在 19 世纪初,英国地方政府创造性地建立了“公园+房地产”的开发模式,用房地产销售和收取地产升值税等方式,反哺公园投资和日常运营。英国伦敦的摄政公园(Regent's Park)和利物浦的伯肯黑德公园(Birkenhead Park)是当时的典范。以伯肯黑德公园为例,政府投资 1 340 万美元购买 225 英亩^②土地,其中 125 英亩用于建设伯肯黑德公园,剩余 100 英亩用于开发房地产。最终房地产销售收入 2 190 万美元,不仅支付了公园的建设费用和土地成本,且有巨额盈余,还能从未来的房产税中获得持续的收入用以支付公园的发展,是一项获利的投资。欧洲公园通过改造自然,加入人文要素,在城市有限的空间集中布局休闲娱乐项目的城市休闲空间建设的方式迅速被世界其他地方学习,并成为后来游乐园和主题公园发展的参照。

1.2 世界博览会的娱乐化

除了新建的公园,欧洲传统的市集、交易所乃至博览会也呈现娱乐化。进入 19 世纪,欧洲市集演变成国际化的博览会,市集娱乐业逐渐变化。传统博览会的主要功能是交换商品,而新的博览会旨在鼓励消费,并展现进步的思想、新的意识形态和革命性的技术创新。在这样的背景下,不仅是采购商,游客也成为博览会的主要市场,见表 1.2。

表 1.2 第二次世界大战之前的世界博览会

年份	地点	名称	面积/公顷 ^③	游客量/百万人次
1851	伦敦	万国工业工程博览会	10.4	6
1855	巴黎	工业世界博览会	13.6	5.1
1862	伦敦	1862 年国际展览会	10	6.2
1867	巴黎	世界博览会	50	11
1873	维也纳	维也纳世界展览会	250	7.2
1876	费城	百年博览会	175	10.1
1878	巴黎	世界博览会	70	16

① TEA/AECOM. The Global Attractions Attendance Report for 2016[R]. Themed Entertainment Association (TEA), 2017.

② 1 英亩=0.004 0469 平方千米,下同。

③ 1 公顷=0.01 平方千米,下同。

续表

年份	地点	名称	面积/公顷	游客量/百万人次
1879	悉尼	悉尼国际博览会	6	1.1
1880	墨尔本	国际博览会	19.2	1.3
1888	巴塞罗那	巴塞罗那世界博览会	N/A ^①	N/A
1889	巴黎	世界博览会	90	32.2
1893	芝加哥	哥伦布世界博览会	278	27.3
1900	巴黎	世界博览会	69.2	6.1
1904	圣路易斯	路易斯安那购买博览会	508	19.6
1906	米兰	国际展览会	100	5.5
1910	布鲁塞尔	环球国际展览会	88	13
1911	都灵	产业与劳动力的国际展览会	98.8	4
1913	根特	工业世博会	123.6	11
1915	旧金山	巴拿马太平洋万国博览会	254	18
1929	巴塞罗那	巴塞罗那国际展览会	120	N/A
1933	芝加哥	百年国际展览会	169.6	48.7
1935	布鲁塞尔	布鲁塞尔环球国际展览会	125	20
1937	巴黎	国际艺术与现代生活技术展览会	100	34
1939	纽约	纽约世界博览会	486.4	44.9

资料来源:Canogar, 1992。

1893 年在芝加哥召开的世博会是第一届为游乐活动开辟独立空间——大道乐园 (Midway Plaisance) 的世博会。1 000 米长的步行大道布满了表演和民营企业运行游戏的商店。Zukin(1995:56)认为,芝加哥博览会启发了华特·迪士尼,令他产生了为人们创造一个获得快乐和知识的娱乐空间的想法。大道乐园内最著名的就是摩天轮。这个摩天轮高 80 米,有 36 个车厢,每个车厢可以载 60 人,最多可承载 2 160 人。博览会期间,145 万人次以每人每次 50 美分的票价,享受 20 分钟摩天轮的震撼,见图 1.2。芝加哥世界博览会首次建立了统一的卫生清洁系统,并建设了大型的内部交通体验网络,推行广告,更为重要的是,这次博览会按照不同国家或地区划分主题分区,大道乐园内拥有开罗的标志性街道、波斯宫殿、土耳其村、日本市集、基拉韦厄火山、维也纳咖啡馆以及埃菲尔铁塔的微缩模型。这种主题分区的理念被后来的主题公园所借鉴。

芝加哥世界博览会的成功,证明了在 19 世纪末的欧美,已经有数以百万计的人们愿意为了娱乐而消费,他们甚至乐于为此进行一次长途旅行。铁路、电车公司、酒店、餐馆、酒厂

① N/A 意为未找到数据。