

Many Italian and European manufacturers are delivering new attractions to China, a market that continues to offer interesting opportunities and surprises

## CONQUERING THE CHINESE MARKET AND THE IMPORTANCE OF INNOVATIVE PRODUCTS

by *Enrico Fabbri*

Back in the early 2000s, during a coffee break at the EAS trade show at EuroDisney in Paris, I had the chance to hear the opinions of 2 leading roller coaster manufacturers: "In the future," they told me, "Chinese amusement parks will only purchase large roller coasters from Europe, and will buy the other small and medium rides from local manufacturers."

Some months later I had the chance to visit the factories of some Chinese manufacturers. One of them, in particular, had installed and prepared for testing a *Wild Mouse* type roller coaster, very similar to the one made by Reverchon Industries. They let me have a closer look at the ride, including the transmission system and cars. They then took me to their technical department, where there were several people working on CAD drawings. The supervisor explained their design process, which involved 'reverse-engineering': they took a photo of an interesting ride made by other manufacturers and then calculated the overall dimensions of the attraction in proportion, until being able to create a complete model in CAD. The main structure was then processed using special software for a structural check. At the end of the visit they asked if I wanted to purchase their rides and sell them in Europe, as, in their opinion, there were no major differences between the ones we make in Italy and those they manufacture. Later I discovered that the company had closed because all of its key employees had left to work for another manufacturer.

In fact, once installed and used at Chinese amusement parks, many rides made in China immediately highlighted a number of technical problems, in some cases with serious accidents involving riders. Attractions are very complex machines with many fundamental safety components. This means maximum attention and extensive experience is needed in the technical department regarding the manufacturing aspects. In China, the number of attractions that can be produced and sold every year is minimal compared to other products made in the country, and these volumes do not allow Chinese manufacturers to specialise and achieve the same quality as their European colleagues.

Over time, the greater care paid to safety at Chinese amusement parks has meant they now buy medium-sized rides from Europe, even if these cost more than rides made in China. Consequently, safety and the duration of the ride are important factors for these parks too.

But that's not all. In China there are a few big companies that own and operate several amusement parks (one example is OCT, a group listed on the stock exchange). These groups do not want simply well-made rides: they want innovative products in terms of both theming and concept. In other words, they have the same approach as the large American corporations, and like them they've long-term development programs.



**Fabbri**  
group

Molti costruttori italiani ed europei stanno consegnando attrazioni nuove in Cina, un mercato che continua a offrire opportunità interessanti e sorprese

## LA NUOVA CONQUISTA DEL MERCATO CINESE E L'IMPORTANZA DEL PRODOTTO INNOVATIVO

di *Enrico Fabbri*

Eravamo nei primi anni 2000 e in una pausa caffè durante le fasi di preparazione della fiera EAS che si sarebbe tenuta a Parigi presso l'Euro Disney, potei raccogliere l'opinione di due importanti costruttori di ottovolanti: "In futuro – mi dissero – i parchi divertimento cinesi acquisteranno dall'Europa solo grandi ottovolanti, mentre le altre attrazioni piccole e medie le acquisteranno da costruttori locali".

Nei mesi successivi ebbi l'occasione di visitare gli stabilimenti di alcuni fabbricanti cinesi. Uno di loro, in particolare, installato nel piazzale e pronto per i test aveva un ottovolante tipo *Wild Mouse* molto simile a quello di Reverchon Industries. Mi consentirono di vedere l'attrazione da vicino, inclusi il sistema di trasmissione e le vetture. Successivamente, mi accompagnarono nel loro ufficio tecnico, dove c'erano diverse persone che lavoravano su disegni Cad. Il responsabile mi spiegò il processo di progettazione delle attrazioni che consisteva nel 'reverse-engineering': si prendevano foto di un'attrazione interessante di altri costruttori e si ricavano in proporzione le dimensioni generali dell'attrazione sino a realizzare un modello complessivo in Cad. La struttura principale veniva poi passata a un software per una verifica strutturale. Al termine della visita mi invitarono ad acquistare le loro attrazioni per consentirmi di venderle in Europa, visto che, secondo loro, non c'era nessuna differenza importante tra quelle che costruiamo noi in Italia e quelle costruite da loro. Dopo qualche tempo venni a sapere che l'azienda non esisteva più perché tutti i suoi uomini chiave erano migrati a un altro costruttore.

In effetti molte attrazioni costruite in Cina vennero installate e utilizzate in parchi divertimento cinesi, mostrando immediatamente dei problemi tecnici, in alcuni casi con addirittura incidenti gravi a passeggeri. Le attrazioni sono macchine molto complesse e con moltissimi componenti fondamentali per la sicurezza. Ciò richiede la massima attenzione e una profonda esperienza degli addetti sia dell'ufficio tecnico che in ambito produttivo. In Cina, il numero di attrazioni che possono essere prodotte e vendute ogni anno è solo una "piccola serie" se confrontato con altri prodotti lì fabbricati, e quest'esiguità non consente ai costruttori cinesi di specializzarsi e di raggiungere la stessa qualità dei loro colleghi europei.

Col tempo, la maggior attenzione alla sicurezza dei parchi divertimenti cinesi li ha indotti a riacquistare attrazioni di media dimensione dagli europei, anche se i prezzi sono superiori a quelli delle giostre costruite in Cina. Anche per loro, ora, la sicurezza e la durata dell'attrazione nel tempo sono fattori che contano.

Ma la cosa non è finita qui. In Cina ci sono poche grandi società che possiedono e operano molti parchi divertimenti (una per esempio, è OCT, gruppo quotato anche in Borsa). Questi gruppi non chiedono più attrazioni classiche ben costruite: chiedono prodotti innovativi sia nella tematizzazione che nel concept, si comportano insomma né più né meno come le grandi corporation americane e come quelle hanno programmi di sviluppo



Even the waterparks industry in China has been significant for many years and now accounts for more than 50% of global production. Many Chinese cities are near the sea, and so waterparks are also used to teach kids to swim.

Over 70% of new wooden roller coasters are sold in China.

In China, like everywhere else, all attractions must be inspected and certified before being put into service. Small rides are managed by regional certification offices, while medium-large rides are certified by the main office in Beijing. The certification system involves 100% inspection of the welding and comparative analysis between drawings and calculation of the attraction. All very similar to what happens here in Europe.

The Chinese market is therefore a great opportunity for all Italian and European manufacturers. Almost no product made in China has been a success outside of China, especially when compared to other sectors. Against this, Chinese customers demand high quality standards and have technical staff capable of evaluating the products before purchase. As the local market is expanding, they want innovation at all levels, which many manufacturers had no longer been used to offering. ■

[www.fabbrirides.com](http://www.fabbrirides.com)

pluriennali.

Anche il settore dei parchi acquatici in Cina da anni è importante e assorbe più del 50% della produzione mondiale. In molte città cinesi non c'è il mare e quindi lo sviluppo degli acquapark serve anche per insegnare ai ragazzini a nuotare.

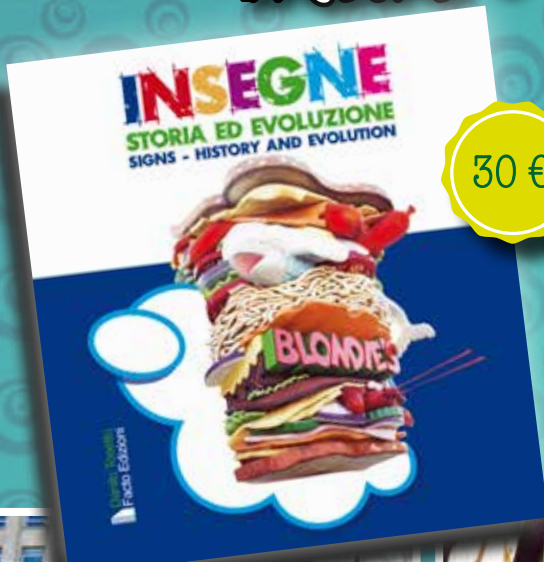
Oltre il 70% dei nuovi ottovolanti in legno sono venduti in Cina.

In Cina come altrove, tutte le attrazioni devono essere ispezionate e certificate prima di essere messe in funzione. Le attrazioni di piccole dimensioni vengono gestite dagli uffici regionali di certificazione, quelle medio-grandi sono invece certificate dall'ufficio principale a Pechino. Il sistema di certificazione prevede l'ispezione delle saldature al 100% e un'analisi in comparazione tra disegni e calcolo dell'attrazione. Tutto molto simile a quanto oggi succede qui in Europa.

Il mercato cinese è quindi oggi una grande opportunità per tutti i costruttori italiani ed europei. Quasi nessun prodotto made in China ha avuto successo al di fuori della Cina, se non altro se confrontato con altri settori. Dall'altra parte, i clienti cinesi richiedono standard di qualità elevati e hanno tecnici in grado di valutare i prodotti prima dell'acquisto. Poiché il mercato locale è in espansione richiedono innovazione a tutti i livelli come da tempo molti costruttori non erano più abituati a fare. □

[www.fabbrirides.com](http://www.fabbrirides.com)

## SIGNS - HISTORY AND EVOLUTION INSEGNE - Storia ed evoluzione



30 €

Pagine/Pages: 180

Formato/Size:  
21,5 x 23,4 cm

Testo italiano /  
English text



A journey into the field of visual communication, describing the multi-faceted universe of signs

Un'incursione nella comunicazione visiva per raccontare l'universo "insegna" nelle sue sfaccettature



to order this book, fill in the form on p. 79  
per ordinare una copia compila la cedola a p. 79