



# 主题公园

(微调中文版) 2024 年 7 月

香港理工大学酒店旅游业管理学院  
及  
课程发展处个人、社会及人文教育  
汇编

版权

## © 香港特别行政区政府

版权

香港特别行政区政府

本手册版权为香港特别行政区政府所拥有，不得作商业用途，违者须负法律责任。

学校可以复印本手册部分或全部内容作非牟利教育或研究用途。所有其他用途必须先获得书面允许。如欲申请，请致函

香港湾仔皇后大道东 213 号胡忠大厦十三楼 1319 室

教育局个人、社会及人文教育组

或

电邮 [info\\_pshe@edb.gov.hk](mailto:info_pshe@edb.gov.hk)

二零二四年七月（微调版）

## 鸣谢

1. "Clapperboard" courtesy of digitalart. Published on 20 April 2011. Stock photo - Image ID: 10038511 at FreeDigitalPhotos.net
2. "Jupiter And The Satellite" courtesy of njaj. Published on 3 December 2014. Stock photo - Image ID: 100300238 at FreeDigitalPhotos.net
3. "Line Of Roller Coaster Rail" courtesy of antpkr. Published Photo by antpkr. Published on 12 October 2012 Stock photo - Image ID: 100106338 at FreeDigitalPhotos.net
4. "Mascot Cartoon" courtesy of woravit.w. Published on 25 February 2015. Stock photo - Image ID: 100312445 at FreeDigitalPhotos.net
5. "Paper Weather Icon" courtesy of SweetCrisis. Published on 13 February 2013. Stock photo - Image ID: 100139301 at FreeDigitalPhotos.net
6. "Recycle Icon" courtesy of digitalart. Published on 24 July 2011. Stock photo - Image ID: 10051023 at FreeDigitalPhotos.net
7. "Roller Coaster Rail" courtesy of antpkr. Published Photo by antpkr. Published on 13 December 2012 Stock photo - Image ID: 100126980 at FreeDigitalPhotos.net (front cover)
8. "Target Audience" courtesy of sheelamohan. Published on 19 April 2011. Stock photo - Image ID: 10038289 at FreeDigitalPhotos.net
9. "Travel Flat Icon.Hotel" courtesy of Sira Anamwong. Published on 13 August 2015. Stock photo - Image ID: 100351018 at FreeDigitalPhotos.net
10. "Travel Flat Icon.Map" courtesy of Sira Anamwong. Published on 13 August 2015. Stock photo - Image ID: 100351019 at FreeDigitalPhotos.net

# 课题(三)：地理名胜 主题公园

(微调中文版 2024 年 7 月)

# 目录

	页数
<b>1. 主题公园的基本概念</b>	<b>7</b>
1.1 主题公园的类型	9
1.2 主题公园的特质	15
<b>2. 有助主题公园成功的因素</b>	<b>20</b>
<b>2.1 整体吸引力及游客体验</b>	<b>20</b>
(I) 独特而有趣的主题	21
(II) 物有所值 / 不同种类的活动	22
(III) 整洁和舒适的环境	23
(IV) 拥有积极及训练有素的团队	23
(V) 选址恰当	24
(VI) 服务和设施的质素及其一致性	24
<b>2.2 适应市场转变</b>	<b>25</b>
(I) 年长客群	25
(II) 主题公园的整体环保设计	25
(III) 教育与娱乐	26
(IV) 互动体验	27
<b>2.3 管理</b>	<b>29</b>
(I) 积极的管理层	29
(II) 大量的财务资源和持续的投资	30
(III) 强大的市场推广团队	31
(IV) 监测管理	31
<b>网址连结</b>	<b>34</b>
<b>参考数据</b>	<b>38</b>

## 1. 主题公园的基本概念

一般来说，主题公园可以被定义为旅游景点的一个组成部分 (Goeldner, 1999)。 尽管主题公园是旅游景点的一个组成部分，但主题公园与其他类型的旅游景点，特别是与其他娱乐景点有着不同的特色 (Kemperman, 2000)。这些特色包括：



- (i) 只需支付一次的入场费便能够任玩主题公园内的活动 (游乐场的入场费通常很低，一般采用随玩随付钱方式，即是按每一次活动收费。)；
- (ii) 设施大多是人工制造；
- (iii) 高昂的资本投资额 (Kemperman, 2000)；及
- (iv) 结合娱乐(包括表演节目、机动游戏设施及互动活动)、餐饮、商店为一体。

### 定义

鉴于上述的特色，参考以下旅游业界和学术界对主题公园的一些定义：

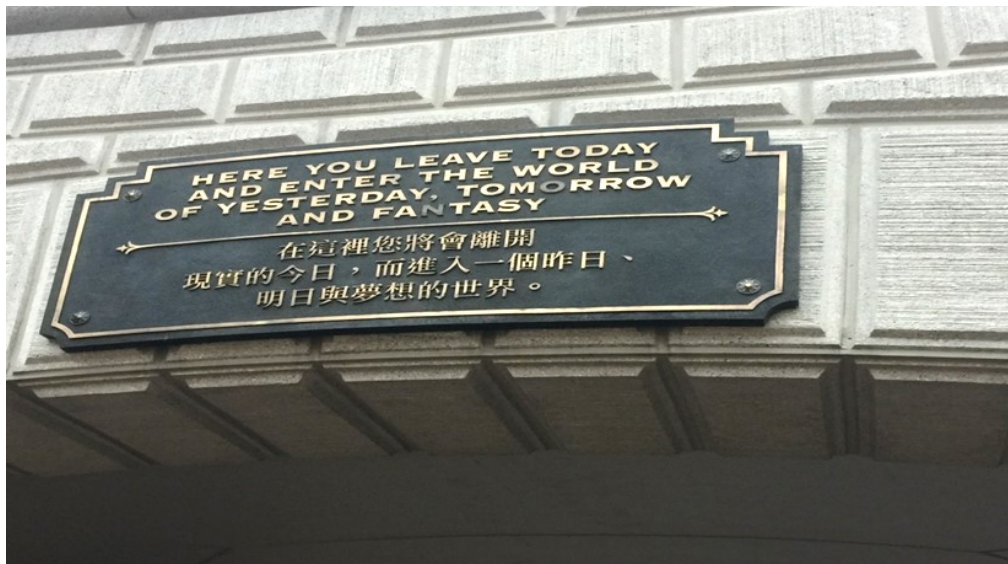
#### 旅游业界的定义：

1. 根据「国际游乐园和景点协会」的定义，主题公园是一个具有主题景点的游乐场，无论是食物、服装、娱乐，零售商店或游乐设施包括机动游戏。
2. 根据「弗莱克」的定义，主题公园是一个逃避的地方 - 给予机会摆脱日常生活的巨大负担。(Forrrec, 2015)

### 学术界的定义:

1. 主题公园作为主题景点的集合体，包括建筑物、景观、机动游戏、表演节目、餐饮、穿着特色服装的员工及零售商店 (Heo, 2009)。
2. 主题公园是庞大资本投资、高度开发、游客为本及人工化娱乐环境的极端例子 (Pearce, 1988)。
3. 主题公园本身乃是一个旅游目的地，结合娱乐、餐饮、商店为一体，以及主题公园内的独特环境与门外的真实环境截然不同 (Ap and Ho, 2009)。

尽管主题公园有许多不同的定义，但是它们之间有一个共同的特色。一般而言，主题公园渗入了主题为游客提供与日常生活不同的有趣体验 (Heo,2009)。





## 1.1 主题公园的类型


主题是游客体验的主要部分，早在公园的规划阶段时候主题已经选定，作为公园设计、发展及运作的焦点。因此，主题的选择对公园的运作极其重要。主题公园通常强调一个主题并经过精心安排园内的建筑物、景观、机动游戏设施、节目表演、餐饮服务、穿着特色服装的员工及零售商店，试图营造主题公园的气氛将它变成另一个地方和时期 (Kemperman, 2000)。

虽然主题公园一般认为只提供一个主题给游客，可是现在大多数的主题公园就不同景点或各园区提供多种类的主题 (Wong & Cheung, 1999)。例如：香港海洋公园的主题是大自然，却还有许多主题，包括野生动物和海洋生物。

主题公园的主题类型一般可以划分为以下七种，其特色如下：

主题公园的类型	特色
<div>1. 冒险##</div> <div></div> <div>##其他可用词汇： 历险、惊险。</div>	<ul style="list-style-type: none"><li>· 兴奋气氛还有刺激性的活动</li><li>· 惊栗</li><li>· 神秘</li><li>· 刺激的机动游戏</li></ul>
<div>2. 未来世界</div> <div></div>	<ul style="list-style-type: none"><li>· 社会的进步及科技发展</li><li>· 探索</li><li>· 科技探索</li><li>· 机械人技术 / 机械化技术</li><li>· 科学化</li><li>· 科幻小说</li></ul>

主题公园的类型	特色
<p>3. 国际</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 各国特色</li> <li>· 地球村</li> <li>· 微型复制品</li> <li>· 观光点</li> <li>· 世界展览 / 世界博览</li> </ul>
<p>4. 大自然</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 动物</li> <li>· 花卉展览</li> <li>· 园艺</li> <li>· 景观</li> <li>· 海洋生物</li> <li>· 大自然奇观</li> <li>· 海洋</li> <li>· 野生生物</li> </ul>
<p>5. 幻想世界</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 动画</li> <li>· 卡通人物</li> <li>· 童年着迷的事故</li> <li>· 儿童公园</li> <li>· 童话</li> <li>· 魔术</li> <li>· 人物扮演</li> <li>· 神话传说</li> </ul>
<p>6. 历史与文化</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 土著住民相关</li> <li>· 原貌</li> <li>· 文化遗产</li> <li>· 文化村落</li> <li>· 淘金热</li> <li>· 历史气氛</li> </ul>

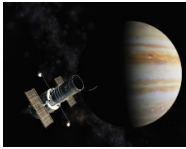
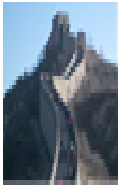
主题公园的类型	特色
7. 电影 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 美国西部牛仔表演</li> <li>• 喜剧</li> <li>• 电影</li> <li>• 娱乐事业</li> <li>• 特技表演</li> </ul>

主题公园的类型

(数据源：Wong & Cheung, 1999)

讨论问题

1. 链接「TEA」主题娱乐协会(Themed Entertainment Association) 网站 查找以下表格有关七种主题公园类型的数据，并在右栏「例子」列举两个主题公园的名称及其所属国家或地区。

主题公园的类型	例子
<div>1. 冒险</div> <div></div>	<div>*</div> <div>*</div>
<div>2. 未来世界</div> <div></div>	<div>*</div> <div>*</div>
<div>3. 国际</div> <div><div></div></div>	<div>*</div> <div>*</div>

主题公园的类型	例子
<p>4. 大自然</p> 	<p>*</p> <p>*</p>
<p>5. 幻想世界</p> 	<p>*</p> <p>*</p>
<p>6. 历史与文化</p> 	<p>*</p> <p>*</p>
<p>7. 电影</p> 	<p>*</p> <p>*</p>

2. 参考以下数据 A 和 B。如何从定价方式识别出是哪类型的娱乐景点？

### 资料 A

开放日期：2024 年 7 月 19 日至 8 月 9 日(星期五至星期日)

开放时段	星期一至星期四	星期五至星期日
开放时间	上午 11 时正至晚上 8 时正	上午 10 时至晚上 9 时正
标准入场套票	港币 140 元(送 10 个代币)	港币 180 元 (送 10 个代币)
65 岁以上入场人士	港币 70 元(送 10 个代币)	港币 90 元 (送 12 个代币)
3 岁以下人士	免费 (不包括任何代币)	

部分设施收费：

设施	时段	代币
电动高卡车	星期一至星期四	20 个代币
	星期五至星期日	25 个代币
逃出密室	星期一至星期四	30 个代币
	星期五至星期日	35 个代币
飞船	星期一至星期四	15 个代币
	星期五至星期日	20 个代币

**\*\*每个代币为港币 10 元\*\***

### 资料 B

根据 2024 年迪斯尼乐园官网入园收费参考如下：

#### 1 日门票

标准门票(12 至 64 岁)：港币 639 元 小童门票(3 至 11 岁)：港币 539 元  
长者门票(65 岁以上)：港币 100 元

**2 日门票** (可入园 2 次, 适用于有效期内任何一日乐园开放日子。第二次入园须于首次入园后 6 天内。)

标准门票 (12 至 64 岁)：港币 1068 元 小童门票 (3 至 11 岁)：803 元

\*各类门票价格因日子不同会有所调整\*

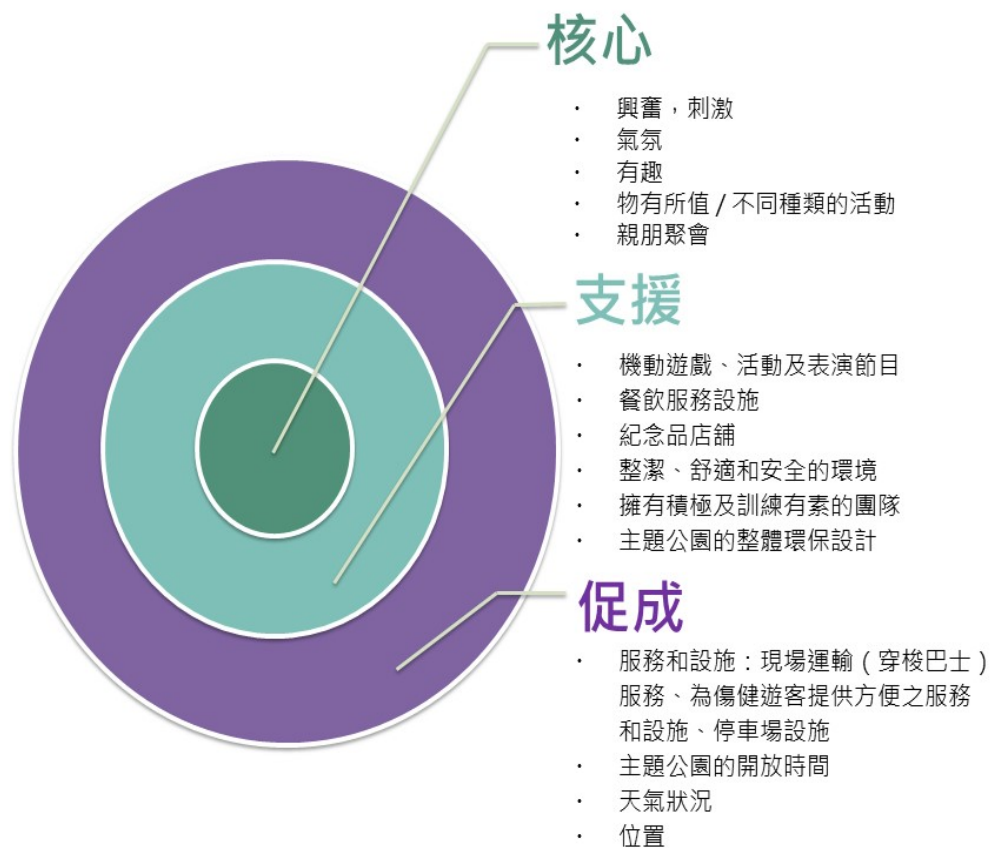
数据源：<https://www.hongkongdisneyland.com/zh-hk/book/tickets>

## 1.2 主题公园的特质

根据 Kotler 和 Swarbrooke 的概念，主题公园应该包括三个层次组成部分，而每层都有其特质：

- 第一层：核心产品
- 第二层：支持（实际）产品
- 第三层：促成（延伸）产品

事实上，游客游览主题公园时期望得到综合上述三个层次产品的特质的愉快体验。



(数据源：Kotler,1994；Swarbrooke,1995)

## 第一层：核心产品

主题公园的最基层产品即游客实质所购买的核心产品。这些产品的特质属于无形，例如：

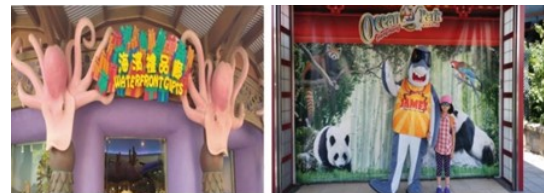
- ✧ 兴奋，刺激
- ✧ 气氛
- ✧ 有趣
- ✧ 物有所值 / 不同种类的活动
- ✧ 亲朋欢聚



## 第二层：支持产品

管理层需要将第一层的核心产品的无形特质转变为有形产品。除此之外，支持产品为核心产品增值，其功能使之与其他竞争产品(主题公园)区分开来。支持产品包括：

- ✧ 机动游戏、活动及表演节目
- ✧ 餐饮服务设施
- ✧ 纪念品店铺
- ✧ 整洁、舒适和安全的环境体验：
  - 洗手间、出口、休息区和顾客服务柜台位于方便的位置
  - 易于理解的指示标志
  - 遇到下雨的天气和晴朗的天气时候都能够提供遮盖的行人道及有篷盖的排队地方；无论酷热的夏天还是寒冷的冬天都要配备好冷风机及暖风机
- ✧ 拥有积极及训练有素的团队 - 详细参阅本文 2.1 (IV)
- ✧ 主题公园的整体环保设计 - 详细参阅本文 2.2 (II)



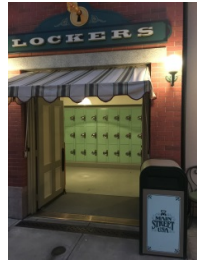


### 第三层：促成产品

促成产品虽然不是游客实际购买的核心产品，但却有助提高游客的满意度、令他们有愉快的体验。换句话说，促成产品是游客使用核心产品时必须要有服务和设施。这包括有形和无形的特质：

#### ✧ 辅助服务和设施：

- 现场运输（穿梭巴士）服务
- 为特殊需要及伤健游客提供方便之服务和设施例如：给使用轮椅和婴儿车的游客提供有斜台设计的行人路、扶手电梯及升降机
- 方便游客保管财物的储物柜或寄存柜
- 停车场设施



#### ✧ 开放时间

- 有些主题公园提供特别的开放时间，例如公园内某些指定景点安排提早入场的时间。这样的安排可以起到人潮分流效应从而纾缓公园的承载力，还可以得到那些游览主题公园时候期望能够避开挤满人群的游客所欢迎。例如，美国佛罗里达州奥兰多环球影城度假村的游客，如果购买特别套票便可以提早一小时入场游览哈利波特巫师世界和火山岛。



#### ✧ 天气状况

- 根据 Perkins (Perkins, 2016) 的解释，旅游业对天气特别敏感，而且更会影响游客作出游览主题公园的决定。尽管建造了相当多的遮盖设备以免游客受到恶劣天气影响，但是天气情况仍然会影响主题公园的开放时间，甚至会按天气情况而暂停开放，这样，将会影响到游客期待在主题公园享受愉快的时光，或完全使到游客打消念头去游览主题公园。

#### ✧ 选址恰当

- 详细参阅本文 2.1 (V)

表1提供了三个受欢迎的香港景点及其三个级别产品的一些例子。

	香港迪斯尼乐园	山顶瞭望台	香港联合国教科文组织世界地质公园
核心产品 (core product)	家庭娱乐 刺激 幻想 再现青春 等等	香港天际线的景色 休闲娱乐	荒野体验 了解地质 家庭出游
有形产品(actual product)	机动游戏 穿着戏服的演员 娱乐 餐饮服务设施 零售产品 等等	观景台 餐饮店铺 景点如杜莎夫人蜡像馆 零售店铺	组织地质旅游团游览不同公园 乘坐舢舨及短途观光团
延伸产品 (augmented product)	儿童手推车 为残疾人士提供的顾客服务 多种语言告示牌 盛事和生日派对年票 快速通行 (fast pass)计划 饮水机 等等	望远镜 多种语言告示牌 摩天套票可以进入多个景点 等等	翻译中心 多种语言告示牌 导游及自助步道 流动小卖亭 指南 等等

表 1- 评定三个景点的产品组成部分

核心产品可能会根据访客的需要而有很大差异。但要记住重点是，有形和延伸产品必须为满足所提及的核心产品类型而设。如果他们不相配合，景点将定必失败。同样重要的是，透过了解不同核心需要及欲望如何满足，才可为类似产品找到独有定位。通过这种方式，每个景点都可以吸引不同的细分市场，或可让相同的细分市场感觉该目的地有很多值得看的东西和做的事情。

习作：

为以下由香港旅游发展局推广的香港景点进行其核心、有形及延伸产品元素的分析。

- 女人街
- 尖沙咀海滨长廊和星光大道
- 昂坪 360

● 香港历史博物馆

数据源：

Hsu, C., Killion, L., Brown, G. Gross M. and S. Huang (2008) *Tourism Marketing: An Asia Pacific Perspective* Milton: Wiley.

Kotler, P., Armstrong, G., Brown, L., and Adam, S. (2006) *Marketing*, 7th Ed. Pearson Education Australia/Prentice Hall.

UNWTO (2008) *International Recommendations for Tourism Statistics 2008 Draft Compilation Guide*. Madrid: UNWTO.

<http://unstats.un.org/unsd/tradeserv/egts/CG/IRTS%20compilation%20guide%207%20march%202011%20-%20final.pdf>.

## 2. 有助主题公园成功的因素



游客对主题公园的体验要求比过去更高。主题公园为了成功满足游客的要求，它应具备以下因素：

- ✧ 有助提高主题公园的整体吸引力及游客体验的主要特质；
- ✧ 适应市场转变；及
- ✧ 整体运作管理。

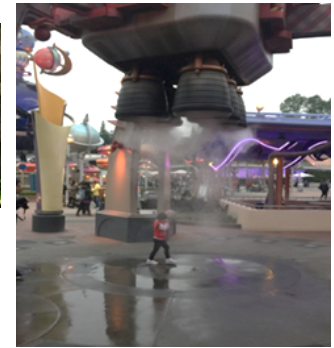
### 2.1 整体吸引力及游客体验

在竞争激烈的市场环境中使主题公园能够维持下去，主题公园的产品应具有以下的特质：

- (I) 独特而有趣的主题；
- (II) 物有所值 / 不同种类的活动；
- (III) 整洁和舒适的环境；
- (IV) 拥有积极及训练有素的团队；
- (V) 选址恰当；及
- (VI) 服务和设施的质素及其一致性。

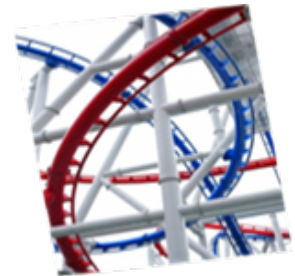
## (II) 独特而有趣的主题

任何成功的主题公园，都拥有独特而有趣的主题令到游客无论年纪大小都会开心快乐。根据弗莱克的报告：「最佳的主题公园是提供游人一个充满娱乐性，引人入胜的环境，并且通过巧妙运用创意的手法，让他们能够维持一种远离一切的感觉。」(Forrec,2015)。游客不会浪费金钱重复游览主题相似的主题公园，除非主题公园的特质具备独特的元素(Hatt, 2015)，例如：



### ✧ 创新

- 支持产品设计创新，特别是虚拟现实、扩增实境和混合实境技术在开发高科技景点方面的应用。



### ✧ 投入

- 通过感官来加深游客的体验，包括：
  - 视觉：建筑物、风景、互动节目和主题公园的演出人物
  - 声音：音乐、机动游戏的声音和游客的叫喊
  - 触觉：游戏项目涉及投掷物品或碰撞物品，触摸动物，以及被机动游戏产生的强风吹脸的刺激感觉

### ✧ 互动

- 让游客游览时候享受到更多互动体验 – 详细参阅本文 2.2 (IV)



### ✧ 启发

- 结合教育与娱乐 –
- 详细参阅本文 2.2 (III)

### (III) 物有所值/不同种类的活动

游客关注入场门票的价格，他们倾向游览「物有所值」的主题公园。所以他们好在乎游览主题公园时会得到甚么体验，以下是其中一些体验他们用作衡量是否「物有所值」的标准。不过，这些认知价值却

因人而异，当中包括：

#### ✧ 感到兴奋和经历新奇体验

- 机动游乐设施、活动和表演节目包括巡游、烟花表演及特备活动都具备独特的元素。



除机动游戏设施之外，主题故事借着触动五种感官的互动体验表达形式都甚受游客欢迎。至于特备节目例如：节庆及主题活动亦是丰富游客体验的另一方法，因为游客期待下次游览时会有新的体验，他们更有可能回来。

要迎合不同游客的各种要求，主题公园就需要有各种不同的景点设施，不论是机动游戏设施以至到由表演者还是运用机械作演出的表演节目。现在，主题公园不仅提供不同的景点设施，还要提供独特的气氛和服务增强游客的体验：

#### ✧ 享受到良好的服务和设施质素

- 支持产品与促成产品的良好配合，这包括整洁和舒适的环境、拥有积极及训练有素的团队、四通八达的运输系统，及辅助服务。

#### ✧ 感觉到置身在一个安全的环境，尤其是娱乐设施的安全标准达到高水平

- 游客的安全是主题公园专业和关爱形象的依据。

此外，公园提供的食物是十分重要，因食物和饮品是主题公园整体体验的一个组成部分。公园食物的构成包括食物本身、质量、种类、价格、同时也包括餐厅的整洁、等候食物的时间和员工的礼貌。根据 Geissler，餐饮部分





可以为游客提供主题公园整体的体验，又可以大大有助增加主题公园的收入和利润 (Geissler and Ruck, 2011)。

### (III) 整洁和舒适的环境

若要游客在主题公园享受到一个愉快的体验，公园的整洁和舒适是首要条件。因为游客不会参观一个残旧、凌乱和令人不安的主题公园。就香港迪斯尼乐园为例，园内有遮盖的地方比其他地区的迪斯尼乐园都要多，因为香港位于亚热带地区，降雨量较多。



### (IV) 拥有积极及训练有素的团队

主题公园为确保能提供高质素的客户服务，需要拥有一支积极的服务团队，因为在服务的生产过程所涉及的员工和游客是不可分割的。团队需要热诚、训练有素，并要「发自内心」提供有效率和可靠的服务。无论主题公园的景点设施条件如何优越，假如游客得到不礼貌和不友善对待的话，亦不会得到游客的垂青。



## (V) 选址恰当

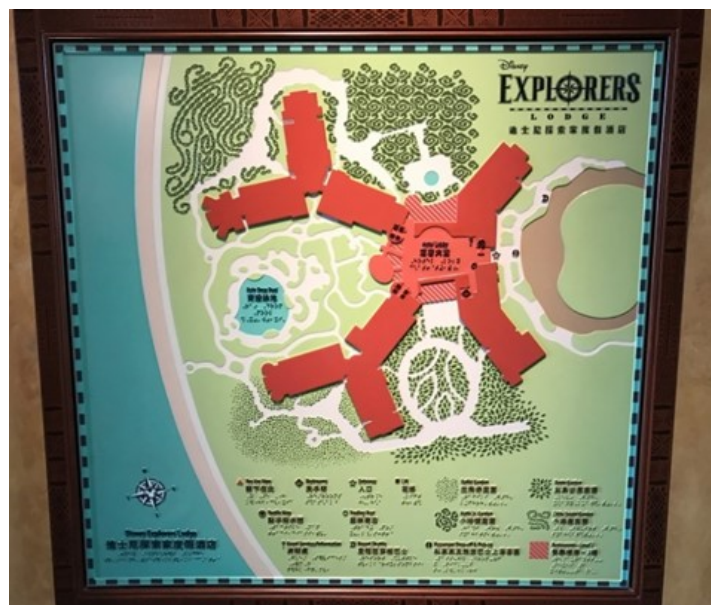
选址恰当使游客能够更方便游览主题公园是对主题公园的存亡起着决定性的作用，因为这样能提供更多游客入场充分利用主题公园所有的设施，解决旅游产品的不可保存的特色。

恰当的主题公园选址是位于四通八达的热门旅游目的地，可以受惠庞大的入境旅客市场，有机会吸引更多的短途不过夜游客游览主题公园。此外游客可以方便使用公共和私人交通工具到达主题公园。根据 Colliers 的报告，从香港迪斯尼乐园和新加坡圣淘沙观察到，距离市中心近或者方便前往市中心的主题公园，当日来访游客人数的比例预计会很高 (Colliers,2014)。



## (VI) 服务和设施的质素及其一致性

这里提及的大致是有关顾客服务五个特点的精髓。主题公园为要确保每位游客都感觉愉快及满意便需要不断提供有质素的服务及设施并且要保持其一致性。主题公园内的每一个细节，包括 (i) 人潮流动及物品流动，都需要预先作出仔细的研究和规划确保游客有个满意和愉快的体验，(ii) 需要制定后备或应急方案，以应付可能会影响公园正常运作的突发事件及 (iii) 为伤健游客提供方便之服务和设施满足视障、听障及残障的需要。





## 2.2 适应市场转变

并非所有的主题公园都能成功营运，在开业后几年便结束营业可能由于业务量下降、管理问题或未能响应市场环境变化等原因。

即使是有名气的主题公园，因时好时坏的服务质量和老化的设施，导致缺乏吸引力，结果便要结束营业。



今时今日，游客的要求越来越高，这意味着游客的喜好和口味也容易改变。一个成功的主题公园需要设身处地地市场中保持积极性，要聚焦满足现有游客的喜好更重要的是识别和开拓新兴客群。下面的例子列出一些新兴客群：

### (I) 年长客群

越来越多的主题公园以年长的游客作为目标客群，他们拥有更多可支配收入和闲暇时间。然而，此类客群通常要求低耗量的活动例如：

- ✧ 他们可以座下欣赏室内的娱乐活动包括观赏表演和特别节目
- ✧ 提供专用通道进入表演场地及其他娱乐活动设施
- ✧ 品尝各种美食
- ✧ 享受水疗服务
- ✧ 欣赏园内的优美园林景色
- ✧ 提供一些轻松而非触目惊心的机动游戏
- ✧ 提供充足的地方给他们座下休息和享受园区的气氛



### (II) 主题公园的整体环保设计

现今我们更加意识到必须保护和保育环境，更特别把焦点集中在节约用水和能源、减少温室气体排放、减少废物及生态保育。根据一篇文章《Entertainment Designer》

(Alton,2015), 未来 10 年新一代主题公园消费者在寻求冒险之外也对主题公园的环保设计有很高的期望。因此, 环保的元素将会是整体主题公园设计的一部分。这些元素包括:

- ✧ 兴建环保建筑物: 结合环保建筑的特色及追求绿色认证奖项  
(详细参阅: 课题(五) - 「旅游与款待业趋势及议题」手册 第 6 章: 旅游业与款待业的趋势环境方面 - 旅游业)
- ✧ 使用环保车辆: 接载游客从一个景点到另一个景点的车辆应该高效节能、低二氧化碳排放量及能够短时间内接载大量游客 (以生物燃料、混合或电动发动的车辆)
- ✧ 处理废物及污水: 处理来自餐厅产生的食物废物、固体废物及从主题公园的日常营运而产生的污水 (详细参阅: 课题(五) - 「旅游与款待业趋势及议题」手册 第 6 章: 旅游业与款待业的趋势环境方面 - 饮食业)
- ✧ 使用可再生能源: 承诺使用可再生能源于主题公园的营运中, 如把太阳的光能转换成电能
  - Six Flags 著名的美国主题公园位于东岸新泽西州宣布在 2017 年这将是全国的第一个主题公园完全以太阳能发电。(Pantsios, 2015)
  - 在佛罗里达州奥兰多的和路迪斯尼世界度假区转用太阳能, 其产生的能源足够整个主题公园使用。

### (III) 教育与娱乐

游客游览主题公园的时候, 已经不再纯粹追求乐趣和刺激。越来越多的游客希望在游览主题公园时, 可以学习新的事物。因此, 融合教育与娱乐于一体的主题公园, 如果发展并管理恰当的话, 将别具竞争力。

香港海洋公园是一个好例子其管理层设计了一个集教育与娱乐于一体的主题公园 - 把惊险刺激的游戏与亲近动物的教育活动共治一炉。园中的热带雨林天地有一个惊险刺激的热带激流, 客人在游戏同时可以明白到保护多样化生物环境的重要性。还有, 参加由主题公园特别为儿童和学生举办的工作坊增加他们对教育意义的学习体验。





#### (IV) 互动体验

游客不希望游览主题公园的时候太过被动，反而希望有更多的互动和参与体验，如喂饲动物、跟主题公园的吉祥物拍照留念和参与表演例如：香港海洋公园「与动物亲上加亲」、香港迪斯尼乐园「绝地圣殿武士特训」及上海迪斯尼乐园「冰雪奇缘：欢唱盛会」。



科技的进步，有许多主题公园提供多感官超越 3D 互动体验的电影给游客欣赏。有些主题公园甚至提供 5D 体验的电影，它集合了视觉、听觉、嗅觉、触觉，还能让您身临其境般感受动感刺激的体验。珠海长隆海洋王国的《卡卡大冒险》5D 奇幻片便是一个恰当的例子，网页：<https://www.chimelong.com/>

另一个应用科技到主题公园来提升游客的互动体验便是美国佛罗里达州环球影城哈利波特巫师世界。随着斜角巷的开幕，奥兰多环球影城度假村推出了交互式魔杖，让游客可以于哈利波特的巫师世界以全新的方式体验魔法。游客搜寻埋藏在斜角巷内的施放法术地点，然后使用交互式魔杖施出法术，更会产生一些感官效果 (Universal Studios, 2017)。

还有，虚拟现实 (Virtual Reality)，扩增实境 (Augmented Reality) 和混合实境 (Mixed Reality) 技术的快速发展可能成为向主题公园游客提供一系列激动人心的互动体验的重要科技力量。

什么是虚拟现实？它是一种启用计算机媒介的技术，可让人们在数码空间中探索新的世界，分享想法并得到新的体验 (Nelson, 2016)。简单说，虚拟现实是一个数码世界依靠穿戴式虚拟现实(VR)装置把真实世界排斥在外，令我们置身于在另一处境 (Curtin, 2017)。根据 Six Flags (著名的美国主题公园位于美国加州 Magic Kingdom) 的过山车设有穿戴式虚拟现实(VR)装置给游客使用。这是虚拟现实能够增强游客的互动体验，并为主题公园的景点增添多个维度的例子 (Eades, 2017) 及 (MacDonald, 2016)。

✧ The New Revolution – Classic 位于美国加州 Six Flags Magic Mountain  
<https://www.visitcalifornia.com/experience/six-flags-magic-mountain/>

什么是扩增实境？使用计算机产生的内容可以是文字、图像、视频、音频或触觉/感官信息迭置在现实世界中看到的东西。简单说，是利用数码内容来补充人们在现实世界中看到的东西，因此称为扩增实境 (Nelson, 2016)。因此，扩增实境科技在未来可以将真实世界与数码世界融为一体，能够给游客一个兴奋的互动体验。

扩增实境可能更适合主题公园采用，因为这项技术不会轻易取代游客去游览主题公园的意欲。根据专家所讲：我们当中许多人为了暂时远离现实一切的感觉而特意去游览主题公园，而不是要依靠穿戴式虚拟现实(VR)装置进入虚拟世界。当你在主题公园里使用穿戴式虚拟现实(VR)装置时，你也可以在自己家中的客厅里做同样的事情 (Boyle, 2017)。根据华特迪斯尼公司行政总裁 Bob Iger 的说法，他认为扩增实境 (AR) 是主要技术，未来将会可能出现在迪斯尼主题公园的互动景点当中。但他却认为使用穿戴式虚拟现实(VR)装置所产生的虚拟世界完全屏蔽了现实世界，他认为这样的体验可能变成一种劣质替代品 (Brennan, 2017)。

最后，混合实境的科技应用到主题公园也变得非常受游客欢迎。什么是混合实境？它结合了使用多种类型的技术，包括先进的感应、光学和计算机技术 (Curtin, 2017)，混合虚拟现实和扩增实境而成，但相比虚拟现实更为先进。混合实境这个科技将真实世界和虚拟世界所呈现出的对象同时显示在同一环境里 (Nelson, 2016)。

一般来说，混合实境这个科技经常出现在主题公园的室内互动景点(Dark Rides)当中，这些互动景点(Dark Rides)的特征：有趣、位于庞大室内空间、有时使用高清晰度的 3D 屏幕、利用视觉假象、动漫人物和改变灯光效果增加游客对充满了惊喜和娱乐性的故



事有更深层互动的感觉 (Nelson, 2016)。以下是一些主题公园采用混合实境科技的互动景点(Dark Rides)：

✧ 变形金刚3D对决之终极战斗

- 位于新加坡圣淘沙名胜世界的新加坡环球影城内的科幻城市  
<https://www.visitsingapore.com/see-do-singapore/recreation-leisure/resorts/resorts-world-sentosa/>

✧ 哈利波特禁忌之旅

- 位于日本大阪环球影城内的哈利波特的魔法世界园区  
[https://www.usj.co.jp/hk/attraction/att\\_detail/harry-potter-and-the-forbidden-journey.html](https://www.usj.co.jp/hk/attraction/att_detail/harry-potter-and-the-forbidden-journey.html)

✧ 加勒比海盗

- 位于日本东京迪斯尼乐园的探险乐园  
<https://www.tokyodisneyresort.jp/tc/tcl/>

✧ 图坦卡蒙的挑战

- 位于欧洲 Walibi Belgium (比利时的瓦利比)  
<https://www.techni-lux.com/Page/72/ChallengeofTutankhamon>

## 2.3 管理



主题公园的整体运作受惠于一个有系统和专业的管理策略，然而需要一个拥有资历深厚、经验丰富的管理团队去执行。这团队由一班专家组成负责 (I) 策略规划管理、(II) 财务管理、(III) 市场推广及(IV) 监测管理各方面的运作。

### (I) 积极的管理层

管理层和员工需要保持积极性，并且比竞争对手更快、更有效地响应市场环境的变化。管理团队需要对市场及市场环境的变化，如政治、环境、社会和技术的变革，时刻保持警觉。他们必须拥有这些方面的知识和保持敏感度，才能有效地规划主题公园的未

来。以下的例子展示出香港两个大型主题公园的管理层在处理亚洲各主题公园日趋激烈的竞争环境下的积极性。

海洋公园以教育及保育为未来策略的骨干,发展成为位于香港岛南的度假及消闲胜地;除享有优美的自然山势及临海景色,交通也非常便利。公园距市中心仅 6 分钟港铁车程。新发展的三大主题区将与现有的动物景点、教育活动及机动游戏发挥协同效应。山下园区将优化成为免费开放之零售、餐饮及消闲主题区。至于山上园区,将会发展另外两个以历险和健康设施为主的新主题区。全新的海洋公园将成为受本地与海外旅客欢迎的独特度假及消闲目的地。

(<https://www.oceanpark.com.hk/tc/ocean-park-future-strategy>)

香港迪斯尼乐园自 2018 年起,将锐意引入华特迪斯尼公司旗下的最强品牌,让极受欢迎的故事及角色落户香港迪斯尼乐园,将宾客的奇妙体验提升至全新境界。截至 2023 年,乐园将陆续推出新增主题区、全新游乐设施及娱乐表演项目等。

(<https://www.disney-magical-kingdom-blog.com/2016/11/20182023.html>)

## (II) 大量的财务资源和持续的投资

建造及营运一个主题公园与中小型企业不同之处,是前者需要大量的成本投资和源源不绝的注资。营运主题公园需要动用大量的财务资源,定期投资建造新的景点,亦需定期提升或更换机动游戏、设施及服务。否则,游客将觉得景点毫无新意,令主题公园流失游客,因而影响主题公园的业务量逐渐下降。



### (III) 强大的市场推广团队

需要拥有强大的市场推广部门，尤其擅长于：

✧ 识别潜在的市场群组 - 为了更容易满足目标游客的不同需要和偏好，在园内为不同潜在市场群组游客开发不同特色的推广活动。主题公园经常为游客提供不同类型的门票适应他们的计划和预算包括 1 日门票、2 日门票或全年入场证。



✧ 规划长远的市场策略，而非仅专注短期的策略方法 - 有必要每年花费一个显著比例的资金来提升竞争能力。



### (IV) 监测管理

要留意细节，特别是在保养方面，以确保游客安全和高质量的体验。根据 Six Flags (美国著名的主题公园) 的董事长及行政总裁 Jim Reid-Anderson 透露：「在 Six Flags，没有任何东西比游客的安全更重要。游客的安全绝对是我们的首要考虑。」

(Six Flags, 2014)。特别是家长宁愿带他们的小朋友游览有良好安全记录的主题公园。因此，主题公园需要一个安全计划大纲确保游客能够享受得到游玩的体验，员工亦会对工作环境感到满意。

安全计划大纲的目标包括：

- ✧ 透过识别和清除危险事故，以确保工作环境的安全；
- ✧ 确保员工在工作时，遵守适当的安全程序；及
- ✧ 确定哪些经营项目能够达到或超出可接受的安全标准及政府所订明的标准。

从安全计划大纲中应考虑环节包括：

- ✧ 完全符合当地的法例 -

- 机电装备及设施
- 消防系统例如：警钟、洒水器及灭火器
- 基础建筑设施例如：建筑物、人行信道、行车信道、走火信道及机动游戏设施
- 运输系统例如：提供游客乘坐主题公园内的穿梭巴士服务，或提供往返主题公园以及其附属酒店的穿梭巴士服务。



- ✧ 医疗服务例如护士室、自动体外心脏纤维性颤动机(AED)及紧急医疗服务。
- ✧ 保安是安全的重要组成部分，为游客、员工及销售商提供安全保护是必要的。
- ✧ 部分游乐及娱乐设施或会按天气情况而暂停开放，并遵从在恶劣天气条件下执行的安全程序。
- ✧ 最后但同样重要的是主题公园的安全计划大纲是确保游客享受得到游玩的体验，员工亦会对工作环境感到满意。为此，主题公园必须完全符合当地的法例，特别是：

- 为雇员提供保障《职业安全及健康条例》为雇员在工业及非工业工作地点，提供安全及健康的保障。基本上，这是一条赋权的条例，订下一般的规定。（数据源：<http://www.labour.gov.hk/tc/legislat/content4.htm>）



- 为游客提供保障：香港法例第132章《公众卫生及市政条例》及其附属法例所订明其主要条文涵盖对食物购买人的一般保障、与出售不宜



食用的食物和食物卫生。(数据源: <https://www.elegislation.gov.hk/hk/cap132>)

网址连结	
1. 2024 迪斯尼城堡大解密	<a href="https://www.yourdisney.com.tw/disneylandresort/disneylandpark/disney-castles/">https://www.yourdisney.com.tw/disneylandresort/disneylandpark/disney-castles/</a>
2. 大屿山「全民新空间」康乐及旅游	<a href="https://www.cedd.gov.hk/filemanager/eng/content_961/15/Lantau_Recreation_ES-CH_v3.pdf">https://www.cedd.gov.hk/filemanager/eng/content_961/15/Lantau_Recreation_ES-CH_v3.pdf</a>
3. 主题乐园投资还是个好生意吗	<a href="https://www-shifair-com.translate.google.com/translate?_x_tr_sl=zh-CN&amp;_x_tr_tl=zh-TW&amp;_x_tr_hl=zh-TW&amp;_x_tr_pto=sc">https://www-shifair-com.translate.google.com/translate?_x_tr_sl=zh-CN&amp;_x_tr_tl=zh-TW&amp;_x_tr_hl=zh-TW&amp;_x_tr_pto=sc</a>
4. 香港迪斯尼乐园：身体有障碍的宾客指南	<a href="https://www.hongkongdisneyland.com/zh-hk/guest-services/guests-with-disabilities">https://www.hongkongdisneyland.com/zh-hk/guest-services/guests-with-disabilities</a>
5. 香港迪斯尼乐园 - 游乐设施	<a href="https://www.hongkongdisneyland.com/zh-hk/attractions/">https://www.hongkongdisneyland.com/zh-hk/attractions/</a>
6. 香港迪斯尼乐园 - 迪斯尼热爱安全	<a href="https://www.hongkongdisneyland.com/zh-hk/guest-services/wild-about-safety/">https://www.hongkongdisneyland.com/zh-hk/guest-services/wild-about-safety/</a>
7. 香港海洋公园 - 公园精彩体验	<a href="http://www.oceanpark.com.hk/tc/park-experience/attractions">http://www.oceanpark.com.hk/tc/park-experience/attractions</a>
8. 香港海洋公园：本土的成功故事	<a href="http://www.hktdc.com/mis/ires/tc/s/ocean-park.html">http://www.hktdc.com/mis/ires/tc/s/ocean-park.html</a>
9. 海洋公园订立未来十年的减碳策略	<a href="http://www.oceanpark.com.hk/tc/press-release/ocean-park-sets-new-industry-standards-carbon-management-energy-consumption-reduction">http://www.oceanpark.com.hk/tc/press-release/ocean-park-sets-new-industry-standards-carbon-management-energy-consumption-reduction</a>
10. 海洋公园的拟议未来路向	<a href="https://www.tourism.gov.hk/pdf/e/devcb4-387-1-tc.pdf">https://www.tourism.gov.hk/pdf/e/devcb4-387-1-tc.pdf</a>
11. 2022 年全球 25 大主题公园和亚太 20 大主题公园	<a href="https://www.sohu.com/a/687016585_120702933">https://www.sohu.com/a/687016585_120702933</a>

网址连结

12. 华特迪斯尼公司企业环保政策	<a href="http://hkcorporate.hongkongdisneyland.com/hkdcorp/zh_HK/environmentality/overview?name=CorporateEnvironmentalPolicyPage">http://hkcorporate.hongkongdisneyland.com/hkdcorp/zh_HK/environmentality/overview?name=CorporateEnvironmentalPolicyPage</a>
13. 珠海长隆园区环保措施	<a href="https://www.chimelong.com/zh/oceankingdom/">https://www.chimelong.com/zh/oceankingdom/</a>
中英文或只备英文	
14. Attractions at Hong Kong Disneyland	<a href="https://www.hongkongdisneyland.com/attractions/">https://www.hongkongdisneyland.com/attractions/</a>
15. Attractions Management Handbook 2023 The Global Resource for Attractions Professionals	<a href="https://www.attractionsmanagement.com/pdf/AM_issue3_2023.pdf">https://www.attractionsmanagement.com/pdf/AM_issue3_2023.pdf</a>
16. 2030 Disney's Environmental Goals( Updated February 2023	<a href="https://impact.disney.com/app/uploads/Current/2030-Environmental-Goals-White-Paper-1.pdf">https://impact.disney.com/app/uploads/Current/2030-Environmental-Goals-White-Paper-1.pdf</a>
17. Entertainment Designer – how do we address environmental sustainability in entertainment design?	<a href="http://entertainmentdesigner.com/news/theme-park-design-news/how-do-we-address-environmental-sustainability-in-entertainment-design/">http://entertainmentdesigner.com/news/theme-park-design-news/how-do-we-address-environmental-sustainability-in-entertainment-design/</a>
18. European Amusement and Theme Park Industry An Assessment of Economic Impact	<a href="https://morisettiassociates.com/">https://morisettiassociates.com/</a>
19. Guide Book for Guests with Disabilities	<a href="https://wdpromedia.disney.go.com/media/wdpro-hkdl-assets/prod/en-intl/system/images/guide-book-for-guests-with-disabilities.pdf">https://wdpromedia.disney.go.com/media/wdpro-hkdl-assets/prod/en-intl/system/images/guide-book-for-guests-with-disabilities.pdf</a>
20. Hong Kong Disneyland’ s Corporate Environmental Policy	<a href="http://hkcorporate.hongkongdisneyland.com/hkdcorp/en_US/environmentality/overview?name=CorporateEnvironmentalPolicyPage">http://hkcorporate.hongkongdisneyland.com/hkdcorp/en_US/environmentality/overview?name=CorporateEnvironmentalPolicyPage</a>
21. Hong Kong Disneyland – Safety First at Hong Kong Disneyland	<a href="https://hkcorporate.hongkongdisneyland.com/media/hkdcorp_v0100/en_US/aboutOurCompany/safety_report.pdf">https://hkcorporate.hongkongdisneyland.com/media/hkdcorp_v0100/en_US/aboutOurCompany/safety_report.pdf</a>
22. Hong Kong’ s Ocean Park: A Home-grown Success Story	<a href="http://www.hktdc.com/mis/ires/en/s/ocean-park.html">http://www.hktdc.com/mis/ires/en/s/ocean-park.html</a>

网址连结

23. International Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA) 国际游乐场及景点协会	<a href="https://www.iaapa.org/news">https://www.iaapa.org/news</a>
24. International Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA) - Introduction to the Attraction Industry	<a href="https://www.iaapa.org/connections/amusement-parks-attractions">https://www.iaapa.org/connections/amusement-parks-attractions</a>
25. International Quality & Productivity Center – How will future theme parks look like?	<a href="http://www.igpc.com/media/1003928/59469.pdf">http://www.igpc.com/media/1003928/59469.pdf</a>
26. Lantau Space For All - Recreation and Tourism	<a href="https://www.lantau.gov.hk/en/about-us/index.html">https://www.lantau.gov.hk/en/about-us/index.html</a>
27. Ocean Park develops a 10-year Carbon Footprint Management Plan	<a href="http://www.oceanpark.com.hk/en/press-release/ocean-park-sets-new-industry-standards-carbon-management-energy-consumption-reduction">http://www.oceanpark.com.hk/en/press-release/ocean-park-sets-new-industry-standards-carbon-management-energy-consumption-reduction</a>
28. Park Experience at Hong Kong Ocean Park	<a href="http://www.oceanpark.com.hk/en/park-experience/attractions">http://www.oceanpark.com.hk/en/park-experience/attractions</a>
29. Silicon Valley Power to Fuel Theme Park with Renewable Energy	<a href="https://www.renewableenergyworld.com/wind-power/silicon-valley-power-to-fuel-theme-park-with-renewable-energy/#gref">https://www.renewableenergyworld.com/wind-power/silicon-valley-power-to-fuel-theme-park-with-renewable-energy/#gref</a>
30. Secrets of Disneyland Paris	<a href="https://news.disneylandparis.com/en/2014/12/14/secrets-disneyland-paris-fun-facts-behind-scenes/">https://news.disneylandparis.com/en/2014/12/14/secrets-disneyland-paris-fun-facts-behind-scenes/</a>
31. Shanghai Disneyland Etiquette Guide	<a href="http://www.inquisitr.com/3158998/shanghai-disneyland-etiquette-guide-released-by-chinese-government-following-public-defecation-and-graffiti-on-park-grounds/">http://www.inquisitr.com/3158998/shanghai-disneyland-etiquette-guide-released-by-chinese-government-following-public-defecation-and-graffiti-on-park-grounds/</a>

网址连结

32. 13 of the Top Theme Park Experiences Around the World	<a href="http://www.tjf.or.jp/takarabako/PDF/TB08_JCN.pdf">http://www.tjf.or.jp/takarabako/PDF/TB08_JCN.pdf</a>
33. Theme Parks - The Business of Storytelling	<a href="https://www.scribd.com/document/422060449/FORREC-Theme-Parks-pdf">https://www.scribd.com/document/422060449/FORREC-Theme-Parks-pdf</a>
34. 100 Top Theme Parks Worldwide	<a href="https://toursanner.com/blog/best-theme-parks-in-the-world/">https://toursanner.com/blog/best-theme-parks-in-the-world/</a>
35. USC Viterbi School of Engineering - Disney's "Green" Magic: Engineering Sustainability. <i>Illumin Volume XVIII Issue</i>	<a href="http://illuminate.usc.edu/312/disneys-green-magic-engineering-sustainability/">http://illuminate.usc.edu/312/disneys-green-magic-engineering-sustainability/</a>

## 参考数据

Alton, Elizabeth. (2016, March). How Do We Address Environmental Sustainability in Entertainment Design? *Entertainment Designer*. Retrieved from <http://entertainmentdesigner.com/news/theme-park-design-news/how-do-we-address-environmental-sustainability-in-entertainment-design/>

Boyle, E. (2017, March). Disney is looking to add AR technology to its theme parks. *TechRadar*. Retrieved from <https://www.lifestyleasia.com/ind/gear/tech/disney-moves-towards-metaverse-patents-tech-theme-park-personalised-experience-visitors/>

Brennan, D. (2017, March). Once a Pioneer of VR in Theme Parks, Disney Aims for AR This Time Around. *Road To VR*. Retrieved from <https://www.roadtovr.com/pioneer-vr-theme-parks-disney-aims-ar-time-around/>

Chimelong Ocean Kingdom. (2015, May). Grand Opening of 5D Castle Theater on Children's Day. Retrieved from <https://www.kraftwerk.at/reference/5d-castle-theater/>  
Colliers International. (2014, October). DNA of Theme Park Hotels. Retrieved from <http://www.colliers.com/-/media/2B8FD9835F64408689EABA71985E73B4.ashx?la=en-GB>

Curtin, K. (2017). Mixed Reality will be most important tech of 2017. *Insider*. Retrieved from [https://thenextweb.com/insider/2017/01/07/mixed-reality-will-be-most-important-tech-of-2017/#.tnw\\_64WEsAzS](https://thenextweb.com/insider/2017/01/07/mixed-reality-will-be-most-important-tech-of-2017/#.tnw_64WEsAzS)

D&J International Consulting & Morisetti Associates.. European Amusement and Theme Park Industry - An Assessment of Economic Impact in Figures Prepared for IAAPA Europe. Retrieved from IAAPA Europe: <https://morisettiassociates.com/project/economic-impact-of-european-amusement-and-theme-park-industry/>

Eades, M. (2017, May). Disneyland and other theme parks go all-in with immersion, interactive experiences. *Orange County Register*. Retrieved from <http://www.ocregister.com/2017/05/01/disneyland-and-other-theme-parks-go-all-in-with-immersion-interactive-experiences/>

Forrec. (2015). Theme Parks The Business of Storytelling. Retrieved from [https://www.forrec.com/wp-content/uploads/2015/11/FORREC\\_Theme\\_Parks.pdf](https://www.forrec.com/wp-content/uploads/2015/11/FORREC_Theme_Parks.pdf)

Geissler, Gary L. & Rucks, Conway T. (2011). The overall theme park experience: A visitor satisfaction tracking study. *Journal of Vacation Marketing*, vol. 17 no. 2, 127-138.

Goeldner, Charles R, Ritchie, J.R. Brent, McIntosh, Rober W. (1999). *Tourism – Principles, Practices, Philosophies*, 8th ed., Wiley.

Heo, C.Y. & Lee, S. (2009). Application of revenue management practices to the theme park industry.

*International Journal of Hospitality Management*, 28, 446–453.

Ho, P. & Ap, John. (2009) *Tourism and Hospitality Studies - Theme Parks and Attractions*.  
Hong Kong Trade Development Council. (2015, March). Hong Kong's Ocean Park: A Home-grown Success Story. 香港贸易发展局 - 香港海洋公园：本土的成功故事 Retrieved from <http://www.hktdc.com/ncs/ires/en/s/HKOceanPark.html>

Kemperman, A.D.A.M. (2000). *Temporal Aspects of Theme Park Choice Behavior: Modeling variety seeking, seasonality and diversification to support theme park planning*. CIP-Data Koninklijke Bibliotheek, Den Haag

Kotler, P. (1994), *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*, 8<sup>th</sup> edition, Prentice Hall, Englewood Cliffs.

The Legislative Council Commission - Challenges for the theme park industry in Hong Kong (ISE09/15-16) Research Office, Information Services Division, Legislative Council Secretariat. 立法会行政管理委员会 - 香港主题公园业的挑战 (ISE09/15-16)。立法会秘书处 信息服务部 数据研究组 Retrieved from <http://www.legco.gov.hk/research-publications/english/essentials-1516ise09-challenges-for-the-theme-park-industry-in-hong-kong.htm>

MacDonald, B. (2016, March). Six Flags Magic Mountain turns aging coaster into virtual reality video game. *Los Angeles Times*. Retrieved from <http://www.latimes.com/travel/themeparks/la-trb-six-flags-magic-mountain-new-revolution-20160326-story.html>

McClung G W. (1990). Theme park selection: Factors influencing attendance. *Tourism Management*, 12(2), 132–140.

Nelson, Trevor (2016). Impact of Virtual and Augmented Reality on Theme Parks

Page, S. (2000). Theme parks. In C. Ryan, & S. Page (eds.), *Tourism Management*. Amsterdam: Pergamon.227-232.

Pantsios, A. (2015, March). Six Flags to Build New Jersey's Largest Solar Farm and Become First Theme Park to Be Entirely Self-Powered. *EcoWatch*. Retrieved from <https://www.ecowatch.com/six-flags-to-build-new-jerseys-largest-solar-farm-and-become-first-the-1882023491.html>

Pearce, P.L. (1988), *The Ulysses Factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings*, Springer-Verlag, New York.

Perkins, D. and Keith G. Debbage. (2016). Weather and Tourism: Thermal Comfort and Zoological Park Visitor Attendance. *Atmosphere*. (July), 44.

Prebensen, Nina K., Vittersø, Joar., & Dahl, Tove. (2013). Value Co-Creation Significance of Tourist Resources. *Annals of Tourism Research*, Vol 42, 240-261.

Six Flags. (2014). Guest-safety. Retrieved from <https://www.sixflags.com/national/guest-safety>

Student – The Standard. (2016, April). Walt Disney World Resort switches to solar energy. Retrieved from [http://stedu.stheadline.com/pri/pri\\_news.php?aid=15502](http://stedu.stheadline.com/pri/pri_news.php?aid=15502)

Swarebrooke, J. (1995), *The Development and Management of Visitor Attractions*, Butterworth-Heinemann, Oxford.

Universal Studios. (2017). The Wizarding World of Harry Potter at Universal Orlando Resort. Retrieved from <https://www.universalorlando.com/web/en/us/things-to-do/shopping/ollivanders-diagon-alley/index.html>

Wong, K.K.F. & Cheung, P. W. Y. (1999). Strategic theming in theme park marketing. *Journal of Vacation Marketing*, 5(4), 319-332.