

■迪士尼冲击波

编者按

在推进供给侧结构性改革的大背景下,转型升级,打造高品质服务给游客提供更好的体验,对旅游产业来说同样迫在眉睫。6月16日,上海迪士尼将正式开园,这个世界级乐园不仅给中国游客带来了全新的体验和消费观念的冲击,对旅游行业来说同样是一次通过观察学习谋求转型升级的机会。



上海迪士尼度假区正式启动运营测试以来,最受欢迎的项目莫过于花车巡游。 据东方网

一张门票近500元玩的就是高端,开业前两周都已卖光 游客已“哭晕”,迪士尼照赚钱

距离6月16日上海迪士尼正式开园,还有不到一个月的时间,5月19日,据上海迪士尼相关负责人介绍,开业前两周门票已售罄,门票销售已卖到9月30日。但就在不久前,上海迪士尼试运营,第一拨游客进园之后,一篇“游客已哭晕”的帖子刷了屏。帖子对上海迪士尼乐园吐槽主要集中在其昂贵的餐饮和背包、圆珠笔等衍生品上。上海迪士尼乐园消费到底算不算贵?它为什么敢定这么高的价?

本报记者
张亚楠 乔显佳 景佳

一家三口玩一天 2000元打不住

15元一瓶的可乐、冰红茶,95元一桶的爆米花以及动不动几百元的玩偶,这就是第一拨进园游客遇到的情况。针对去上海迪士尼游玩,有人算了一笔账,包括门票、餐饮、交通、纪念品,一家三口去一趟,只玩一天的话,2000元打不住,两天的话加住宿至少要5000元。

事实上,在美国,迪士尼乐园也同样被抱怨超出了中产家庭的消费能力。不过,从迪士尼市场定位看,迪士尼定位是高端主题乐园,高价是其品牌价值与市场号召力的体验,在高端主题乐园这个市场上,迪士尼是最具影响力的大牌,所以,它享有充分的定价权。

富华游乐园副总经理姜海锋告诉记者:“迪士尼对中高端家庭游客有很强的吸引力,因其较高的门槛和花费,会阻挡住很多工薪族游客的步伐。”

票价近500元 与香港东京看齐

仅从门票来看,玩一天2000元、周末、节假日门票499元贵吗?

如果跟国内已有主题公园相比,近500元的门票的确贵。但如果拿上海迪士尼跟现有的迪士尼乐园相比,门票价格几乎相当。香港迪士尼一日门票约450元人民币。东京迪斯尼成人票价约377元人民币,这个价格与上海迪士尼乐园工作

日价格相当,要比周末、节假日价格便宜不少。

尽管价格相当,但三地游客对同样水平的价格感觉却不一样,因为上海、东京、香港三地收入水平相差悬殊。

根据日本总务省统计局2015年统计数据,东京人均可支配收入约10.5万元人民币。根据香港特区政府统计处2011年的人口普查数据,香港2011年人均可支配收入已达约11.7万元。根据第一财经日报的数据,2015年上海城镇常住居民人均可支配收入约5.3万元人民币,这个数字刚到东京人均可支配收入一半,且不及香港人均可支配收入的一半。这还只是中国经济最发达的城市上海的水平。

门票曾三连涨 游客量不降反升

对于迪士尼来说,大多数人逛不起不重要,只要有足够的人买得起就行了。

事实上,高价正是迪士尼限流的一种方式,比如迪士尼高峰日的票价就定在了499元。不光如此,参与上海迪士尼乐园培训的一位门票代理商告诉齐鲁晚报记者,迪士尼为保证游客体验,对门票也采取了限售。

虽然这种高价限流遭到很多人吐槽,但却不能寄望于行政手段强行干预。

事实上,迪士尼非但不觉得自家卖贵了,还觉得卖便宜了呢!在2015年,香港迪士尼的门票连续第三年上调,单日标准门票和儿童票价格分别上涨为539港元和385港元,涨幅超8%,两日票的涨幅达到9%左右。但在这轮涨价中,游客

人数不降反升,这就是市场用脚投票。香港迪士尼乐园在2013年票价出现17.2%的最高涨幅后,游客量出现10%的增长,达到740万人次。2014年,游客量再增10万,同时访客的人均消费同比增长11%。

童话氛围的营造 让游客心甘情愿买单

公开数据显示,迪士尼乐园60%的收益来自衍生品等二次消费。比如上海迪士尼乐园里240元一个的中号米奇公仔,342元一个的米奇书包,326元一个的冰雪奇缘公主玩偶。此外,乐园里上演的百老汇音乐剧《狮子王》也需要单独购票。

为什么迪士尼敢于把门票、周边的价格定这么贵?为什么有那么多人买单?

几年前,韩女士曾去过香港的迪士尼乐园,至今,她仍对那次游玩念念不忘。她说,从一进园区坐上游览的小火车开始,就感受到了浓浓的童话氛围,“一天下来很开心,像是回到小时候。”

不止一名迪士尼游客表示,要比游乐设施的惊险刺激,可能迪士尼并不比国内其他大型游乐场更有优势,迪士尼的特别之处在童话氛围的营造。

童话氛围的营造靠的是迪士尼旗下一系列深入人心的经典动画形象,这是其他主题公园无法做到的。米老鼠、唐老鸭、灰姑娘、白雪公主、美人鱼这些经典IP(知识产权的英文简称),迪士尼通过90年的努力,创造了一系列的大IP,最近20年,它先后收购了皮克斯工作室、漫威动画、卢卡斯影业等一批公司,进而拥有了一批新的IP。

延伸阅读

为保证高品质,海报贴膜都派专人

山东嘉华旅游是上海迪士尼在山东市场的唯一代理商,该公司一位高管也注意到了网上流传的这些“负面感受”。在她看来,网友有这些吐槽很正常,但未必会影响游客对迪士尼的热情。

去年上海迪士尼乐园主体建筑完工之际,她有机会入园参观,迪士尼留给她最深的印象是工作人员严谨、细致、认真的工作态度。她告诉记者,有几个细节特别打动自己。她问,迪士尼建设了五年多的时间,太久了,这么慢工作人员都在干吗?得到的回答是:前几年的时间都在挖土,这块地土质不太适合孩子,把土挖出来运到别的地方,把合适的土运来填上。

她还注意到园区彩绘,彩绘设计师都是从美国来的,“不是配好原料你自己做就行了。还有,我们做它的代理,很多门店都有落地玻璃,会将大的海报贴膜贴上,人家不是说弄好了尺寸给你发过来你自己贴,而是派专人来给你贴。迪士尼让合作伙伴也充分享受到了高品质服务。

“迪士尼这种严谨的态度,给我的印象是专注。”这位高管说,这些都是迪士尼背后鲜为人知的一些事情。严谨、细致、认真的服务是迪士尼区别于国内主题乐园的最大不同点,虽然迪士尼硬件一直被效仿,但从未被超越,迪士尼的文化传播和精细服务一直是乐园界的标杆。她说,现在游客的追求在不断升级,越来越注重游玩品质和体验舒适度,这些正是迪士尼所提供的。

本报记者 张亚楠 乔显佳 景佳

预计第一年游客轻松超千万人次

有媒体预测,上海迪士尼乐园开园后,预计本地游客能够达到到80%—90%,虽然在开园前期有业内人士提出了相对保守的“1000万人次”的第一年客流量,但是相对于庞大的中国市场,预计第一年可以轻松超过1000万人次。

嘉华旅游总经理张明透露,现在进入迪士尼乐园的体验团,多以业内人士为主。这个面积超过46000平方米的迪士尼小镇已有部分商户向公众开放,乐园内尚有近半数餐饮服务设施未开放,待开园时全部开放,将带给游客更多样化的体验。

山东省旅游局一位工作人员表示,度假型消费有别于日常型消费,不同收入水平、消费观念的民众会有不一样的感受。单就消费者来说,现在大大节约了交通成本和时间成本,不出国门就能享受世界的顶级产品,这是好事。“原来要享受迪士尼,近一点香港,只能算半个,然后就得跑到日本去,远一点跑到欧洲和美国,现在不用了,直接到上海就可以享受到。” 本报记者 张亚楠 乔显佳 景佳