

November 2017

主题公园 - China

“2016年是中国主题公园市场发展中标志性的一年。在这一年，迪士尼乐园在上海开放，标志着国际品牌和本土品牌开始了面对面的竞争。在变革性的市场竞争形势之下，本土品牌需要进一步巩固现有优势，如在较低线级城市的渗透率和灵活定价系统。另一方面，本土品牌也需要培养独特的竞争优势，与国际品牌相抗衡。例如，在园内提供更多的独特食物和餐饮体验，以及融入流行的本土IP。”

— 李玉梅，研究分析师

Theme Parks - China

“In China theme park market, 2016 will be the marker – the year when international theme park brands and domestic brands began to compete directly with the opening of Shanghai Disneyland. Faced with this game-changing competition, domestic brands need to further consolidate their existing advantages, such as penetration in lower ...