

祥源控股23亿港元入局 海昌能否借“山海联动”重生

■中国城市报记者 张亚欣

国内最大的海洋主题公园海昌海洋公园即将易主。

日前,海昌海洋公园控股有限公司(以下简称海昌海洋公园)发布公告,公司拟以每股0.45港元向祥源控股集团(以下简称祥源控股)旗下企业祥源星海旅游(开曼)有限公司发行51亿股新股,总代价22.95亿港元。这也意味着,交易一旦顺利完成,祥源控股将间接持有海昌海洋公园扩大股本后的38.6%的股份,一跃成为其第一大控股股东。

二者的“联姻”也成为业内关注的焦点:手握黄山、崂山等顶级山岳景区的祥源系或将与拥有“海洋IP王国”之称的海昌海洋公园形成“山+海”的战略互补。尽管外界对此次联姻持保留态度,但双方在当前阶段都从中获益。至于能否真正形成战略互补,仍需时间的验证。

22.95亿港元资金 可偿还部分现有债务

海昌海洋公园官网信息显示,海昌海洋公园是以海洋文化为基础的综合文旅集团,目前已在上海、郑州、三亚、大连、烟台等30余座城市布局了以海洋文化为主,且各具特色的综合主题文旅项目,涵盖旗舰式海洋主题度假区、海洋主题公园、主题文娱街区、器械类游乐公园、水公园、精品海洋馆等多个产品与品牌,累计接待游客超3亿人次,完成了环渤海、长三角、华中及成渝等主要经济圈布局。

在国内的海洋类的主题公园中,海昌海洋公园知名度极高。作为港交所首家主题公园运营商,海昌海洋公园在海洋主题公园领域拥有丰富的运营经验,就算2021年出售4家主题公园后,旗下仍剩余7家主题公园。自2017年以来,海昌海洋公园长期保持着海洋生物资源亚洲保有量第一的地位。

不过,近年来,海昌海洋公园饱受亏损困扰。据公开财报,除2021年实现盈利外,2020年、2022年、2023年、2024年,海昌海洋公园归属于母公司拥有人应占利润分别为-14.52亿元(人民币,下同)、-13.96亿元、-1.97亿元和-7.40亿元。若算上2021年盈利8.45亿元,五年时间,公司合计亏损29.40亿元。

海昌海洋公园在此次公告中也指出,公司业务复苏表现慢于预期,出现了持续的经营性亏损,导致阶段性的流动资金压力。

同时,负债也是海昌海洋

公园的当务之急。据财报,截至2024年底,海昌海洋公园的流动负债净额为29.53亿元,年内有约4.97亿元的银行及其他借款到期未偿还。海昌海洋公园称,后续已偿还其中约0.67亿元。

根据公告披露,海昌海洋公园拟将认购事项所得款项净额用于支持集团日常运营及补充营运资金,推动公司核心业务(包括主题公园运营、OAAS、IP)的发展,及偿还部分现有债务(主要包括银行贷款、供应商应付款项及建设相关债务),以降低财务成本、改善负债结构。

“此次融资获得的22.95亿港元资金,可以用于偿还部分现有债务,从而降低财务成本、改善负债结构。”中国企业资本联盟副理事长柏文喜在接受中国城市报记者采访时分析,此次融资将有助于缓解海昌目前面临的短期债务压力,使其财务状况更加稳定。不过,柏文喜认为,海昌海洋公园的亏损主要是由高成本的海洋生物养护、重资产模式下的资金压力等原因造成的。此次融资虽然能缓解一时的债务压力,但如果不能从根本上改善经营状况和提升盈利能力,其债务问题仍可能再次出现。

“祥源系”文旅版图再扩张

此次海昌海洋公园易主一事,让业内关注点再次聚焦“祥源系”。

公开资料显示,祥源控股2008年起开始涉足文旅产业,其旅游业务主要包括旅游景区业务、旅游度假业务及旅游服务业,如今已在全国14个省份布局40余个文旅项目。从资本布局看,其旗下A股上市公司祥源文旅已陆续整合张家界百龙天梯、黄龙洞、凤凰古城、碧峰峡、莽山等优质山岳型景区资源,旗下祥源通航还在

丹霞山、齐云山等景区试点低空观光,布局低空经济。

对于此次拿下海昌海洋公园,祥源控股方面表示,祥源有望整合“旅游目的地集群、海洋主题公园、文旅低空旅游”三大核心业务,打造海陆空立体化旅游体验网格,以多元、融合、创新的优质度假产品,形成祥源特色的差异化竞争力。

就引入祥源控股作为第一大股东一事,中国城市报记者采访了海昌海洋公园。海昌海洋公园方面回应称,为推动海昌海洋公园的长久稳定发展,海昌积极寻找业内经验丰富,资源深厚的合作伙伴。祥源是中国领先的旅游集团,拥有优质山岳型景区资源、低空观光业务、深厚的景区开发运营经验。海昌海洋公园将充分发挥海洋文化资源和成熟运营管理的核心优势,结合祥源控股的资本与资源赋能,继续深耕主题公园运营、OAAS、IP运营三条业务发展主线。

柏文喜认为,祥源文旅的山岳型景区与海昌的海洋公园在客源市场、旅游产品等方面具有一定的协同性。通过整合这些资源,可以实现产业协同效应,如联合推广、游客互送等,以提高资源利用效率、提升整体运营效益。

海昌海洋公园方面也表示,从区域布局来看,海昌旗下主题公园重点覆盖环渤海、长三角、华中及成渝等主要经济圈,拥有亚洲领先的海洋动物种群规模和丰富品类。而祥源的景区则分布在大湘西、大黄山、大南岭及长三角、华南、华北等区域。双方可快速互补新兴区域市场的空白,重叠区域也能迅速实现项目聚势成“链”、产业提质向“新”,完成“自然景区引流+主题公园招客”的闭环。

不过,中国主题公园研究院院长林焕杰在接受中国城市报记者采访时提到:“折价收购海昌海洋公园,祥源控股算是

捡到了‘宝’。”在林焕杰看来,从宏观层面看,祥源控股此前已陆续收割了不少传统景区,如今又通过投资海昌海洋公园进入主题公园的赛道,使得旗下产品日趋多元化,也大大提升了自身的品牌知名度,带动自身品牌发展。但祥源控股的真正核心目标可能是资本运营而非深耕文旅业态,“祥源控股低价购入优质资产,从长期发展来看,是否能真正做好主题公园运营存在疑问。”林焕杰说。

海昌海洋公园的 轻资产转型与IP突围

现阶段,国内主题公园行业正陷入“千园大战”,市场分化与同质化现象并存。一方面,国际巨头如迪士尼、环球影城持续加码中国市场,凭借强大的IP矩阵和沉浸式体验占据高端市场;另一方面,本土品牌如华强方特、欢乐谷通过区域扩张和科技赋能争夺中端客群,而大量中型主题公园则陷入“设备雷同、IP缺失、盈利困难”的困境。

数据显示,全国3000余家主题公园中,约七成面临盈利压力,部分项目甚至陷入“开业即巅峰,三年就衰退”的困境,而这种态势正推动行业加速洗牌。

近年来,海昌海洋公园一直在积极寻求突破,陆续引进奥特曼、航海王等国际IP落地旗下主题公园,推动主题公园不断更新,吸引更多客流。海昌海洋公园能否通过合作突破国内主题公园同质化竞争瓶颈?

林焕杰表示:“海昌海洋公园本身具备一定的市场稀缺性,还存在较强的市场竞争力,其在动物保育、饲养和培训方面表现优秀,管理团队经验丰富,但在大环境影响下面临困难。未来的发展需要稳定团队、市场认可和新的资金投入,以实现项目的转型升级和扩张。同时,轻资产项目的输出可能成为新的发展方向,但需

确保核心团队的稳定和市场信心的建立。”

在柏文喜看来,祥源控股的加入可以带来新的资源和思路。双方可以整合各自的优势资源,如祥源的山岳型景区与海昌的海洋主题公园进行联动,打造“山海之旅”等特色旅游产品,并通过引入新的IP、创新园区活动等方式,提升游客的体验和满意度,吸引更多游客。同时,借助祥源控股的资金和资源支持,海昌可以拓展业务领域,如发展轻资产运营模式,将自身的品牌、运营经验和海洋生物资源输出到其他地区,实现业务的多元化发展,从而突破现有增长瓶颈。

业内认为,轻资产输出或将成为海昌海洋公园未来发展的重要方向之一。中国城市报记者从海昌海洋公园方面了解到,目前,海昌依托轻资产OAAS战略加速国内外拓展,已在北京、福州、宁波以及国外的沙特阿拉伯等布局了多个项目。其中,北京海昌海洋公园,毗邻环球影城,被北京市通州区人民政府工作报告列为2024年重点项目,建成后将成为自2000年以来北京市唯一新建的大型海洋主题场馆,拟于2027年上半年开始试运营。

同时,海昌海洋公园方面表示,海昌的轻资产管理输出模式,与祥源“国内50+国际50旅游目的地布局”战略不谋而合。祥源可通过输出运营能力参与新项目筹建,而海昌的海洋文化基础与主题IP的创新运营能力,比如奥特曼主题酒店、航海王IP合作则可反哺祥源的“文化IP+旅游+科技”特色产业模式。经由此次合作,祥源可依托海昌的轻资产管理经验,降低资本开支,提升运营效率;海昌则可依托祥源的资源整合能力,加速战略布局。祥源的资本与运营能力,叠加海昌的海洋文化资源与轻资产经验,有望在存量竞争时代开辟新增长极。



浙江金华: 机器人“智动”高新技术新图景

6月12日,在浙江省金华市金东区金义新区的浙江恒东智能科技有限公司机器人智造中心内,工作人员正在装配服务机器人。该公司立足“AI+产业互联网”战略,深度赋能传统制造业,其研发的服务引导、安防巡逻、农业养殖等类型机器人已在多领域实践应用。

人民图片