

热潮再起:主题公园能否一帆风顺

■ 实习生 丁楠

明年春天,国际排名第一的迪士尼乐园将在上海正式开园。这个神奇王国风格的乐园将有米奇大街、奇想花园、探险岛、宝藏湾、明日世界、梦幻世界六个主题园区,不管男女老少,都可以找到适合自己的项目,畅游乐园。

而国际排名第三的环球影城也已进驻北京通州,并在近日开工。该主题公园已经规划了哈利波特、变形金刚、侏罗纪世界、未来世界、小黄人等七大景区,共约27个景点,并将于2020年开园运营。

近年来,主题公园市场俨然成为一片热土,地产界、影视界等各路精英纷纷抢滩,欲得一席之地。

抢滩中国主题公园市场

随着国人生活水平的提高,消费类型也开始发生转变。人们精神文化的需求越来越高,消费水平正在逐步赶超物质生活消费。

“平时忙于工作,周末就想带着家人去娱乐放松一下,欢乐谷挺适合全家人一起玩儿,欲就来了。”在北京朝阳区的欢乐谷,一位带着妻子和6岁儿子出游的先生告诉笔者。

而在文化娱乐消费方面,具有文化内涵的主题乐园日益受到中国消费者的喜爱。相关数据显示,在2014年全球排名前十的主题公园集团中,中国主题公园集团增速强劲,宋城集团增速高达103.6%,长隆集团增速59.9%,国际主题公园集团相对增速缓慢。而横店影视城公司、海昌集团、方特集团,都有进入全球前十名主题公园集团的潜力。

从访问人数来看,中国被认为2020年将超过美国,成为世界最大的主题公园市场。面对着巨大的市场潜力,不管是国内还是国外的投资者纷纷抢滩,发力中国主题游乐园市场。于是,继上个世纪八九十年代以来,一股兴建主题公园的热潮近年来再次被掀起。

迪士尼、环球影城、六旗娱乐集团等三大海外主题乐园巨头近年来纷纷把目光投向中国市场,众多的国内投资者也不甘落后,斥巨



在北京欢乐谷主题公园游玩的人们。

始建设了,当然最终盈利效果并不好。”

而面对近似疯狂的主题乐园建设,相关专家对国内一些主题乐园长远的盈利并不是十分看好:“短期内,这些主题乐园的盈利应该没有问题,但是要保持长期的吸引力、长久的生命力,则任重道远。本土化的主题乐园保持内核的精神和理念很重要。”

很多国内的主题乐园还在为存活下来而努力的时候,迪士尼主题乐园2014财年乐园及度假村盈利123.3亿,比2013年增长7%。而香港迪士尼乐园2014年游客以750万人次创下新纪录,业务纯利润达3.32亿港元,同比上升36%。其中48%的访客来自内地。到底是什么魔力吸引大陆游客到香港迪士尼游玩呢?

曾经跟家人一起去香港迪士尼乐园游玩的内地游客雷女士对迪士尼乐园印象深刻,她说:“它能给人美的享受,不单单是刺激好玩,能让人放松,尽情发挥想象,打破传统,说它是童话梦想王国一点都不为过。”

“既然是游乐园,游客必须得到乐,这个乐不仅仅是感官之乐,更是精神之乐,让你玩之后不仅仅是疲惫,而是回味无穷,流连忘返,迪士尼做到了。”一位曾带团到迪士尼乐园的导游说。

加强创新,转变盈利方式

“虽然说我国主题公园竞争激烈,但是市场并没有饱和。导致国内主题乐园倒闭的主要原因是创新能力的缺失、盈利模式的单一。”相关人士介绍说,“主题是主题公园的灵魂,创新是主题公园的生命。如果主题公园主题相似或一致,游客就会对这些公园失去兴趣,导致公园客源大减、利润降低。”

在旅游中,游客所注重的不再仅仅是通过各种游乐设施获得感官的刺激,精神的体验正在变得越来越重要。一位曾去浙江安吉县HELLO KITTY主题公园游玩的大三女生告诉笔者:“这个主题公园满足了我一直以来的少女情怀。”

主题公园吸引消费者的地方首先在于独

特的主题创意和文化内涵,可以说这是其核心竞争力。国内许多乐园受利益的驱动,简单的模仿成功范例,导致有很多主题重复,缺乏独特性,模仿、照抄别的成果的主题公园出现。例如全国各种“西游记宫”,各类民俗大观园和民俗村,以及仿古的文化古城园林泛滥,同质化严重。

“这一带各种主题公园的游玩设施大同小异,去过一家就不想再去其他家了。”在开封清明上河园刚逛过的游客说,并表示不会再去附近的中国翰园、天波杨府等公园了。

作为有五千年文明历史的古国,我国有着丰富深厚的文化积淀,为主题的选择提供了丰富的题材,主题公园开发者不要急功近利,只有认真分析市场需求,找到合适的主题并策划出有自己文化特色的游戏设计、园林设计方案,才能在市场竞争中出奇制胜。

此外,成熟的主题公园盈利应该源自门票、衍生产品和其他盈利渠道的开发仍处于起步阶段。从投资的角度看,单一的盈利模式本身就是一种风险,这使得主题公园管理者很难获得有效的融资成果,而设立在主题公园内部的各种固定资产,在没有客流的情况下几乎一文不值。”业内专家分析说。

只有加快转变盈利方式,主题公园才有可能迅速收回成本,并且投入资金进行公园项目的更新,以满足游客好奇心求变的心理需求。迪士尼就在每年淘汰三分之一的旧项目,然后新建三分之一的新项目,使其成为一座“永远建不完的迪士尼”;善于创新的华侨城也提出了“建不完的欢乐谷、玩不完的欢乐谷”的理念。

前路漫漫,借鉴成功者的经验,开发自己的特色,充分发挥创新能力,加快转变盈利方式,只有这样,这种给现代都市人带来的美好体验的主题公园才能取得游客和开发者的双赢。

央企影像联盟微电影作品研讨会举办

本报讯(记者刘静)11月27日下午,“微电影·好故事·小人物·大情怀”,央企影像联盟微电影作品研讨会在北京举行。“微电影创作要考虑受众,特别是90后和本世纪初出生的这一代人在阅读方式上的变化。”国资委宣传局、新闻中心主任卢东指出,除了要坚持专家指导,调动员工积极性,发挥央企影像联盟平台,还应该充分利用央企这座富矿,创作更多脍炙人口的作品。

在本月初举行的第三屆亚洲微电影艺术节上,由国务院国资委新闻中心、央企影像联盟组织报送的中央企业五部微电影作品斩获九项大奖,其中《天山女儿》更是一举夺得最佳作品、最佳导演、优秀男主角、优秀男配角和优秀原创音乐五项大奖。

镇海炼化开放办企业

本报讯(记者孙喜保)近日记者从中石化镇海炼化获悉,镇海炼化与当地政府每月联合举办规范化、流程化的“镇海炼化公众开放日”活动,自2013年1月份实施以来,如今已经有近两年的时间。

据悉,这一活动举办以来,已经有超过3600人的公众代表被邀请到镇海炼化参观,活动也举办了将近80期,得到了当地居民、政府的好评,形成了政府、企业、公众三方良性互动的局面。镇海炼化作为国内最大的炼化企业,其主要业务为石油化工,因此环保问题始终是当地政府和周围居民关注的话题。为了打消居民对于镇海炼化环保不放心的疑虑,镇海炼化自2013年1月开始举办公众开放日活动。

皖南最大高铁车站站房工程投入使用

本报讯11月27日,新建芜湖站站房一期工程投入使用,为宁安高铁在近期开通运营奠定了基础,也将成为连结宁安、宁芜、合杭三条高铁的重要枢纽。芜湖站站房建筑面积约5万平米,东西长约268米,是皖南地区最大的高铁车站。中国中铁电气化局集团公司在建设过程中大量运用新技术、新工艺和新材料,实现了微派建筑风格和现代施工技术的有效融合。

据施工单位中国中铁电气化局集团公司负责人介绍,施工项目部成立专项技术科研组,在站房南北面幕墙侧设幕墙维护专用设备,实现了全国高铁首例高架跨线路结构幕墙维护一体化成功。新建芜湖站站房幕墙结构有多种形式,其中装修石材幕墙尤其复杂。施工项目部会同厂家技术专家,通过计算机三维模型进行排版下料,加工、现场石材开孔,背栓加角钢的形式将石材一一安装。在安装过程中,通过背栓后的角钢不断调整安装精度到最佳。

(马佑生 张永光)

共促农民合作社健康发展

本报讯近日,河北省宽城满族自治县国地税主动对接宽城惠农板栗种植专业合作社、宽城广盛居高粱种植专业合作社、承德般若养鹿专业合作社等特色产业,开展“调研、辅导、送政策”一条龙贴心服务,积极引导农民合作社规范经营、健康发展。

国地税联合组织法律顾问及业务骨干开展涉农税收调研,全面了解企业生产经营情况,并及时解答企业遇到的税收难题,有针对性地提供纳税咨询和办税辅导,同时,在办税服务厅开通“农业合作社办税绿色通道”,由专门窗口一窗受理切实提高办税效率。目前,国地税累计为55户专业合作社减免各项税款540万元,使各项优惠政策落到实处。

(刘玉存 赵辉)

“阳光”招标赢得职工认可

本报讯11月23日,信阳工务段漯河线路车间职工李鑫一大早就来到了火车站,他要赶T289次到段机关参加该段“班组网络完善”招议标会议。这是他第一次以职工代表的身份参与、监督企业的对外招议标活动。而像这样组织职工代表全程参与段内经济活动事项在该段已成为常态。

为了进一步规范企业经济行为,该段从2013年初开始,坚持对局下达的年度基本建设、更新改造、大修项目、绿化等涉及资金2000元以上的项目和工程纳入招议标范围,并制定了招议标管理办法,从组织领导、成员组成、评标办法等多方面进行详细、严格的规定。这种公开、公正、公平的招标方式保证了招标质量,也赢得了广大职工的认可。

(徐凤莲 刘淑娟)

淮北启动水电气“三表合一”系统建设

本报讯为推进智慧城市建设,淮北市启动水、电、气“三表合一”系统建设。11月24日,在安徽省淮北市凤凰城小区,淮北供电公司技术人员在用电信息采集系统中安装一个转换器,将水表接入该系统,成功实现了水表远程采集,率先在全省实现水、电、气“三表合一”系统建设与应用工作零的突破。

据了解,由淮北市政府智慧城市建设办公室牵头,建委及水、电、气三家参加,推进“三表合一”建设,淮北供电公司成立“三表合一”建设工作组,明确建设方案、试点小区、工作计划、职责及协调机制。还积极探索新产品研究开发,促进用电信信息采集系统成为综合公用事业联合抄表平台。

(杜敏)

立足岗位创造精彩

本报讯近日,郑州铁路局洛阳机务段漯河检修车间贾彦伟被授予全国五一劳动奖章,他在第四届全国铁道行业职业技能大赛机车电工专业比赛中取得了第一名佳绩。

贾彦伟面对难题从不退缩,而是勇于钻研,主动攻关。有一段时间,和谐机车受电弓故障严重干扰了运输安全和整备效率。对此,贾彦伟深入研究受电弓各部件动作原理,最终找到导致故障发生的原因,及时提出解决方案。他制定的电力机车“五项专检”作业小组安全卡控措施,有效保证了人身安全和机车质量。贾彦伟还先后荣获“全路技术能手”、“全路新长征突击手”等荣誉称号。

(赵华 张先锋 刘红灿)

企业走出去如何克服水土不服

长虹西班牙压缩机厂既输入企业文化又入乡随俗

■ 高原

对于中国企业来讲,把产品销售到海外,仅仅是国际化发展的第一步;整合国外企业、把工厂建在海外,逐渐在全球完成产业布局,才是国际化水平达到更高阶段的第二步。但在走出去的过程中,很多企业都因为种种原因交了学费。

2012年,长虹旗下的华意压缩股份公司在西班牙巴塞罗那收购了全球轻型商用压缩机排名第四的cubigel公司,将它改名华意巴塞罗那压缩机有限公司,简称HCB。

3年过去了,之前几易其主都未能走出困境的HCB,在长虹、华意技术、销售及原材料诸多方面的协同下,逐渐步入良性发展轨道,成为长虹黑电产业走出去之后的又一力作。

长虹华意是如何克服“水土不服”、让cubigel公司在短时间内起死回生的?华意又经历了哪些中西文化的碰撞与交融?日前,华意压缩常务副总经理吴巍屹接受笔者采访时透露出成功的秘密。

一个厂子4家工会

走出去运营一个工厂会遇到很多问题,但在吴巍屹看来,首要的问题就是当地的法律环境。简单地说,这中间既要输入我国的文化理念,又要尊重当地的法律法规、风土人情,才能共生共赢、和谐发展。

跟中国的一个工会统领全体职工的构架不一样,cubigel公司原有职工近600名,共有4个工会组织在各自运行,代表职工来跟资方谈判、交涉,维护自己会员的合法权益。此外,还有少量无党派人士没有加入工会。

“总体来说,与4个工会一一对应,确实有点让人头大,前期是很考验人的。”

作为收购条件之一,华意入主之后对cubigel公司的近600职工进行了梳理、合并与优化,最终,保留了380个岗位,剩下的200多名职工由西班牙政府负责裁员安置。

出于语言交流、稳妥推进等多方面的因素,华意请4个工会组织出面参与了裁员的沟通、协调工作。

尽管如此,裁员的过程仍然困难重重。“比如一些双职工家庭,本来两个人都不适合留下来,但是都裁了肯定不人道,这个时候就需要去找工会出面协调,让妻子先出去,丈夫留下来挣钱养家。不论在哪个国家,企业都需要在保证盈利与人文关怀之间找到一个平衡点。”吴巍屹说。

输入企业文化

在西班牙,别说老板,就是行政人员与一线工人都是分开的。平时,老板不会去生产线,工人也难得见到行政管理人员。因此,一线工人没有机会了解企业长远的目标,他们只管着手上的任务完成、领到工资。

华意入主cubigel公司之后,基本上都保

持着4个中方管理人员、总经理、财务总监,以及生产经理、人事经理。这些都是深谙华夏文化的行业精英,很快就把华意的企业文化中的诚信、责任,担当等精华部分输入到西班牙员工中,企业负责人还通过面对面交流、开会沟通等方式,把公司的现状和未来的经营目标真实地告诉西班牙员工,让他们十分惊讶的同时,也很感动,这在以前几乎是不可能的。

在严格考核的前提下,西班牙工人很快就从各个方面都感受到了中国企业的不同:中国的管理者喜欢到生产线上去跟职工打成一片,一个笑脸,一声问候,一句辛苦了,都给西班牙员工带来很大的鼓励。中国企业里流行的节日送慰问品的做法,也被华意带到了西班牙。“过节我们发火腿慰问;气温太高时送饮料;过三八节时,我们也会按照惯例给女职工送一点化妆品作为节日礼品。”

这些中国企业经常见到、但欧洲企业用得不多的小温暖,给西班牙员工带来的心理感受特别好。人心,就这样慢慢凝聚起来,员工精神面貌有了很大提升,工作热情大大提高了。

“入乡随俗”

中国企业走出去,既要支付较高的人工成本,又要面对员工截然不同的价值观,如何保证企业正常运营、实现赢利呢?吴巍屹说,这是一种博弈,既要硬性要求,又要做必要的妥协。

吴巍屹介绍说,欧洲人都很重视家庭生活,西班牙人也一样。他们特别看重举家一起外出度假,有可能从年初就已经安排好了全年假期如何使用,甚至可能提前半年、一年将酒店、机票订好。在这样的情形之下,你要他临时加班肯定不现实,周末老让他上班不能陪伴家人,也不现实。

“这对我们管理者来说也提出了一个新的课题,你得根据销售形势做好预判,提前安排好生产,尽量避免突发加班。”遇到有特殊情况需要临时加班时,管理人员会主动去跟员工交流、沟通,让他们接受,然后愉快地加班。

“既要严格管理,又要有人文关怀;既要输入我们的文化,也要尊重他们的文化与价值观。办企业,技术与技能都是硬性的,但人的管理是软性的。这一点,在世界任何一个地方,都是一样的。”

吴巍屹表示,中国企业真正走出去的路还很漫长,语言障碍、当地的文化背景、基础设施建设及人力资源等壁垒,都制约企业的海外发展。把产品销售到海外,是企业走国际化路线的第一步,整合国外企业把工厂建在海外,逐渐在全球完成产业布局,是第二步,全球化运营是第三步。“在大长虹的资源背景与协同下,华意压缩的第二步走得十分稳健。”

华意入主cubigel公司之后,基本上都保

持着4个中方管理人员、总经理、财务总监,以及生产经理、人事经理。这些都是深谙华夏文化的行业精英,很快就把华意的企业文化中的诚信、责任,担当等精华部分输入到西班牙员工中,企业负责人还通过面对面交流、开会沟通等方式,把公司的现状和未来的经营目标真实地告诉西班牙员工,让他们十分惊讶的同时,也很感动,这在以前几乎是不可能的。

在严格考核的前提下,西班牙工人很快就从各个方面都感受到了中国企业的不同:中国的管理者喜欢到生产线上去跟职工打成一片,一个笑脸,一声问候,一句辛苦了,都给西班牙员工带来很大的鼓励。中国企业里流行的节日送慰问品的做法,也被华意带到了西班牙。“过节我们发火腿慰问;气温太高时送饮料;过三八节时,我们也会按照惯例给女职工送一点化妆品作为节日礼品。”

这些中国企业经常见到、但欧洲企业用得不多的小温暖,给西班牙员工带来的心理感受特别好。人心,就这样慢慢凝聚起来,员工精神面貌有了很大提升,工作热情大大提高了。

“入乡随俗”

中国企业走出去,既要支付较高的人工成本,又要面对员工截然不同的价值观,如何保证企业正常运营、实现赢利呢?吴巍屹说,这是一种博弈,既要硬性要求,又要做必要的妥协。

吴巍屹介绍说,欧洲人都很重视家庭生活,西班牙人也一样。他们特别看重举家一起外出度假,有可能从年初就已经安排好了全年假期如何使用,甚至可能提前半年、一年将酒店、机票订好。在这样的情形之下,你要他临时加班肯定不现实,周末老让他上班不能陪伴家人,也不现实。

“既要严格管理,又要有人文关怀;既要输入我们的文化,也要尊重他们的文化与价值观。办企业,技术与技能都是硬性的,但人的管理是软性的。这一点,在世界任何一个地方,都是一样的。”

吴巍屹表示,中国企业真正走出去的路还很漫长,语言障碍、当地的文化背景、基础设施建设及人力资源等壁垒,都制约企业的海外发展。把产品销售到海外,是企业走国际化路线的第一步,整合国外企业把工厂建在海外,逐渐在全球完成产业布局,是第二步,全球化运营是第三步。“在大长虹的资源背景与协同下,华意压缩的第二步走得十分稳健。”

华意入主cubigel公司之后,基本上都保

持着4个中方管理人员、总经理、财务总监,以及生产经理、人事经理。这些都是深谙华夏文化的行业精英,很快就把华意的企业文化中的诚信、责任,担当等精华部分输入到西班牙员工中,企业负责人还通过面对面交流、开会沟通等方式,把公司的现状和未来的经营目标真实地告诉西班牙员工,让他们十分惊讶的同时,也很感动,这在以前几乎是不可能的。

在严格考核的前提下,西班牙工人很快就从各个方面都感受到了中国企业的不同:中国的管理者喜欢到生产线上去跟职工打成一片,一个笑脸,一声问候,一句辛苦了,都给西班牙员工带来很大的鼓励。中国企业里流行的节日送慰问品的做法,也被华意带到了西班牙。“过节我们发火腿慰问;气温太高时送饮料;过三八节时,我们也会按照惯例给女职工送一点化妆品作为