

长隆国际大马戏

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/zhishi/a/16786027388834.html>

范文网，为你加油喝彩！

蓬莱三仙山-亦加偏旁组成新字



2023年3月12日发(作者：往年高考成绩查询)

广州长隆旅游区优缺点

广州长隆旅游区

优点：

产业配套：广州唯一的集乘骑游乐、特技剧场、

巡游表演、生态休闲、特色餐饮、主题商店、综

合服务于一体，具国际先进技术和管理水平的超

大型世界顶尖主题游乐度假区。

一、特色餐饮：五大园区、四个中心（中央厨房、

计划调度、研发及标准化、安全）；

1、创造用餐的主题环境；世界唯一的熊猫主题

餐厅，与熊猫共食；帝企鹅自助餐，与企鹅共食；

海底餐厅，此外还有青龙、考拉主题餐厅（香江

野生动物世界）；古堡餐厅、椰林餐厅、夏威夷

餐厅和哈比餐厅（欢乐世界）；白虎自助餐厅（长

隆酒店）

2、不同的园区定位不同的消费主体。比如野生

动物世界园区主要以家庭客为主（一大一小、二

大一小、四大一小等），餐饮定位主要侧重于开

心、卡通、亲子、家庭；欢乐世界园区主要以青

少年、三五知己、情侣为主，春秋游团队客以中

小学生为主，餐饮定位主要侧重于欢乐、新颖、

偏西式、朋友。

3、四个中心（中央厨房、计划调度、研发及标

准化、安全）：

中央厨房：占地面积为2500平方米。在设

计改造上参照食品工厂建设标准，所有的肉质

原材料及中西点都会被送到中央厨房进行精加

工，统一标准、统一腌制、统一口味，然后再转

运到乐园中的餐厅以及外餐点现场，经现场标准

化烹制销售；

计划调度：根据集中采购、集中收货、统一

配送原则，有效的降低了原材料采购成本，2016

年共配送约2万趟次；计划与仓管紧密衔接配

合，实时监控各餐厅厨房常规食材集中申购进

货，缩短使用周期，避免集中积压，有效的确保

了食材的新鲜度；区别食材、低值易耗品类别性

质，合理设定安全库存；定期清查整理食材，确

保食材存储方法适当、存储环境良好，有效的降

低非正常损耗。

研发及标准化：通过以顾客需求为导向的经

营理念，美食年开发量约为200项；持续开展专

岗专员的专项出品交流讨论活动，包含选材、制

作、搭配、形状等各方面，统一确定出品作业标

准，年标准优化约为250项。出品基本做到了全

覆盖，有效地稳定提升出品，游客满意度稳中有

升；

25家一级餐厅、35家二级餐厅；60多个一

级外餐点及二级分餐点，组成了强大的供餐保障

系统。根据2016年统计，平均每位游客花在餐

饮上的支出为35元。按照年350万的游客数量

估算，食品带给乐园的年收入达到了1.2亿元

左右，占园区总收入的13%左右。

根据多年跟踪分析，长隆景区大部分游客以

快捷用餐为主，愿意花在吃饭的时间为45分钟

以内。为提升出品质量及降低各项投资运营成

本，经营品项不宜过多，餐厅6-10款、外餐点

2-5款，以精为主。并且，由于景区游客数高低

峰差异大，需根据游客数及游玩动线，科学地调

整经营时间及品项。

二、酒店住宿（套票：酒店与门票捆绑销售）

长隆酒店：房费700元以上；

套票优势：1、马戏表演剧场前排专座；2、价格

优惠；3、可多次出入景区，方便把乐园玩透；4、

五折购买免排队腕带；

此外还有熊猫酒店、横琴湾酒店、企鹅酒店、马

戏酒店、迎海酒店

三、交通

拥有地铁三号线长隆站、公交129、202、247、530、562线、在莲花山港客运码头有去长隆酒店的专线车、对于各地自驾车游客可由金山大道、105国道、华南快线等通过迎宾路和南大路到达长隆度假区。在长隆旅游度假区内还有每15分钟开一班的免费穿梭巴士，连接各景区板块：

四、巡游表演

盈利模式：长隆度假区收益基本涵盖一般主题游乐园的方方面面，项目盈利属于复合型盈利模式，但主要来自于门票收益和服务体验收益。（每个乐园园区门票300左右衍生品：玩具、旅游工艺品、纪念品等。服务体验：餐饮、住宿服务。周边开发：景区、旅游目的地的房地产开发。

合作收益：旅游区内的招商、景区节庆活动商业

赞助。

机会出让：出售门票。

2009年（开园两年）水上乐园销售收入与利润(接

待180万人次)：

销售收入：3.6亿RMB(U\$5320万),2009年人均

消费197RMB(包括门票、餐饮、购买用品等)

利润：2.1亿RMB(U\$2950万,利润率约58%)*税

前利润为准,开园2年内回收投资费用。

运营模式：丰富的产业链、不断的产品更新以及

多元化的推广策略，在项目运作上始终把目标指

向全国一流甚至世界一流。

丰富的产业链：自1989年至今的18年，长隆产

业链一路延伸，不断发展壮大。1989年创办集

团的第一家企业--香江酒家后，三星级香江大酒

店、生态酒店长隆酒店等相继开业。酒店餐饮业

稳步发展之时，长隆把目标转向了旅游行业。香

江野生动物世界、长隆夜间动物世界先后隆重开

业，并成为广州的标志性旅游项目。长隆欢乐世

界、长隆水上乐园、长隆高尔夫练习中心、广州

鳄鱼公园、长隆国际大马戏的成功运营，长隆已

形成集旅游景点、酒店餐饮、娱乐休闲于一体的

欢乐体验大联合的旅游王国。丰富的产业链，让

长隆的“雪球”越滚越大，有助于规模经济效益

的实现，形成整体板块的“洼地效应”。原有的

产业和产品，对新产品的人群聚集和口碑传播产

生了根本性的影响。同时，新项目的崛起，又丰

富完善了板块内的产业链，从而使得长隆旅游度假

假区的竞争优势得到进一步的增加。

产品更新：始终坚持高起点、高投入，以世界最

高水准作为项目基点，不断更新游乐项目、园区

动物种类。

多元化推广：以度假区为场地，与香港无线合作

电视剧，同时打造“营销盛事”等推广策略

长隆集团积极尝试一些新的营销和传播手

段，如文化营销、植入式营销、新闻营销、异业

联盟等营销手段。2005年，长隆与香港无线电

视合作20集电视剧《人生马戏团》，剧作以长隆

景区为拍摄基地，以马戏为主线，在香港市民中

产生了极大的反响，很多香港游客从此对长隆留

下了极为深刻的印象，成为植入式营销的成功典

范。

打造“营销盛事”是长隆的另一大营销策略。

成功的媒体报道源自长隆事前全盘系统的策略

思考与规划。它总是力求将某一个新闻点放大成

社会最火热的新闻热点事件，引发整个社会的关

注。2006年香江野生动物园引进澳洲国宝考拉

可谓是其中的典范。长隆选择了一个高的媒体俯视点，注重增强话题的社会价值，将考拉的引进上升到中澳友谊及广州城市形象的高度，从而得到市政府的高度重视，广州市市长、副市长为此亲临现场，迎接考拉的到来，有效地提升了媒体的兴趣，带动媒体的报道，收到良好的宣传效果。

其后又围绕考拉文化，不断挖掘新闻点，市长看考拉、考拉国宾馆落成、考拉征名、考拉过生日、考拉之歌创作、考拉博客、考拉DV大赛、摄影大赛、中国首届考拉节、TWINS考拉爱心中国行等等新闻和活动接连出炉，引起了社会的极大关注。

“十环过山车上的婚礼”、“大龄青年比武招亲”、“首届双胞胎节”等活动相继上演，引发媒体争先报道，创造城中一个个热门话题，长隆的

知名度与影响力也因此日渐提升。得益于《爸爸去哪儿》,《奔跑吧兄弟》等热门综艺节目,长隆更是名声大震。

长隆欢乐世界：占地面积约2000亩，斥资20亿

打造的集乘骑游乐、特技剧场、巡游表演、生态

休闲、特色餐饮、主题商店、综合服务于一体的

国际先进超大型世界顶尖主题游乐园。自2006

年4月正式开业，单日接待游客5万人之多。

长隆水上乐园：占地面积450亩，投资3亿元，

是目前世界上至大、至先进、水上游乐项目至多

的大型水上乐园，2007.6月开业，日最高接待

达5万。

长隆野生动物世界：占地2000多亩，拥有华南

地区亚热带雨林大面积原始生态，是目前国内最

大的原生态动物园。

长隆国际大马戏：拥有全球首创实景式马戏舞

台，2000年开业，引领着世界马戏潮流，成为

了世界马戏标杆。

缺点：目前游乐、酒店等相关设施规模严重不足，

无法满足游客需求。

因此，2017年起，长隆投资200亿进行升级改

造，总建筑面积增加42.4万平方米，总量达到

425.4万平方米，并将部分商业功能用地调整为

住宅用地。将建设国内最大室内卡通乐园+万房

酒店群、建设岭南特色美食文化广场、打造地铁

上盖“旅游综合体”。

交通：路网改善：三环、两路、两节点、两

出入口。即构建3个环路系统，内环承担内部交

通，中环承担旅游区及周边用地交通并缓解外环

交通压力，外环承担大区域交通；加大南大路及

G105快速化改造，优化南大干线/工业四路、南

大干线/G105节点方案；提高西南角2个地块出

入口交通运行效率，在市广路以及汉溪大道各增

设1处信号灯；明确弹性支路定位，加密地块内

部支路并明确为内部公共市政道路。规划还提

出，加强内部公交与轨道枢纽的无缝衔接，构筑

长隆周边4线（佛莞城际、地铁3/7/18号线）3

站（钟村、汉溪长隆和鹤庄站）轨道设施格局。

通过内部增设缆车、小火车和穿梭巴士等，串联

主要景点及轨道枢纽站点；推进长隆枢纽及生态

社区公交首末站的建设。此外，共提供小汽车泊

位2万个，拟设9处机动车出入口。

项目升级改造后，将显著提升长隆旅游度假

区的游客接待能力，预计新增游客量达300万人

次/年，新增收入约10亿元；项目内的商业中心

（第一期）建成后，将大大提升广州南站——长

隆——万博商圈的吸引力，预计新增就业岗位数

千个，年综合营业额20亿元以上，创造税收上

亿元。

网友评价：

优点：

- 1、交通方便
- 2、道路指示清晰、二维码取票方便
- 3、服务人员态度好
- 4、游乐项目多，好玩
- 5、剧场表演精彩
- 6、动物很多，孩子的天堂
- 7、餐厅环境很棒
- 8、更新快，回头客
- 9、景区范围大，看点多
- 10、景区很大，但有免费的游览车，很贴心

缺点：

1、人太多，每个游乐项目需排队一小时，一天

大多数时间用来排队；（又快速通道手环，150元）

2、相对陈旧，管理混乱，尤其节假日人流大，

没有人员维持协调秩序

3、度假区接驳车路线不合理

4、票价贵且园区单独收费；饭贵，水贵，酒店

贵，饭菜价格在68-100元不等，普通三口之家

一天消费五六百；

5、不能带食物入园

6、当地出租车乱收费

7、不要买那个日夜场通玩的票，买个日场票照

样玩到晚上九点，因为根本不可能清场。

8、长隆酒店服务很差，包括卫生、房间硬件、
服务态度等；

更多 在线阅览 请访问 https://www.wtabcd.cn/zhishi/list/91_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](http://www.wtabcd.cn/fanwen/)开发