

环球影城带动北京成国庆旅游头号热门目的地，国际巨头加快布局，全国主题公园旅游点已约3000个

主题乐园掘金密钥在哪里？

羊城晚报记者 孙绮曼

“国庆的北京环球影城人真的太多了，光排哈利·波特与禁忌之旅就排了一个多小时！”国庆假期刚去了北京环球影城游玩的游客李小姐向羊城晚报记者感慨道。

在刚刚过去的国庆假期里，北京环球度假区是全国最热门的景区之一，带动北京在中秋之后继续领跑成为国庆旅游热门目的地第一名。北京环球影城的火热是假期主题乐园“爆火”的一大缩影。在支付宝刚刚发布的国庆报告里，主题乐园成为国内景区消费最活跃的项目。

强大的“吸金”能力，让主题乐园遍地开花，羊城晚报记者梳理数据发现，2020年全国已累计开发的主题公园旅游点约3000个。在北有环球影城、南有迪士尼的双雄割据形势之下，仍有许多玩家不断入局，主题乐园“生意经”的秘密究竟在哪里？



9月20日，北京环球度假区正式开园 新华社发

主题乐园成景区消费最活跃项目

黄金周点燃了消费者的出行热情，支付宝刚刚发布的国庆报告显示，景区消费人次对比上个月增长超9倍，主题乐园成为国内景区消费最活跃的项目。而其中吸金能力最强的三大品牌分别为：遍布国内大小城市的华强方特、刚刚开园的北京环球影城，以及热度常青的上海迪士尼乐园。

主题乐园成为假期打卡热点，还有数据为证。数据显示，一些大型主题乐园支付交易呈现明显上涨趋势，日均交易笔数和金额较去年同期分别增长30.29%和61.05%。

历时20年终于显出真容的北京环球影城，无疑是主题乐园中的当红炸子鸡。从2001年签订合作协议到2021年开园，北京环球影城成了中国第一座、亚洲第三座、世界第五座环球影城主题乐园，也是全球开园规模最大的一个环球影城。

主题乐园带动区域消费市场

在国庆假期中，北京环球度假区成为拉动周边消费的有力引擎。

去哪儿数据显示，今年预订国庆假期入住度假区周边酒店的间夜量比2019年国庆预订量增长75%，预订均价也由217元上涨到507元，上涨近一倍。有酒店工作人员感慨，通州区的酒店、外卖、餐饮、出租车等“统统晚睡了三小时”。

美团数据显示，从今年元旦至今，平台上度假区周边5公里范围内的新开业餐厅、新开业酒店，数量分别是1067家和170家。四面八方的游客涌入，也对度假区周边生活服务业起到了消费带动作用，按摩、推拿、艾灸等成为平台上增长明显的品类。

携程研究院战略研究中心高级研究员谢晓青分析称，在全新消费环境下，北京环球影城的开园将带动区域整体旅游市场的升级。具有国际IP的主题乐园不仅能填补北京旅游市场在此的空白，也将对区域餐饮、住宿、交通等消费形成综合带动作用，带动新技术目的地旅游各项指标进一步提升。

无疑，北京环球影城也为北京按下建设国际消费中心城市的“加速键”。北京环球主题公园一期项目正是北京建设国际消费中心城市111个重点项目中的一个，围绕园区的溢出效应，通州区积极完善环球度假区周边的消费配套设施，探索通过新技术创作新IP、新业态、新模式，打造新消费、新体验、新场景。

乐高乐园投5.5亿美元布局中国

北京环球影城热度尚未减退，又一主题乐园传出新动向——9月22日消息，上海乐高乐园有限公司已经摘牌乐高乐园主体项目用地，并签订国有建设用地使用权出让合同。

乐高乐园投资额为5.5亿美元，建成后，将成为全球最大的乐高乐园度假区之一。乐高官网显示，目前，乐高在丹麦比隆、美国加利福尼亚、纽约、佛罗里达、德国、日本、马来西亚、迪拜、加拿大温莎等地建设了乐高乐园。

事实上，IP被认为是主题乐园成功的一大密钥。走进环球影城，或是披上斗篷化身哈利·波特霍格沃茨魔法学院的新生一名，或是见到梦中的变形金刚一圆英雄梦；穿梭在迪士尼乐园中，或是和花车上的米老鼠、唐老鸭招手，或是看着城堡上的公主们与烟花交相辉映……

除了乐高、默林娱乐等国际巨头企图在中国市场分一杯羹，本土主题乐园也紧随其后。与国际巨头“落子”一线城市不同，本土主题乐园则更注重“抢滩”二、三线城市。

华强方特在涪陵、绵阳、自贡等地建设方特公园项目；海昌海洋公园则在重庆和成都开放加勒比海世界和海昌极地海洋公园；时代华纳和梦工厂将投资2000亿元在珠海建设主题乐园。

主题乐园“密钥”在于IP

主题乐园接二连三图什么？中国市场到底有哪些吸引力？

产业链条相互承接是盈利关键

公开数据显示，作为主题乐园，环球影城主题游营业收入比例只占到业务总收入的30%，其余收入来源是由主题乐园娱乐设施带动而产生的关联产业盈利，且关联产业收入超过了主题乐园。可见，主题乐园不再是唯一的核心竞争力，通过主题娱乐设施的带动，创造出核心层、积累层、衍生层等相互承接的产业链条才是主题乐园盈利的关键。

相关数据显示，北京环球影城在开园后预计可为通州区带来500亿元的经济增长，对周边辐射范围内的消费市场、旅游市场、就业市场有着巨大的影响。

值得注意的是，反观中国国内IP与中国本土主题乐园，虽然近年有许多优质国产IP产出，然而中国影视IP在衍生品及周边开发上仍然相对滞后，导致IP总体影响力仍然不足。

基于强大的IP基础，主题乐园要如何让IP带来可观的经济效益呢？主题公园乐园作为一种基于IP的旅游产品，首要的收入便是门票，其次便是与主题IP相关的各类演出、会展、休闲度假产品，再深入的消费便是IP延伸出来的各类品牌经营产品。

基金发行火爆背后分化明显

年内远超以前全年发行总规模，但行业马太效应愈演愈烈

文/表 羊城晚报记者 丁玲



今年基金发行依然火爆！截至今年三季度末，基金发行数量达1388只，逼近2020年全年的1395只，发行总规模达到2.35万亿元，超过2020年前三季度的2.34万亿元，创公募基金前三季度发行规模新高，也远超2020年以前所有年份的全年发行总规模。与此同时，数据显示，10月共有152只基金进入发售期，10月8日就有26只新基金启动发行。

单季发行份额明显分化

纵观今年前三季度，单季度基金发行份额也明显分化态势。

今年一季度基金发行火爆，多只百亿爆款基金在此期间诞生，发行规模超万亿元。但随着核心资产的急剧回调，基金发行骤然降温，二季度发行规模缩减至5555.25亿元。进入三季度，基金发行又有所回暖，三季度合计发行规模超7200亿元。

Wind数据显示，截至目前，三季度基金发行数量为545只，超过了二季度的417只和一季度426只。但由于基金平均发行份额偏低，三季度基金发行规模只有7267.49亿元，未达到一季度的10688.15亿元。

值得关注的是，尽管今年前三季度基金合计发行数量已有1388只，逼近2020年全年的1395只，但在发行规模方面，前三季度合计发行规模为2.35万亿元，平均发行份额较2020年明显减少。

另外，随着股市波动加大，9月份权益基金发行份额明显减

行业马太效应愈演愈烈

基金发行火热的同时，基金行业却呈现出明显的“马太效应”。数据显示，今年以来发行规模超千亿元的基金公司有5家，其中，广发基金发行规模接近1800亿元，广发行业精选三年持有、广发均衡优选、广发兴诚、广发成长精选、广发恒信一年持有等多只基金发行规模超百亿元。

位列发行规模第二名的为易方达基金，今年以来合计发行1515.11亿元。易方达竞争优势企业、易方达悦安一年持有、易方达悦兴一年持有等发行规模超百亿元。

此外，南方基金、华夏基金、汇添富基金今年来的发行规模也超千亿元。嘉实基金、富国基金超900亿元，招商基金、博时基金超800亿元，华安基金、鹏华基金超700亿元，工银瑞信基金超600亿元，景顺长城基金超500亿元。

不过，也有部分基金发行规模不过10亿元，与头部基金公司形成鲜明的对比。例如英大基金今年发行规模只有2.1亿

元，北信瑞丰基金2.11亿元、博远基金2.16亿元、富荣基金2.19亿元、东兴基金2.37亿元等发行规模都明显偏少。

对此，有市场分析人士指出，明星基金经理云集，这是头部公募吸金的重要“法宝”。今年以来不少百亿级基金产品背后管理人正是备受关注的“顶流”基金经理。以近日刘格崧发行的广发行业精选三年持有期混合基金为例，原本预计5天认购时间，但实际上2天就完成了认购，募集金额超150亿元。

另外，较之今年上半年爆款基金较多，其间诞生不少百亿级基金产品，下半年则明显偏少。市场分析指出，下半年爆款基金减少，主要受到近期市场环境的影响，也反映出了投资者的谨慎态度。在持续震荡的过程中，尤其是核心资产接连回调，爆款基金减少是预料之中的事。

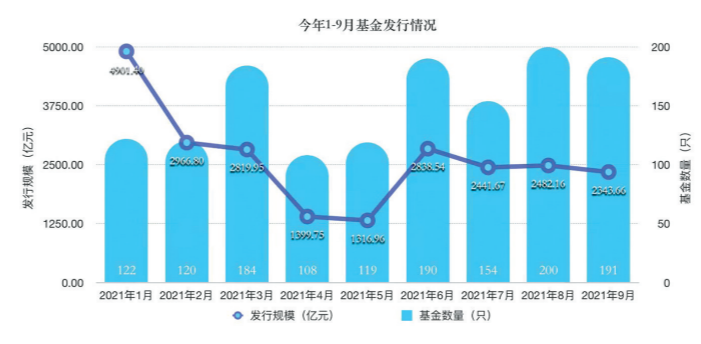
募资失败案例时有出现

在基金发行盛况持续的当下，中小基金公司乃至头部公司募资难甚至募资失败的案例也时有发生。

9月25日，德邦创业板指数增强基金募资失败，成为9月份以来第五只发行失败的新基金，也是今年以来第24只募资失败的基金。

跻身头部公募行列的景顺长城基金旗下也曾出现募资失败的案例。7月30日，景顺长城基金发布景顺长城泰顺回报一年定开混合基金合同不能生效的公告。公开信息显示，该基金

Table with 4 columns: 基金产品名称, 基金成立日, 发行规模(亿元), 基金经理. Lists various funds like 广发行业精选三年持有A, 南方兴润价值一年持有A, etc.



经证监会2020年11月4日的证监许可文准予募集注册，投资范围上，股票投资占基金资产的比例范围为60%—100%，于今年4月26日开启募集，计划募集截止日为7月23日。然而，3个月的募集期限届满，因未能满足基金备案的条件，故《基金合同》不能生效。

对此，东北证券认为，基金发行失败显示出同质化激烈竞争下部分产品较难得到投资者

金谷观察

结构性行情将偏向能源股

最近两个假期，无论是小长假的中秋还是长假的国庆，外围市场均上演了“崩盘惊悚”。例如美股的纳斯达克指数，中秋小长假时9月20日单日最多跌近3%，国庆长假时10月4日再度单日跌幅超过2%，而指数又创了9月以来新低，比9月20日又跌了超过3%。

事实上，在美联储主题指数而言，均在9月份录得大阴线，其中两大指数标普500指数和纳斯达克指数，9月份的跌幅都是2020年3月新冠疫情爆发以来最大的单日跌幅，分别达到4.76%和5.31%；道琼斯指数也达到4.29%，仅次于2020年10月的4.61%。

因而可以有一问：美股见顶了吗？它的风险外溢会有多大？A股是否会受到大级别的波及影响？

股市是经济的晴雨表，9月以来市场聚焦能源紧张、高通胀、美债务上限等，对于新冠疫情的关注度有所下降。上周五，美原油期货一度升破每桶80美元大关，是2014年11月以来的首次，相较新冠疫情爆发时2020年4月时的最低价6.50美元大涨了11倍多。此外，天然气、煤炭等能源价格近期全球均出现暴涨。延伸来看，波罗的海BDI航运指数9

两融透析

节后资金明显回流可期

市场短期仍聚焦能源供应

2015年至2020年国庆节前最后一周的融资盘因长假避险，分别净流出149亿元、206亿元、214亿元、112亿元、101亿元和254亿元，均值为172亿元，今年流出规模较往年明显增加。应该是叠加了短期大盘趋势下行、外围股市波动加大、贸易谈判和限产限电对经济的不确定性预期等多种因素影响，放大了避险情绪，大幅减少了融资开仓力度。

今年以来融资盘持续增长，其间峰值出现在9月15日的17583亿元，较去年年底一度增长了2763亿元，9月也一度增长了517亿元。不过下半年伴随大盘下行发生的减仓偿还和节前避险，融资余额较峰值快速回落了730亿元，9月的融资盘也从大幅净流入转为流出。并且结束了自5月份以来连续四个月的净流入，而5—8月是合共净流入了2041亿元。

一般而言，长假期内如无特别利空，融资盘基本大幅度回流。从节前流出规模来看，10月的首个交易周，融资盘净流入合计约在500亿元左右。

节后资金回流，市场活跃度回升，煤、油、天然气和清洁能源板块将保持活跃。后市研判：节后资金回流，市场活跃度回升，煤、油、天然气和清洁能源板块将保持活跃。

后市研判：节后资金回流，市场活跃度回升，煤、油、天然气和清洁能源板块将保持活跃。后市研判：节后资金回流，市场活跃度回升，煤、油、天然气和清洁能源板块将保持活跃。

乡村振兴，民生助力

中国民生银行广州分行成功发行村务卡粤民卡

文/戴曼曼

为贯彻落实乡村振兴战略，在广州市相关政府部门统筹推动下，10月8日，中国民生银行广州分行成功发行村务卡，协助强化农村集体“三资”监管，助力乡村善治和党风廉政建设。

村务卡助力刷出明白账

今年广州市推行村务卡结算改革工作，中国民生银行广州分行积极响应，迅速行动，与政府部门银政合作，经过3个月的努力，实现了与广州市及区级“三资”监管平台系统对接和数据传输，上线具有开创性意义的村务卡产品。

村务卡是广州市行政村（组）、村集体经济组织工作人员以个人名义开立并持有、具有一定透支额度与透支免息期的信用卡。持卡人在公务消费后，在免息期内向村社提交村务卡消费交易凭证申请报销，经审核无误后村社将资金拨付至指定的村务卡账户还款。

银行协助推行村务卡全部村务消费交易信息上传到市、区两级农村集体财务监管平台，村务消

费资金往来全留痕、可查询、可追溯。村务卡结算制度的推行，实现了农村集体资金使用全转账，减少现金交易，做到每笔支出“有迹可循”，也可解决村务工作人员进行村务消费需要自行垫资的困扰。

粤民卡活跃村民文化生活

中国民生银行广州分行结合广府文化和当地村民的个性化需求，同步发行了具有广州特色的主题储蓄卡——粤民卡，针对村民日常的购物、出行、健康、金融、娱乐五大模块推出一系列专属权益，给村民提供实实在在的优惠及便利，大力支持村镇基础设施建设、民俗文化传承、金融知识普及等。

中国民生银行广州分行将践行“服务大众 情系民生”的企业使命，持续做好金融支持乡村振兴工作，为广大村民提供优质的金融产品和服务，努力打造成为一家特色鲜明、持续创新、价值成长、稳健经营的一流商业银行。