

国内一些乐园在运营理念上相对滞后，对新技术的应用不够重视，仍然依赖传统的运营模式。

服务方面与海外同类乐园存在差距，主要体现在未能给顾客创造足够的惊喜和感动。以上海迪士尼为例，虽然在国内处于头部地位，但游客去游玩时，感觉更多是玩设施、看烟花和花车游行，各个体验环节相对割裂，与顾客的交互沟通也不足。而日本和美国的迪士尼，能为游客提供一个完整、连贯的体验过程，注重在设施与设施之间的服务触点打造，给游客制造惊喜和感动。在创造惊喜和提供情绪价值方面有所欠缺，这是上海迪士尼有待提高的。

优化运营提升服务是关键

为提升主题乐园游客体验，专家们提出了一系列建议。

优化运营管理是提升游客体验的基础。林焕杰介绍，迪士尼等海外乐园在设备保障方面投入巨大，迪士尼是“一套配件在用，一套配件在仓库，一套配件在路上”，并且会按照规定及时更换配件，确保设备运行的舒适度和安全性。在设备故障应急处理方

面也更为成熟，能够迅速、有效地解决问题，将对游客的影响降到最低。他建议，乐园应加强设备维护保养，建立严格的设备维护制度，增加维护保养的频次和深度，确保设备的安全与稳定运行。可以借鉴迪士尼的做法，为设备配备充足的备用配件，当设备出现故障能及时更换，减少游客的等待时间。还应建立完善的设备维护档案，记录设备的维护情况和故障历史，以便及时发现潜在问题。

党宁认为，部分主题乐园服务培训不够完善，员工培训体系不健全，服务意识淡薄、专业素养不足，处理问题不及时、不专业，无法为游客提供优质的服务体验。他建议应加强内部营销和运营管理，增进不同部门和员工之间的沟通，为一线员工提供足够的关怀，让他们能够为游客传递积极的情绪价值。

国内一些乐园在运营理念上相对滞后，对新技术的应用不够重视，仍然依赖传统的运营模式。在市场变化快速、游客需求日益多样化的今天，这种运营理念难以满足游客期望，也限制了乐园

的发展。党宁认为，在运营理念上，海外主题乐园更加注重与时俱进，善于运用新技术提升管理和服务水平。随着人工智能、信息技术的发展，海外乐园在园区管理、服务设计和项目设计中积极应用这些新技术，为游客提供更加便捷、个性化的服务。

他建议，国内乐园要充分利用信息技术，将其运用到园区管理和服务设计中，以适应市场和游客需求的变化。比如应利用大数据、人工智能等技术，对客流量进行实时监测和预测，提前做好客流疏导和应急预案。通过优化排队系统，如采用虚拟排队、快速通行证等方式，减少游客的排队时间，提高游玩效率。还可以通过调整开园时间、错峰运营等方式，均衡客流量。

在新媒体大数据时代，游客的每一条吐槽都可能通过网络迅速传播并放大，对主题乐园的形象造成严重影响。因此，国内主题乐园必须正视自身存在的问题，从设备维护、服务质量提升、价格优化等多方面入手，积极改进，以提升游客的游玩体验，增强市场竞争力。吴本和党宁都强调，在面对新媒体时代的挑战时，乐园方应积极回应游客的吐槽，不能躲避问题。要学会在新媒体环境下，通过积极有效的公关手段，妥善处理游客的负面反馈，维护良好的品牌形象。■