

北京主题乐园开启“全龄友好”时代

近日，北京欢乐谷在开业20周年之际正式推出“大眼京”摩天轮。这座总高约99米的摩天轮刷新北京摩天轮高度纪录。在推出新项目的背后，北京欢乐谷正试图从单一文旅产品向多元生态融合的“城市文娱空间”转型。此时新项目、新演艺、新战略的集中推出，也透露出北京欢乐谷瞄准暑期抢占客源的野心。过去20年间，北京欢乐谷用高速旋转的过山车锁定年轻客群，而今面对暑期旺季的激烈博弈与银发经济的崛起，这座摩天轮承载的已非单纯的观景功能，而是打通“亲子、潮玩、夜经济”多元业态的枢纽节点。在北京大力推进文商旅体展融合发展的当下，“大眼京”的开放也为城市消费提质升级提供了一份来自文旅一线的实践样本。

覆盖全客群

还没走进北京欢乐谷的大门，远远地便能望见一座巨型摩天轮巍然矗立，巨大的轮圈如同悬在天际的时针，在蓝天下缓缓转动，仿佛无声地召唤着每一位游客。这座摩天轮便是位于朝阳区的北京欢乐谷新推出的娱乐设施“大眼京”。

6月27日，北京欢乐谷“大眼京”摩天轮正式运营。据了解，“大眼京”摩天轮高99米，配备46个观景轿厢，单次游览时长22分钟。北京商报记者在现场看到，来北京欢乐谷打卡“大眼京”摩天轮的游客络绎不绝，设备等待时间甚至达到80分钟。

乘坐了“大眼京”摩天轮的游客韩女士在接受北京商报记者采访时表示，她与朋友特意选在“大眼京”摩天轮运营首日前来打卡体验。她描述道，当座舱缓缓升至高空，北京欢乐谷全园景致尽收眼底，极目远眺，能观赏到整个北京城的景色。

谈及打造“大眼京”摩天轮的初衷，北京欢乐谷艺术总监李向阳表示，多年前，北京欢乐谷便计划推出“大眼京”摩天轮项目，同时，园区在过去20年的发展历程中经历了多重升级。如今，面对消费趋势与市场环境的变化，

北京欢乐谷正主动调整节奏，在控制项目数量的同时，推动园区整体质量提升。

李向阳谈到，此次“大眼京”摩天轮的推出，既是对园区自身的一次焕新升级，也填补了朝阳区“空中观光”业态的空白。同时，该设备定位为“阖家欢”型游乐设施，覆盖从儿童到银发族的全年龄段人群，弥补了此前园区内家庭友好型设施的缺口，让不同年龄层的游客都能共享快乐体验。

近年来，北京欢乐谷通过更新设施与演出，正在不断拓宽客群边界，试图吸引全年龄段客群。北京商报记者了解到，北京欢乐谷于2024年6月推出了适合亲子客群夏日玩水的北京玛雅海滩水公园。而早在2018年，北京欢乐谷上线了四期项目“甜品王国”，该区域内的多项游乐设备更适合年龄较低的儿童群体。如今随着“大眼京”摩天轮上线，北京欢乐谷的客群也将进一步向老年群体延伸。

35岁的年卡用户刘萍向北京商报记者回忆，学生时代她便常来北京欢乐谷，彼时园内以过山车、大摆锤、激流勇进等冒险类刺激性项目为主，鲜有适合低龄儿童的设施。如今已为人母的她发现，园区内新增了诸多亲子项目及娱乐设施，夏季还会限时开放戏水区域，方便她带孩子前来游玩。因此，她也连续多年购买了北京欢乐谷的年卡。



在中国主题公园研究院院长林焕杰看来，北京欢乐谷并未依赖某个强势IP驱动，其核心竞争力在于游乐项目本身。但随着北京环球影城等国际主题乐园入局，市场竞争加剧，北京欢乐谷也面临一定的压力，这也倒逼其在经营逻辑上做出调整，向全年龄段友好型乐园转型。而摩天轮项目不同于过山车等刺激性设施，能够为年轻客群提供社交的空间，也为亲子家庭和三代同堂游客创造了观景、休憩的场景，有助于北京欢乐谷进一步拓展客群覆盖面。

林焕杰表示，在北京欢乐谷之外，上海迪士尼、北京环球影城等国际主题乐园同样吸引了大量银发游客，向“全龄友好型”迈进已是整个主题乐园行业的共同趋势。

精准卡位暑期市场

再过一周，北京中小学将正式进入暑假，首批学生客流即将到来。此时祭出新战略与新项目的北京欢乐谷，显然意在抢占暑期市场。

“大眼京”摩天轮的正式运营、夜间演出的升级，也吸引了众多游客前来打卡。木鸟民宿数据显示，6月26日，北京欢乐谷周边民宿入住订单环比前一日增长63%，6月27日订单

在持续增长，从客群构成来看，主要以“95后”游客为主，亲子游客群占比52%。

不仅如此，北京欢乐谷的集中上新带动自身热度持续走高，且这一态势已延续至暑期。木鸟民宿数据显示，截至目前，北京欢乐谷周边民宿暑期订单同比增长25%。与此同时，同程旅行发布的《2026年暑运出行趋势预测报告》显示，北京位居暑运铁路出行热门目的地TOP10榜单首位，也是民航国内航班前十大热门目的地之一，是暑期毕业旅行和亲子游的热门目的地。不难看出，暑期北京将迎来旅游热潮，北京欢乐谷借此契机推出新项目，精准卡位旺季市场。

今年暑假，包括北京环球影城等主题乐园均在加码布局，暑期市场客源争夺战一触即发。北京商报记者了解到，北京环球影城夏季标志性主题活动将持续至8月16日，同时，哈利·波特的魔法世界“重返霍格沃茨返校季”主题活动也将于8月3日—9月1日上新。激烈的市场竞争也在倒逼北京欢乐谷加速转型升级，寻找新的增长点。

在资深旅游专家王兴斌看来，北京欢乐谷在暑期旺季前夕推出摩天轮项目，意在抢占更多的亲子、年轻及学生客群，为园区注入新的客源。这一新项目不仅能够激发本地游客的重游意愿，更有望吸引京津冀及其他地

区的游客游览、打卡，提升北京欢乐谷在暑期旅游市场的竞争力和辐射力。

多元业态融合转型

在新项目、新演艺之外，北京欢乐谷还同步推出了银河广场商业综合体以及“大眼京”音乐季，进一步丰富自身业态。

前不久，北京市政府新闻办公室举行“开局起步‘十五五’”北京专场新闻发布会。会上介绍，“十五五”时期，北京将充分发挥全国文化中心资源优势，创新文商旅体展融合发展模式，以文化更好地赋能首都经济社会发展。

在北京欢乐谷20周年庆典上，欢乐谷集团正式发布“城市IP娱乐主场”全新发展战略，同步推出“欢乐互联”文旅融合创新发展平台。北京欢乐谷则成为首批实践单位，从单一文旅产品向多元生态融合的“城市文娱空间”转型，打破年龄与兴趣的边界，让亲子、潮玩、社交、夜经济等业态融合发展。北京欢乐谷此番以多元业态布局文商旅体展融合项目，目标之一也是在北京打造新的文旅地标。

林焕杰认为，北京欢乐谷的布局顺应了北京市乃至全国文旅产业的发展趋势，将主题娱乐、夜经济、演艺、商业等多元业态进行融合，通过复合型体验覆盖更广泛的客群。北京欢乐谷上新摩天轮的核心目标在于激活重游市场，吸引那些曾多次到访乐园的本地游客因新项目再度入园，同时带动年卡用户复购。至于该项目能否进阶为像天津之眼、南昌之星等摩天轮那样的城市地标，仍有待市场检验。

世界旅游城市联合会特聘专家、教授王笑宇分析道，摩天轮能否成为城市地标，关键在于辨识度与叙事能力的双重支撑。然而，城市文旅地标能否吸引游客并不止于硬件本身，而在于硬件与内容生产能否形成有效衔接。赛事、节事、体验类活动等文商旅体展融合的内容需要整个商圈及相关部门协同发力。摩天轮只是其中一个高空节点，节点不能接入“为一部剧、一场展、一个节、一项赛事，奔赴一座城”的网络，要看节点和整个商圈能否咬合。

北京商报记者 吴其芸/文并摄

双鹤收购新百药业 华润系内部资产腾挪

华润系内部又一场资产腾挪落地。华润双鹤近日发布公告称，以2.35亿元收购新百药业100%股权的交易，已完成相关工商变更登记手续，新百药业自6月起纳入公司合并报表。本次收购估值仅较标的账面净资产微增0.4%，近乎平价成交，对比博雅生物2015年6.2亿元的收购成本，本次转让对价不足当年的四成。

值得注意的是，本次交易双方华润双鹤与博雅生物均为华润体系内的公司。去年，博雅生物受资产减值、血液制品毛利率下滑拖累净利润大幅缩水，亟待剥离非核心资产聚焦主业。而华润双鹤主力板块营收下滑，增长动能已明显不足。这笔交易不仅可以完善华润双鹤业务布局、化解华润系内部同业竞争，更是华润医药近年从对外并购转向内部资产整合、优化旗下平台布局的典型缩影。

转让价不及当年收购价四成

根据华润双鹤最新披露的公告，博雅生物近日已解除对新百药业的资金归集并支付利息，新百药业其他应收账款中对应博雅生物的金额归零。华润双鹤根据《股权转让协议》支付股权转让款，付款比例为整体交易金额的50%。

6月24日，新百药业完成本次交易相关工商变更登记手续，成为华润双鹤的全资子公司，自今年6月起纳入公司合并报表范围，这一华润系内部资产划转正式落定。

本次交易可以追溯到今年4月。彼时，华润双鹤发布公告称，以2.35亿元自有资金收购新百药业100%股权，其中博雅生物持股99.999%，博雅医药投资持股0.001%。截至评估基准日去年9月30日，新百药业纳入评估范

围内的所有者权益账面价值为2.3451亿元，最终收益法评估值为2.3546亿元，增值率仅为0.4%。

这一近乎按净资产平价转让的收购价格，在彼时引起不小的讨论。新百药业前身为南京生物化学制药厂，为全国最早一批重点生化制药企业，公司于2001年完成改制，2015年成为博雅生物全资子公司。当年，博雅生物以发行股份方式购买懿康投资持有的新百药业83.87%的股权，交易价格为5.2亿元。同时为避免交叉持股，博雅生物退出懿康投资，以其1亿元实缴出资置换新百药业16.13%股权，合计斥资约6.2亿元，新百药业成为博雅生物的全资子公司。而如今，转让价不足当年收购价四成。

医药行业分析师朱明军认为，估值大幅缩水的直接原因是新百药业自身的经营能力持续弱化。更深层的原因是当年收购形成的

3.71亿元商誉，由于后续业绩未达预期，博雅生物已在2023年和2024年分别计提减值近3亿元和7300万元，基本已将溢价泡沫挤净。“这次交易评估增值率仅0.4%，本质上就是按净资产卖，说明当年的收购预期已经被现实彻底证伪。”朱明军表示。

就本次收购相关问题，北京商报记者分别向华润双鹤和博雅生物发送采访函，但截至发稿，未获得回复。

业绩压力下的赛道补位

斥资2.35亿元接手新百药业的背后，是华润双鹤原有核心业务增长乏力的现实困境。

去年，华润双鹤营收110.01亿元，同比下降1.88%；归母净利润16.47亿元，同比微增1.18%，虽仍保持净利润增长，但营收下滑、动能不足的信号已然显现。

分板块看，华润双鹤主要业务包括输液业务、慢病业务、专科业务与原料药业务。去年，其输液与慢病业务均出现不同程度的营收下降。输液业务受中低端市场同质化内卷竞争影响，基础输液市场价格出现不同程度下滑，叠加市场需求萎缩，实现收入25.33亿元，同比下降16.85%；慢病业务则因核心降压产品“0号”（复方利血平氨苯蝶啶片）收入下滑，营收同比下降5.16%，为32.52亿元。

在此背景下，收购主营生化药、化学药的新百药业，成为华润双鹤补齐管线、拓宽增长曲线的关键动作。据了解，新百药业重点聚焦妇科和骨科两大领域，主要产品包括复方骨肽注射液、缩宫素注射液、肝素钠注射液、垂体内叶注射液等。在此前公告中，华润双鹤曾

表示，本次收购符合华润双鹤战略规划，有利于强化华润双鹤在女性健康、心脑血管、骨科等领域市场地位。

专科业务是华润双鹤毛利率最高的业务板块之一，聚焦儿科、肾科、精神/神经、抗凝、麻醉镇痛、肿瘤、女性健康等领域。北京中医药大学卫生健康法学教授、博士生导师邓勇认为，对于华润双鹤来说，收购新百药业可以补齐骨科注射剂、产科止血药管线，联动华润紫竹形成完整女性健康产品矩阵；同时，在地区布局方面，可以获取南京成熟注射剂产能与区域渠道，完善华东生产布局，缓解传统输液、慢病业务增长乏力的压力。

朱明军亦表示，2.35亿元的代价对于华润双鹤来说并不算重，公司今年一季度净利润就超过4.8亿元，是一笔性价比很高的补短板式收购。

从并购扩张转向内部整合

将这笔交易放到整个华润体系来看，其意义远超一次普通的资产买卖。

博雅生物和华润双鹤均属华润医药旗下公司，去年，博雅生物营收20.59亿元，同比增长18.69%；归母净利润1.13亿元，同比下降71.61%。利润大幅下滑的核心原因，一是非核心业务相关的无形资产和商誉减值损失增加；二是血液制品业务毛利率出现下滑。

邓勇分析，对于博雅生物而言，转让新百药业有利于实现业务归核化，剥离非血制品低效资产，消除商誉减值压力，回笼资金投向采浆站、血制品研发等高壁垒主业，减少跨赛

道管理损耗，集中资源巩固血液制品独家平台定位。而将新百药业转让给华润双鹤不仅完善了华润双鹤的产品网络，还解决了华润系的同业竞争问题。

而新百药业的内部划转也是华润系近年来战略转向的典型缩影。在经历多年大规模的外延式并购扩张后，华润医药正将重心从“买”转向“整”。华润双鹤收购华润紫竹，将其女性健康业务纳入版图；华润三九向昆药集团出售华润圣火51%权益，解决了华润圣火与昆药的血塞通软胶囊产品存在的同业竞争问题；江中药业正式更名“华润江中药业股份有限公司”，彻底融入华润品牌。

朱明军认为，华润医药正在用内部的资产重组来消化前期大规模扩张留下的结构性矛盾。他指出，2018—2023年，华润医药集团高频收购，虽然搭建起了覆盖中药、血制品、化药等多个板块的框架，但板块之间的协同效应始终没有真正释放出来，反而出现了业务重合和资源分散的问题。如今的内部重组本质上是把错配的资产重新归位，让博雅生物专注血制品、华润双鹤聚焦慢病和专科、华润三九深耕中药OTC。

邓勇则进一步表示，这一转向背后是华润医药集团从外延规模扩张转向内涵价值增长的战略思路。推行“一平台一主业”专业化分工，清理低效协同的弱资产，集团内部资产重组分配、合并同类项；严控外部大额并购，优先盘活存量资产，降本增效、化解商誉风险，各细分平台深耕赛道强化壁垒，提升整体盈利质量与运营效率，契合国企提质增效、聚焦核心主业的改革导向。

北京商报记者 王寅浩 宋雨盈