EVALUATION OF THEME PARK COMPETITIVENESS
主题公园竞争力评价

2022
中国主题公园竞争力评价报告

中国主题公园研究院
华东师范大学工商管理学院休闲研究中心
上海师范大学休闲与旅游研究中心

2022年11月19日

EVALUATION OF THEME PARK COMPETITIVENESS
主题公园竞争力评价

《2022中国主题公园竞争力评价报告》由中国主题公园研究院联合华东师范大学工商管理学院休闲研究中心、上海师范大学休闲与旅游研究中心共同发布。

本报告由中国主题公园研究院和华东师范大学工商管理学院休闲研究中心、上海师范大学休闲与旅游研究中心组成的《中国主题公园竞争力评价报告》课题组联合编制。

本报告涉及的主题公园概念，来自于国家发改委等五部委于2018年4月9日发布的《关于规范主题公园建设发展的指导意见》（发改社会规〔2018〕400号）中的规定。所谓主题公园是指，以营利为目的兴建的，占地、投资达到一定规模，实行封闭管理，具有一个或多个特定文化旅游主题，为游客有偿提供休闲体验、文化娱乐产品或服务的园区。比如以大型游乐设施为主体的游乐园，大型微缩景观公园，以及提供情景模拟、环境体验为主要内容的各类影视城、动漫城等园区，政府建设的各类公益性的城镇公园、动植物园等不属于主题公园。

按照《关于规范主题公园建设发展的指导意见》，主题公园按照规模大小可划分为特大型、大型和中小型三个等级。总占地面积2000亩及以上或总投资50亿元及以上的，为特大型主题公园；总占地面积600亩及以上、不足2000亩或总投资15亿元及以上、不足50亿元的，为大型主题公园；总占地面积200亩及以上、不足600亩或总投资2亿元及以上、不足15亿元的，为中小型主题公园。

目 录

研究对象 02

中国主题公园竞争力测度指标体系与评价方法 06

（一）指标体系构建与优化 07

（二）数据收集及处理 09

（三）评价方法 10

1. 指标权重赋值方法 10

2. 综合评价模型构建 10

中国主题公园竞争力评价 11

（一）综合评价排名 12

（二）分类评价排名 14

1. 区位竞争力评价 14

2. 规模竞争力评价 15

3. 项目影响力评价 16

4. 市场竞争力评价 17

中国主题公园发展特征及趋势 18

（一）发展特征 19

（二）发展趋势 24

单个主题公园维度指数分析 26

研究对象

©上海迪士尼度假区

©上海迪士尼度假区

本报告的研究对象为中国大陆的大型和特大型主题公园（台港澳地区的主题公园暂不纳入评价），即总占地面积600亩及以上或总投资15亿元及以上的主题公园。

特大型

总占地面积≥2000亩

或

总投资≥50亿元

大型

2000亩＞总占地面积≥600亩

或

50亿元＞总投资≥15亿元

本年度符合以上条件的主题公园约有 76 家。鉴于资料获取的可获得性，最终有 70 家被纳入本年度评价报告中。其中，特大型主题公园有 2 家：上海迪士尼乐园、珠海长隆海洋王国。相比较2021年的评价，样本数量净增加了 6 家。

©上海迪士尼度假区

©珠海长隆度假区

©北京环球度假区

从区域分布来看，70家主题公园主要分布在24个省（直辖市或自治区），具体为：

安徽	北京	重庆	福建	甘肃	广东	广西	河北
3	2	1	3	2	6	1	1
河南	黑龙江	湖北	湖南	江苏	江西	辽宁	青海
4	1	3	6	8	1	3	1
山东	山西	陕西	上海	四川	天津	云南	浙江
7	1	1	3	4	2	1	5

从建成开业年份来看，既有1989年开业的深圳锦绣中华·民俗村，也有截止2021年1月份开业的7家主题公园：南京欢乐谷、绵阳方特东方神画、常德卡乐星球欢乐世界、成都融创乐园、银基动物王国、徐州乐园欢乐世界、苏州乐园森林世界等。

©南京华乐谷、绵阳方特东方神画、常德卡乐星球欢乐世界、成都融创乐园、银基动物王国、徐州乐园欢乐世界、苏州乐园森林世界

纳入评价的主题公园为2021年1月前开园的主题公园。因此，北京环球影城、襄阳华侨城奇幻谷等均为2021年1月份之后开园的主题公园，故未纳入本年度的评价。

纳入评价的70座主题公园，约占我国现有大型和特大型主题公园数量的92.1%，全年合计接待游客约7548.73万人次，合计营业收入约132.57亿元。

全国现有大型和特大型主题公园数量占比	全年合计接待游客	合计营业收入约
92.1%	**7548.73万人次**	**132.57亿元**

在坚持做好常态化疫情防控的同时，各主题公园创新发展，表现出一定的韧性。2021年中国主题公园接待游客和营业收入同比均有增长，增长比例分别为11.5%和40.1%。

2021年比2020年接待游客	2021年比2020年营业收入
↑ **11.5%**	↑ **40.1%**

中国主题公园竞争力测度指标体系与评价方法

©荆州方特东方神画

（一）指标体系构建与优化

在原有评价指标体系基础上，经过专家多次讨论修改，最终确立了由区位竞争力、规模竞争力、项目影响力和市场竞争力等4个一级指标和17个二级指标组成的主题公园综合竞争力评价指标体系，力求指标体系更趋科学合理。

第一类，区位竞争力

区位竞争力是指所在城市为主题公园的发展提供资源保障并为其争夺市场的能力。主题公园选址的已有研究成果表明，主题公园不仅有利于推动所在城市的社会、经济和文化发展，城市的区位优势和资源禀赋更为主题公园的发展提供了强有力的支撑和保障。结合主题公园的自身发展规律和城市发展的相关理论，区位竞争力主要体现在所在城市的能级和交通通达性方面，具体可通过所在城市的常住人口数量、人均地区生产总值、离市中心直线距离、直达地铁数量、直达公交数量等指标进行衡量。

© 上海迪士尼度假区

第二类，规模竞争力

规模竞争力是指主题公园在占地面积、投资规模、项目规模等方面形成规模效应以彰显自身实力的能力。结合主题公园的自身发展规律，规模竞争力具体可通过占地面积、总投资额、员工数量和单体项目数量等指标进行衡量。

第三类，项目影响力

项目影响力是指主题公园依托拥有的休闲娱乐设施等项目最大程度地满足游客休闲娱乐消费、提升游客获得感和满意度的能力。结合主题公园的发展特点，项目影响力可主要通过主题公园获得的景区质量等级、开业年数、百度资讯指数、百度搜索指数和抖音播放量等指标进行衡量。

第四类，市场竞争力

市场竞争力是指主题公园通过不断整合和优化自身资源，并充分利用外部有利条件，不断巩固和扩大市场份额，提高盈利的能力。结合主题公园的自身发展规律，市场竞争力主要体现在游客接待量、盈利能力及其可持续性等方面，具体可通过年游客接待人次、营业总收入、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率等指标进行衡量。

（二） 数据收集及处理

本报告的数据主要通过以下途径获取：

（1）数据来自于公开出版的国家或省级部门的《统计年鉴》，或由国家文化和旅游部及地方编制出版的《旅游统计年鉴》。

（2）数据来自于主题公园协会或主题公园经营管理机构公开发布的各种报告以及宣传资料。

（3）数据来自于走访相关管理部门及主题公园经营单位所得。

（4）数据来自于各个网络大数据平台。

为了保证指标数据的客观、真实和准确，除了尽可能通过统计年鉴、专题报告或年度报告等权威资料来源外，还借助来自不同渠道数据的相互比对，进行相互检验。

同时，考虑到原始数据的悬殊性和对评价结果的影响，对一些指标数据进行赋值化处理。比如考虑到地铁和公交的运能差异，在运算时将二者进行加权求和，即一条地铁数量相当于10条公交数量；对主题公园所获A级景区等级处理，获得5A称号景区记为5，4A记为4，其他则记为1；对总评价指数和各维度评价指数的原始得分进行了标准化处理，即最高得分为100分。

（三） 评价方法

1. 指标权重赋值方法

综合主观判断法和客观分析法的优点，本文主要基于客观数据分析中的“差异驱动”原理，对我国主题公园综合竞争力的相关指标进行赋权，旨在尽可能提高评价结果的科学性，如下将指标权重记为：

$$\lambda_i = V_j / \sum_{j=1}^{17} V_j \qquad (1)$$

其中 $V_j = S_j / \bar{X}_j$，$\bar{X}_j = \frac{1}{N}\sum_{i=1}^{N} X_{ij}$，$S_j = \sqrt{\frac{1}{N}\sum_{i=1}^{N} (X_{ij} - \bar{X}_j)^2}$ （i=1,2,3, … ,N; j=1,2,3,…,17；N代表被纳入评价的主题公园样本数量）。

2. 综合评价模型构建

变量集聚是简化主题公园综合竞争力评价指标体系（Theme Park Comprehensive Competitiveness Index，简称TPI）的有效方法，即指数大小同时兼顾独立指标的作用和各指标间形成的集聚效应。非线性机制整体效应客观上促使区位竞争力（LC）、规模竞争力（SC）、项目影响力（PI）和市场竞争力（MC）产生协同效应。

根据柯布道格拉斯函数式构建如下评价模型：

$$TPI_j = LC_j^a \, SC_j^b \, PI_j^c \, MC_j^d \qquad (2)$$

式中，a、b、c、d依次代表区位竞争力、规模竞争力、项目影响力和市场竞争力的偏弹性系数。

（2）中函数体现的首先是各指标间的非线性集聚机制，进一步强调了4个一级指标协调发展的重要性。

从数据处理的角度来看，评价指标含义不同会造成各指标量纲处理的差异会比较大。因此本文基于最大元素基准法对指标数据实施无量纲处理，以实现数据具有可比性，即：

$$Y_{ij} = (X_{ij} / max_{1 \le i \le N}^{1 \le j \le 17} [X_{ij}])$$

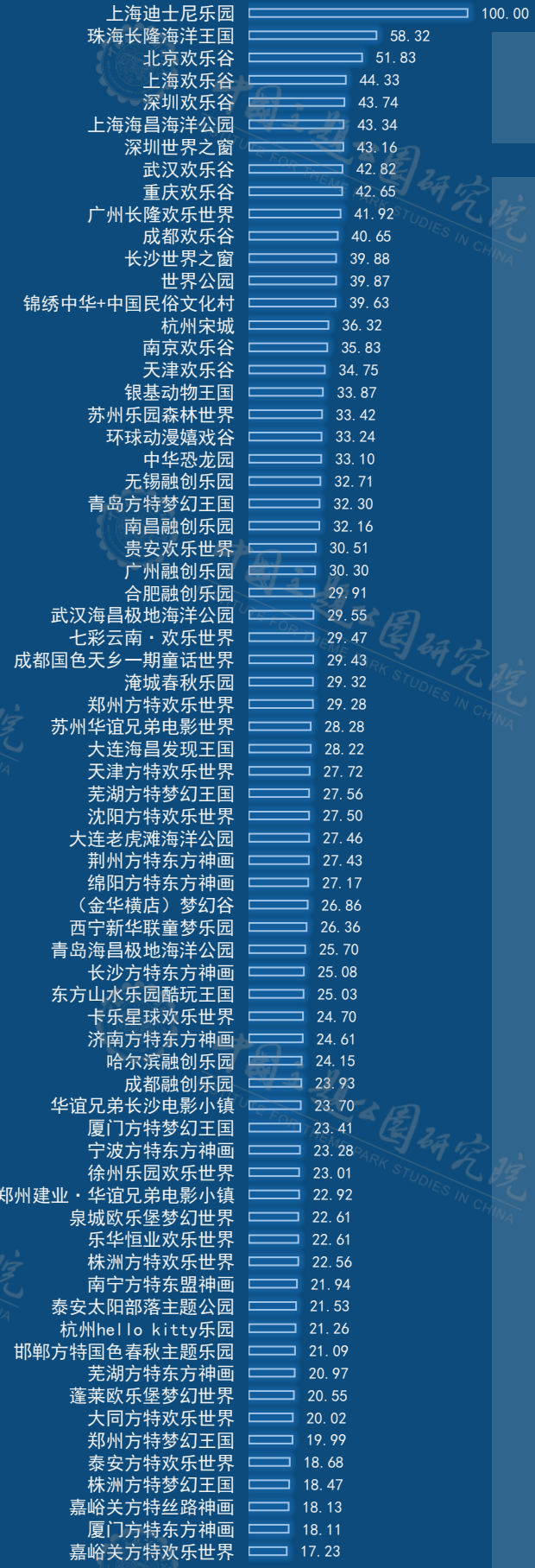
其中N表示被纳入评价的主题公园样本数量，经过处理后的主题公园综合竞争力评价模型可表达为：

$$TPI_i = \prod_{j=1}^{5} Y_{ij}^a \prod_{j=6}^{9} Y_{ij}^b \prod_{j=10}^{14} Y_{ij}^c \prod_{j=15}^{17} Y_{ij}^d \qquad (3)$$

从式（3）可以看出：首先，更加凸显了各指标间的相关性和交互性。其次，更加强调了较弱指标的约束作用，充分体现了综合竞争力水平的“短板效应”。再则，指数形式的采用使得指标权重的作用比线性评价法更为敏感。

中国主题公园竞争力评价

©珠海长隆度假区



综合评价排名

综合竞争力排名中，上海迪士尼乐园依旧保持第一的高位，珠海长隆海洋王国位列第二，北京欢乐谷和上海欢乐谷紧随其后，分列第三和第四。综合竞争力排名第五到第十的依次为深圳欢乐谷、上海海昌海洋公园、深圳世界之窗、武汉欢乐谷、重庆欢乐谷、广州长隆欢乐世界。较去年相比，广州长隆欢乐世界的排名从第四位跌到第十位，常州中华恐龙园、郑州方特欢乐世界、广州融创乐园被挤出了前十，取而代之的是深圳欢乐谷、深圳世界之窗、武汉欢乐谷。其中，常州中华恐龙园主要以学生（包括幼儿园）市场为主，在疫情影响下，教育系统对疫情防控的 管 控 更加严格，致使其客源市场受到严格限制，进而影响其综合竞争力排名。中国主题公园竞争力综合评价排名如左图所示。

综合评价排名前十强

01
上海迪士尼乐园

02
珠海长隆海洋王国

03
北京欢乐谷

04
上海欢乐谷

05
深圳欢乐谷

06
上海海昌海洋公园

07
深圳世界之窗

08
武汉欢乐谷

09
重庆欢乐谷

10
广州长隆欢乐世界
WHITE
CHIMELONG PARADISE

1. 分类评价排名——区位竞争力评价

就区位竞争力分类评价排名来看，总体排名顺序相比去年有较大变化。排名前十的依次为上海迪士尼乐园、锦绣中华+中国民俗文化村、深圳世界之窗、深圳欢乐谷、上海欢乐谷、重庆欢乐谷、北京欢乐谷、世界公园、武汉海昌极地海洋公园、广州长隆欢乐世界。今年的主题公园中，除了北京、上海和广东地区以外，重庆和武汉也抢占一席之地。这也说明了城市基础设施条件的完善和成熟，在一定程度上能够为主题公园发展提供强大保障。主题公园区位竞争力评价，排名如右图所示。

从评价指数分值来看，分值在90分及以上的8家主题公园，50-90分的38家，50分以下的24家。区位竞争力排名前五名的主题公园分别是上海迪士尼乐园、锦绣中华·中国民俗文化村、深圳世界之窗、深圳欢乐谷、上海欢乐谷，集中在上海和深圳两个城市。排名后十位的主题公园主要集中在中西部地区。一方面，再次充分说明主题公园的长期发展与当地经济社会发展相辅相成，另一方面也展示出主题公园产业集群效应，有效提升了深圳主题公园的区域竞争力，吸引游客集聚。

主题公园区位竞争力评价指数

主题公园规模竞争力评价指数

2.分类评价排名——规模竞争力评价

根据分类指标权重，规模竞争力对主题公园竞争力的影响最大。从规模竞争力分类指标来看，上海迪士尼乐园依然以绝对的优势稳居第一位，珠海长隆海洋王国位于第二，与上海迪士尼分值差异悬殊，并且远高于其它主题公园。从规模竞争力排在第三名的广州长隆欢乐世界开始，其余主题公园的分值差距缩小。规模竞争力第三到第十名依次是广州长隆欢乐世界、北京欢乐谷、上海海昌海洋公园、成都欢乐谷、上海欢乐谷、西宁新华联童梦乐园、广州融创乐园、重庆欢乐谷。较去年相比，东方山水乐园酷玩王国、南昌融创乐园、长影环球100奇幻王国被挤出了前十位，取而代之的是北京欢乐谷、成都欢乐谷、广州融创乐园、重庆欢乐谷。去年纳入评价的特大型项目观澜湖华谊冯小刚电影公社由于受疫情影响，企业经营策略处于重新调整阶段，未能获得相关数据，故没在今年的评价名单中。而且广州长隆欢乐世界从去年的第十位跃居到了第三位，证明其过去一年规模竞争力得到了很大的提升。主题公园规模竞争力评价指数如左图所示。

主题公园项目影响力评价指数

3. 分类评价排名——项目影响力评价

从项目影响力分类评价指数来看，排名前十位依次为上海迪士尼乐园、杭州宋城、珠海长隆海洋王国、北京欢乐谷、武汉欢乐谷、深圳欢乐谷、长沙世界之窗、中华恐龙园、深圳世界之窗、上海海昌海洋公园。

就具体分值来看，项目影响力分类评价指数得分情况可以分为三段，80分以上、50-80分之间、50分以下。第一层次分值80分以上，为前11名主题公园，占总体的15.72%；第二层次分值在50到80分之前，共26家，占总体37.14%；第三层次分值为50分以下，共33家，占47.14%。主题公园项目影响力评价指数如右图所示。

4.分类评价排名——市场竞争力评价

从市场竞争力排名看，上海迪士尼乐园以压倒性优势拔得头筹，第二、第三名分别是珠海长隆海洋王国、北京欢乐谷，与第一名差距较大。市场竞争力排名第四到第十名分别是武汉欢乐谷、上海欢乐谷、重庆欢乐谷、上海海昌海洋公园、深圳世界之窗、广州长隆欢乐世界、深圳欢乐谷。

从具体分值来看，市场竞争力评价指标得分可以分为三个层次，30分以上、10-30分、10分以下。第一层次得分为30分以上，共3家，占总体4.3%；第二层次得分为10到30分，共55家，占78.6%；第三层次为10分以下，共12家，占17.1%。主题公园市场竞争力评价排名如左图所示。

主题公园市场竞争力评价指数

中国主题公园
发展特征及趋势

©北京环球度假区

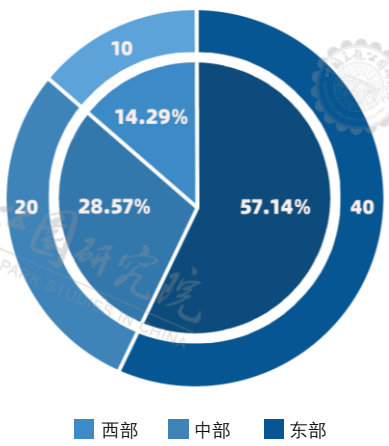
（一） 发展特征

第一，主题公园呈现新项目持续增长，老项目陆续关闭的态势

从样本数量看，2020年为50家，2021年则达到64家，2022年为70家，样本数量从侧面反映了国内主题公园数量仍处于持续增长的发展阶段。进一步分析发现，数量持续增长既得益于迪士尼、环球影城等国际品牌的带动效应，也得益于国内主题公园品牌的迭代效应，比如正在迅速布局的方特系列主题公园。但是，自2020年爆发新冠病毒以来，国内有不少主题公园因经营不善而倒闭或歇业，也有部分主题公园合作经营期满而停业，且数量在不断上升。

第二，区域布局上总体呈现东多西少的特征，区位分布更具均衡性

从省级层面看，70家主题公园主要分布在24个省。其中江苏最多，有8家；其次是山东，有7家；广东、湖南各6家；浙江5家；河南、四川各4家；安徽、辽宁、湖北、福建、上海各3家；甘肃、北京、天津各2家；重庆等9个省（市、自治区）各1家。从区域层面看，东部40家，占比57. 14%；中部20家，28. 57%；西部10家，占比14. 29%。中国主题公园区域分布如下图所示。



中国主题公园区域分布

从城市层面看，体现在或接近主要城市市场，或毗邻已建成大型旅游区，或选择有高速或高铁通过的地区，甚至在相对不发达的地区，比如泰安方特欢乐世界、株洲方特梦幻王国、横店梦幻谷等。

©上海迪士尼度假区

第三，主题公园综合竞争力水平悬殊较大

在综合排名中，上海迪士尼乐园以绝对优势位于第一位，同样在区位竞争力、规模竞争力、项目影响力和市场竞争力排名中，上海迪士尼乐园均稳居第一。无论总体排名，还是分指标排名中，样本中的后几名与前五名的差距悬殊较大，并且在不同的指标排名中，排名顺序也有很大的变化。这反映了我国主题公园发展水平参差不齐，多数主题公园仍存在全面发展和提升的空间。

第四，竞争力呈现东部强势，中部西部逐渐崛起态势

从综合排名看，东部地区主题公园竞争力强于西部和中部地区，其中长三角、珠三角和环渤海区域尤甚。总体来看，东部地区40家主题公园竞争力强于中西部地区的主题公园，这一方面得益于当地的经济发展水平，另一方面也体现了主题公园与当地经济发展的密切关系，协同发展、相互促进。同时，综合评价排名前10强的主题公园有中西部地区主题公园各1家，在综合排名15名的主题公园中，中部和西部主题公园各2家，这体现了中部、西部地区主题公园逐渐崛起的态势。

第五，特色差异化更加显著，主题公园的IP日趋多元

国际IP引领、国内品牌纷纷入局形成新态势，比如上海海昌海洋公园引进了著名动漫IP“奥特曼”，华强方特推出红色主题IP“东方欲晓”；同时，中国IP领先发展势头喜人，一些以属地文化传播为理念的主题公园发展迅速，如展示华夏历史文化和邯郸地域文化的邯郸方特“国色春秋”主题乐园、展现二十世纪二三十年代郑州开放商埠历史面貌以及电影场景的郑州建业·华谊兄弟电影小镇，体现了中华优秀传统文化的传承与发扬。

第六，体验与互动是增强主题公园项目影响力的关键

在综合排名前10位的主题公园中，有5家不同的欢乐谷，以大型机械游乐设施构成的技术空间为文旅特色，主要营销冒险体验和生理刺激，而稳居第一位的上海迪士尼乐园既有强大吸引力的主题景观，有文化和科技高度融合的体验项目，又有与游客互动的演艺活动等。以珠海长隆海洋王国、广州长隆欢乐世界为代表的，是以互动性表演、展示为特征的主题公园。主题公园更加注重项目的互动性，并以此带给游客多感官的刺激式体验。

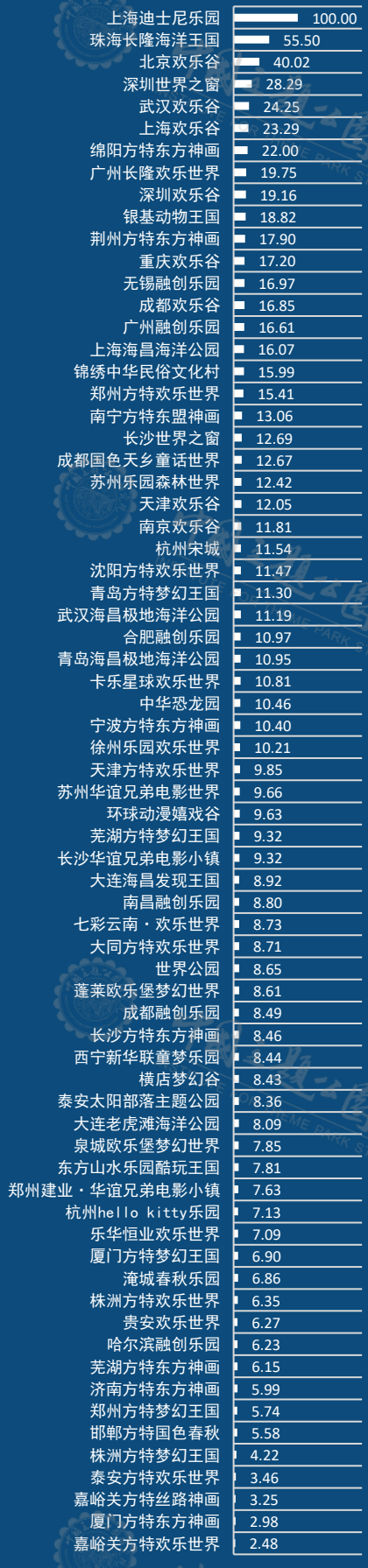
© 上海海昌海洋公园

©北京欢乐谷

第七，新兴主题公园显现出强劲的经营能力。

以方特系列主题公园为例，虽然综合竞争力排名略显靠后，但从年游客量和营业收入来看，整体显现出较为强劲的经营能力。在营业收入总额的公园数量上方特系列有8家公园进入排名前20，方特系列主题公园占居前20的40%。这主要得益于这些主题公园的差异化竞争优势：

1. 选址的差异化，通常选择三四线城市进行区域布局；
2. 项目的差异化，提供的休闲娱乐设施在当地具有一定的“垄断性”，可替代产品较少；
3. 善于依托当地的资源优势，开发具有中华优秀传统文化特色、各国民族文化主题的特色项目，获得地方政府的支持和市场的青睐。如右图所示。



2021年游客接待量排名

2021年营业收入排名

第一

公共卫生事件应急处置能力成为重要管理内容

从2020年开始并持续的新冠肺炎疫情，给国内旅游业带来重创，同时倒逼形成了周边游、近郊游的在地化休闲趋势。在常态化疫情防控的当下，主题公园面对容易集聚的游客，如何精准防控疫情以及提高应急处置能力，已经成为主题公园必不可少的管理内容。

第二

人工智能以及非接触技术的深度应用

一方面，在消费体验不断升级的背景下，游客对于游乐项目的体验要求也会越来越高，单纯的景观项目将无法满足游客的多元消费需求。随着虚拟现实、人工智能等技术的成熟，主题公园必须运用更多的高科技手段和设备，以满足游客的体验性、交互性需求。另一方面，新冠肺炎疫情的常态化防控对游玩活动和主题公园的经营都提出了更高要求，主题公园可以考虑借助人工智能的应用来简化服务的流程，还可以考虑非接触技术的应用，提高服务效率，降低疫情传播风险。

第三

主题原创与中国式特色化发展造就主题公园新优势

独具特色的主题文化能够体现主题公园的独特性，吸引更多的游客，实现更高的游客接待数量和经济价值。同时，随着中华优秀传统文化的影响力和传播力提升，独具中国本土文化特色的主题乐园将会迎来更大的发展空间。中国式特色化发展的主题原创将造就主题公园新优势，塑造主题公园新品牌，演绎主题公园新故事。

©北京环球度假区

夜场经济为主题公园经营带来新空间

第四

随着夜经济的发展以及常态化疫情防控带来的压力，开拓夜场经营业务不仅能够丰富主题公园的产品体系，同时能够延长公园的经营时间，吸引更多客流，带动经济效益。同时，在各地高度重视发展夜经济、打造夜生活集聚区的政策利好下，主题公园夜场经济不仅可以丰富所在城市夜经济的内容，还可以凭借独特的资源优势引领夜间文化和旅游消费集聚区的发展。

新兴主题公园丰富中国主题公园品牌矩阵

第五

随着新兴主题公园的创新发展，本土主题公园品牌培育与打造将成为中国主题公园未来竞争的焦点。可以预见，独具中国本土文化特色的新兴主题公园将迎来品牌化的发展阶段，在打造本土主题公园品牌的同时，丰富中国主题公园品牌矩阵，助力中国主题公园迈向更高质量发展。

元宇宙成了主题公园的热点

第六

元宇宙虚拟娱乐概念与其所依托的高新技术具有明星产业的特质，一出现便成为热点。元宇宙概念的火爆，是一个更具冲击力和颠覆性的事件。无论元宇宙本身能不能成为未来虚拟娱乐的主流产品或平台，虚拟娱乐形式将是取代实体娱乐的一个选项，分流实体主题公园的游客，挤占实体主题公园的生存空间。虚拟娱乐形式的一些新特点，将使传统的实体主题公园陷入极为困难的竞争局面。由于元宇宙实际意义上的虚拟娱乐产品未成形，技术未成熟，应用成本高昂，开发处于分散状态，平台体系仍在构想中。因此，对主题公园做出针对元宇宙虚拟娱乐形式的战略选择十分困难。

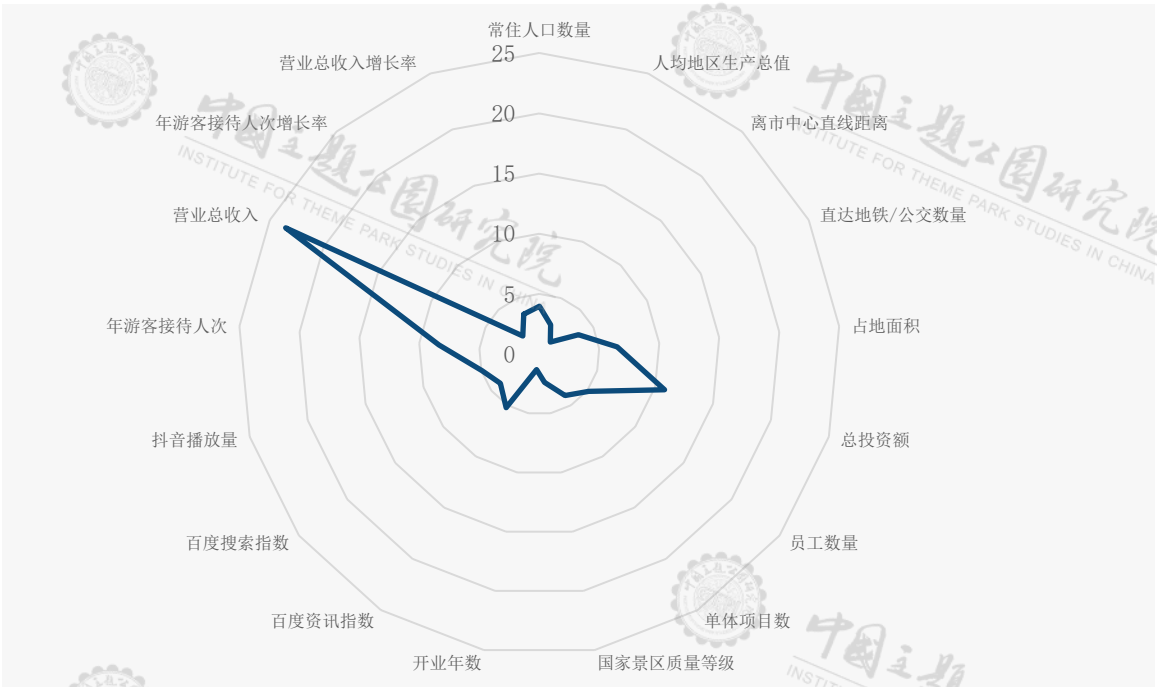
© 上海海昌海洋公园

单个主题公园
维度指数分析

© 上海海昌海洋公园

上海迪士尼乐园，位于上海市浦东新区川沙镇黄赵路310号，占地1.16平方公里，主题园区分为米奇大街、奇想花园、探险岛、宝藏湾、明日世界、梦幻世界、迪士尼·皮克斯玩具总动员。拥有迪士尼城堡、漫威英雄总部、巴斯光年星际营救等游乐项目。是中国内地首座迪士尼主题乐园，也是中国规模最大的现代服务业中外合作项目之一，是一座具有纯正迪士尼风格并融汇了中国风的主题乐园。

从数据分析看，上海迪士尼乐园17个指标水平值在0-25之间，平均水平为5.50。高于平均水平的有5个指标，占总指标的29.4%。具体有占地面积、总投资额、百度资讯指数、年游客接待人次和营业总收入，其中排名最高的是营业总收入，为23.52。其次分别为总投资额（10.82）、年游客接待人次（8.38）、占地面积（6.49）和百度资讯指数（5.22）。低于平均水平的有12个指标，占总体指标的70.6%。其中开业年数分值最低，只有1.32，其次为距离市中心直线距离（1.35）。从中可以看出，上海迪士尼乐园的营业总收入在主题公园竞争力中以绝对优势占据首位，这和迪士尼乐园品牌已深入人心分不开。相较而言，开业年数和距离市中心距离是其竞争力的弱项，但这也并未妨碍游客们对上海迪士尼乐园的趋之若鹜。

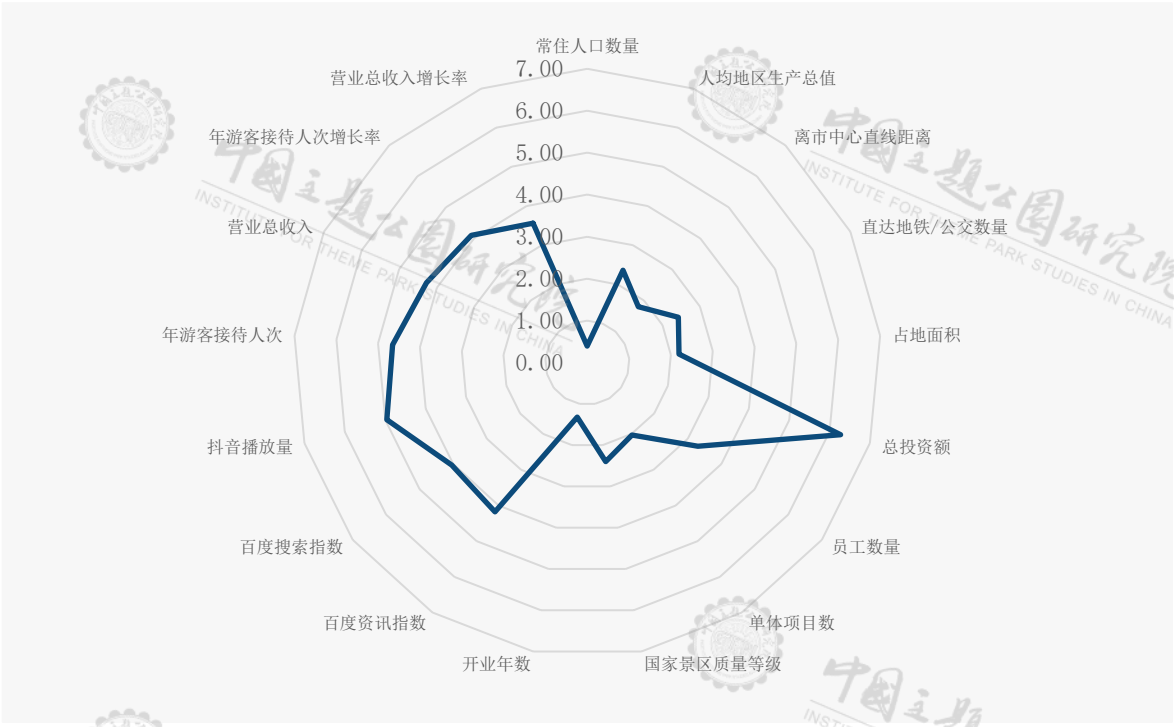


上海迪士尼乐园17个指标水平排列图

2 珠海长隆海洋王国

珠海长隆海洋王国位于广东省珠海市横琴新区，是全球最大的海洋主题公园，共拥有八大主题园区，其全面整合珍稀的海洋动物、顶级的游乐设备和新奇的大型演艺，全力建设和打造中国人自主研发、拥有自主知识产权的世界顶级主题公园，于2014年3月29日正式对外开放。

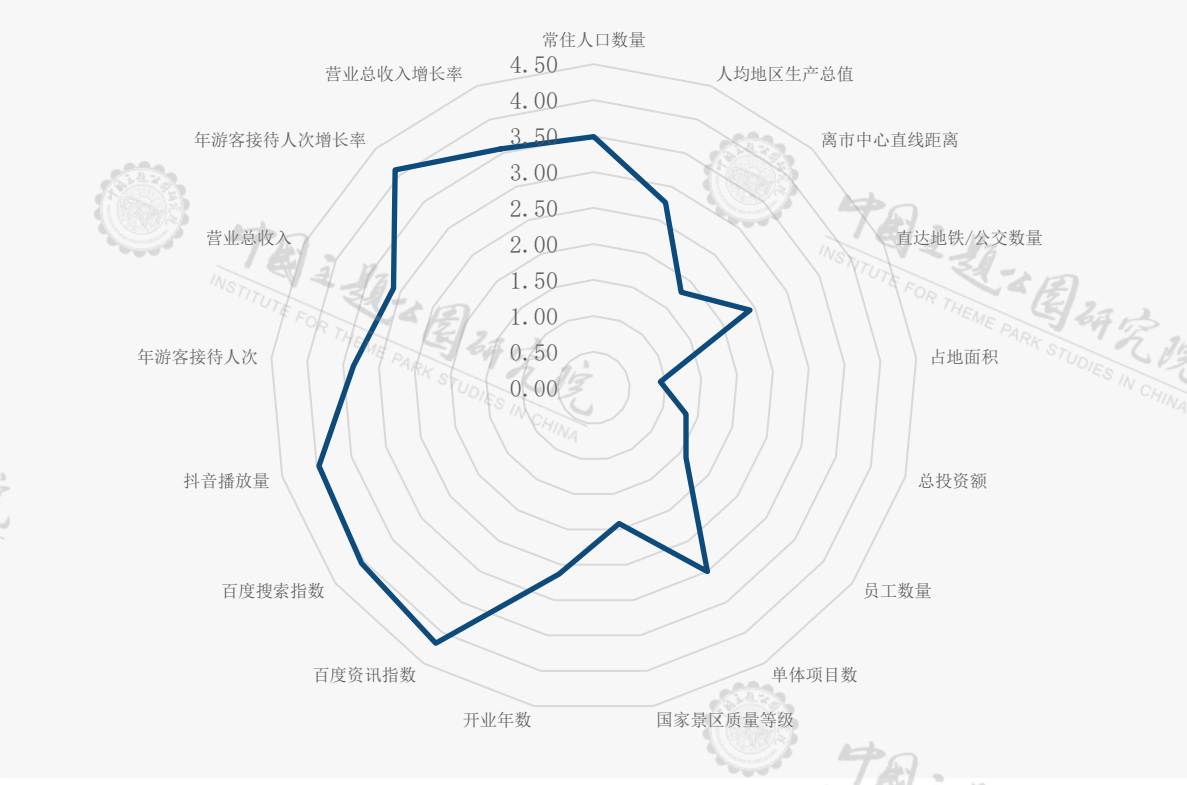
从数据分析看，珠海长隆海洋王国17个指标水平值在0-7之间，平均水平为3.19。高于平均水平的有9个指标，占总指标的52.9%。具体有总投资额、员工数量、百度资讯指数、百度搜索指数、抖音播放量、年游客接待人次、营业总收入、年游客接待增长率、营业总收入增长率，其中排名最高的是总投资额，为6.27。其次分别为抖音播放量（4.96）、年游客接待人次（4.65）、营业总收入（4.27）、百度资讯指数（4.17）、年游客接待人次增长率（4.10）、百度搜索指数（4.05）、营业总收入增长率（3.56）和员工数量（3.30）。低于平均水平的有8个指标中，所在城市常住人口分值最低，只有0.39，其次分为开业年数（1.32）、离市中心直线距离（1.80）、单体项目数（2.03）、占地面积（2.20）人均地区生产总值（2.36）、国家景区质量等级（2.40）和直达地铁/公交数量（2.42）。数据显示，总投资额是珠海长隆海洋王国竞争力的最强优势，而所在城市人口数量是其竞争力的弱项。



珠海长隆海洋王国17个指标水平排列图

北京欢乐谷位于北京市朝阳区东四环四方桥东南角，占地56万平方米。公园分别由峡湾森林、亚特兰蒂斯、失落玛雅、爱琴港、香格里拉、甜品王国和欢乐时光七个主题区组成。是国家AAAA级旅游景区、新北京十六景、北京文化创意产业基地，由华侨城集团创办，是集国际化、现代化的主题公园。

从数据分析看，北京欢乐谷17个指标水平值在0-4.5之间，平均水平为2.84。高于平均水平的有9个指标，占总指标的52.9%。具体有常住人口数量、单体项目数、百度资讯指数、百度搜索指数、抖音播放量、年游客接待人次、营业总收入、年游客接待人次增长率、营业总收入增长率，其中最高的是百度资讯指数（4.17），其次是年游客接待人次增长率（4.10）。低于平均水平的8个指标中占地面积分值最低，为0.93，其次是总投资额（1.33）。从中可以看出，北京欢乐谷最具有竞争力的是其百度资讯指数和年游客接待增长率。相较而言，占地面积和总投资额是其竞争力的弱项。

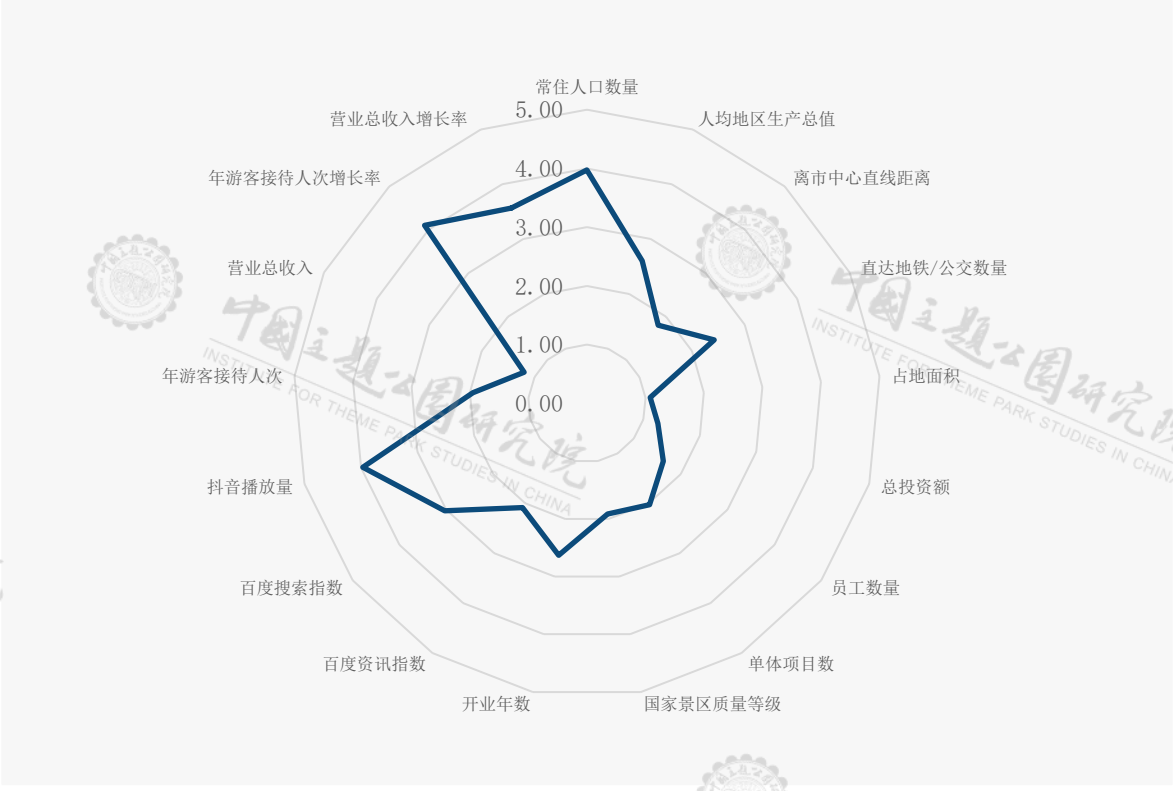


北京欢乐谷17个指标水平排列图

4 上海欢乐谷

上海欢乐谷位于上海西南部的松江佘山国家旅游度假区内，全园占地面积65万平方米，拥有100多项体验项目，上海欢乐谷全园共有七大主题区：阳光港、欢乐时光、上海滩、香格里拉、欢乐海洋、金矿镇、飓风湾。

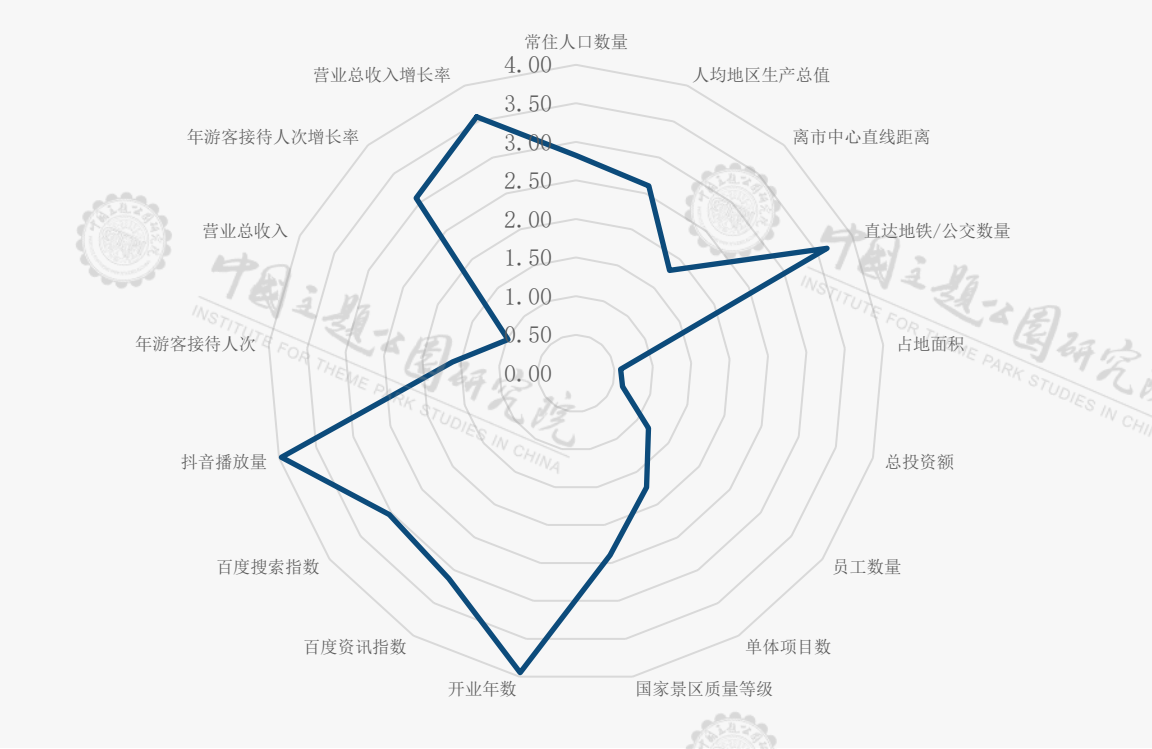
从数据分析看，上海欢乐谷17个指标水平值在0-4.5之间，平均水平为2.43。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有所在城市人均国内生产总值、所在城市常住人口、开业年数、百度搜索指数、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是年游客接待人次增长率，为4.10，其次是常住人口数量和抖音播放量，为3.97。低于平均水平的9个指标中占地面积分值最低，只有1.08，其次是营业总收入（1.19）。从中可以看出，上海欢乐谷最具有竞争力的是年游客接待增长率、常住人口数量和抖音播放量。相较而言，占地面积和营业总收入是其竞争力的弱项。



上海欢乐谷17个指标水平排列图

深圳欢乐谷，位于深圳市南山区侨城西街18号，占地面积35万平方米。是一座融参与性、观赏性、娱乐性、趣味性于一体的中国现代主题乐园。

从数据分析看，深圳欢乐谷17个指标水平值在0-4之间，平均水平为2.39。高于平均水平的有10个指标，占总指标的58.8%。具体有所在城市人均国内生产总值、所在城市常住人口数量、直达地铁/公交线路数量和开业年数、国家景区质量等级、开业年数、百度资讯指数、百度搜索指数、抖音播放量、年游客接待人次增长率、营业总收入增长率，其中抖音播放量指标得分最高，为3.97，其次为开业年数（3.95）。低于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。其中，占地面积分值最低，只有0.58，其次为总投资额（0.63）。数据显示，抖音播放量和开业年数是深圳欢乐谷竞争力强项，而占地面积和总投资额则为其竞争力的弱项。

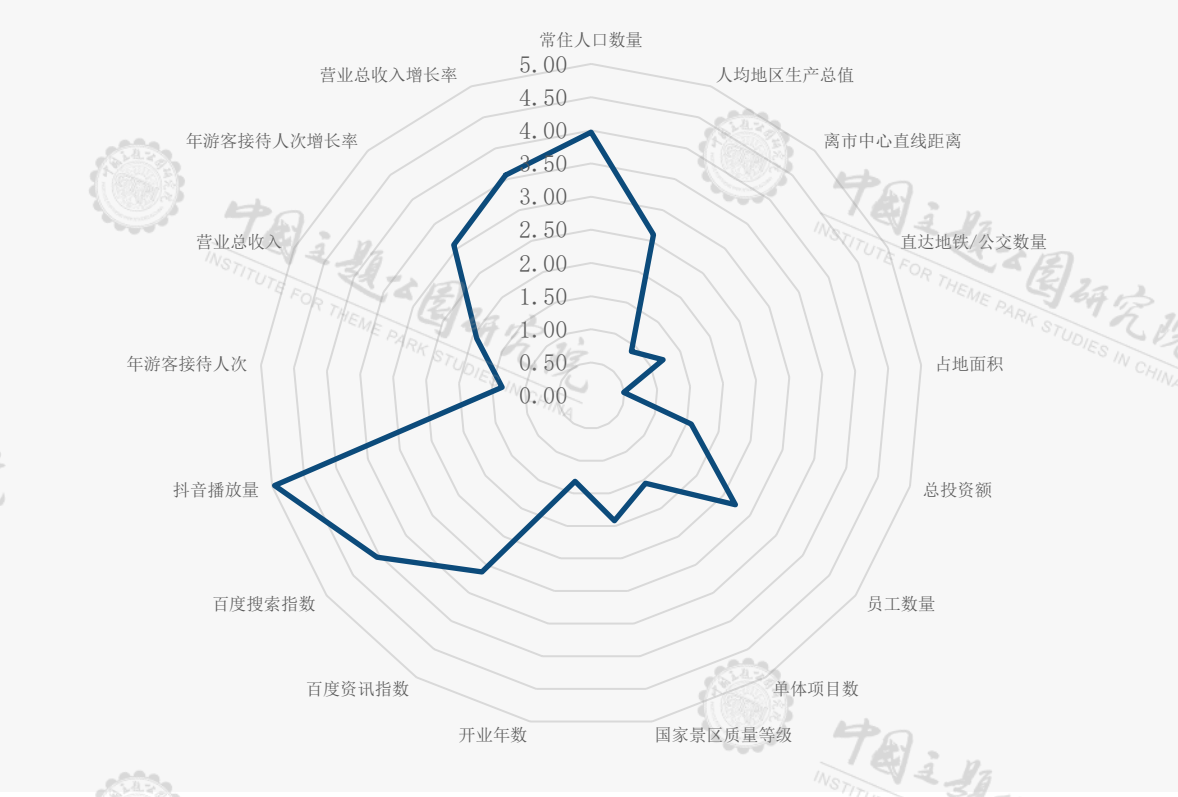


深圳欢乐谷17个指标水平排列图

6 上海海昌海洋公园

上海海昌海洋公园项目位于东海之滨滴水湖畔，地处长三角旅游核心目的地，海港、空港、铁路、公路、内河“五龙汇聚”。总用地面积约为29.7公顷。海昌海洋公园以海洋文化为主题，分为5大主题区和1个海洋度假酒店，由6个大型动物展示场馆、3个大型动物互动表演场、2个高科技影院及10余项游乐设施设备组成。

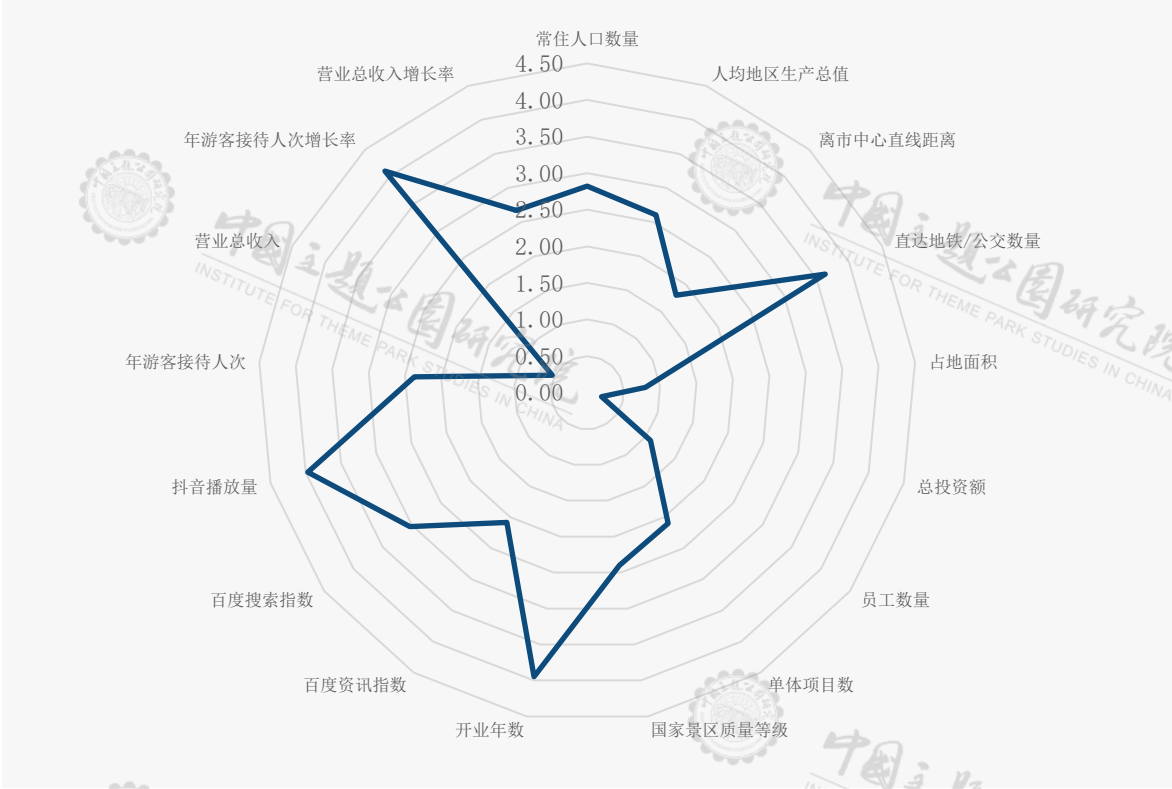
从数据分析看，上海海昌海洋公园17个指标水平值在0-5之间，平均水平为2.37。高于平均水平的有8个指标，占总指标的47.1%。具体有所在城市常住人口数量、所在城市人均国内生产总值、员工数量、百度资讯指数、百度搜索指数、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是抖音播放量，为4.96，其次是百度搜索指数，为4.05。低于平均水平的9个指标中占地面积最低，只有0.49，其次是离市中心直线距离（0.90）。从中可以看出，上海海昌海洋公园最具有竞争力的是抖音播放量和百度搜索指数。相较而言，占地面积和离市中心直线距离是其竞争力的弱项。



上海海昌海洋公园17个指标水平排列图

深圳世界之窗，位于广东省深圳市南山区深南大道9037号，占地48万平方米，由世界广场、亚洲区、大洋洲区、欧洲区、非洲区、美洲区、世界雕塑园、国际街八大区域构成，有按照比例建造的世界景点130多个，十大动感刺激的娱乐参与项目、大型广场艺术晚会、景点异国风情表演、主题文化节庆活动。

从数据分析看，深圳世界之窗17个指标水平值在0-4.5之间，平均水平为2.36。高于平均水平的有10个指标，占总指标的58.8%。具体有所在城市常住人口数量、所在城市人均国内生产总值、直达地铁/公交数量、国家景区质量等级、开业年数、百度搜索指数、抖音播放量、年游客接待人次、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是年游客接待人次增长率，为4.10，其次是抖音播放量，为3.97。低于平均水平的7个指标中总投资额最低，只有0.20，其次是营业总收入（0.53）。从中可以看出，深圳世界之窗最具有竞争力的是年游客接待人次增长率和抖音播放量。相较而言，总投资额和营业总收入是其竞争力的弱项。

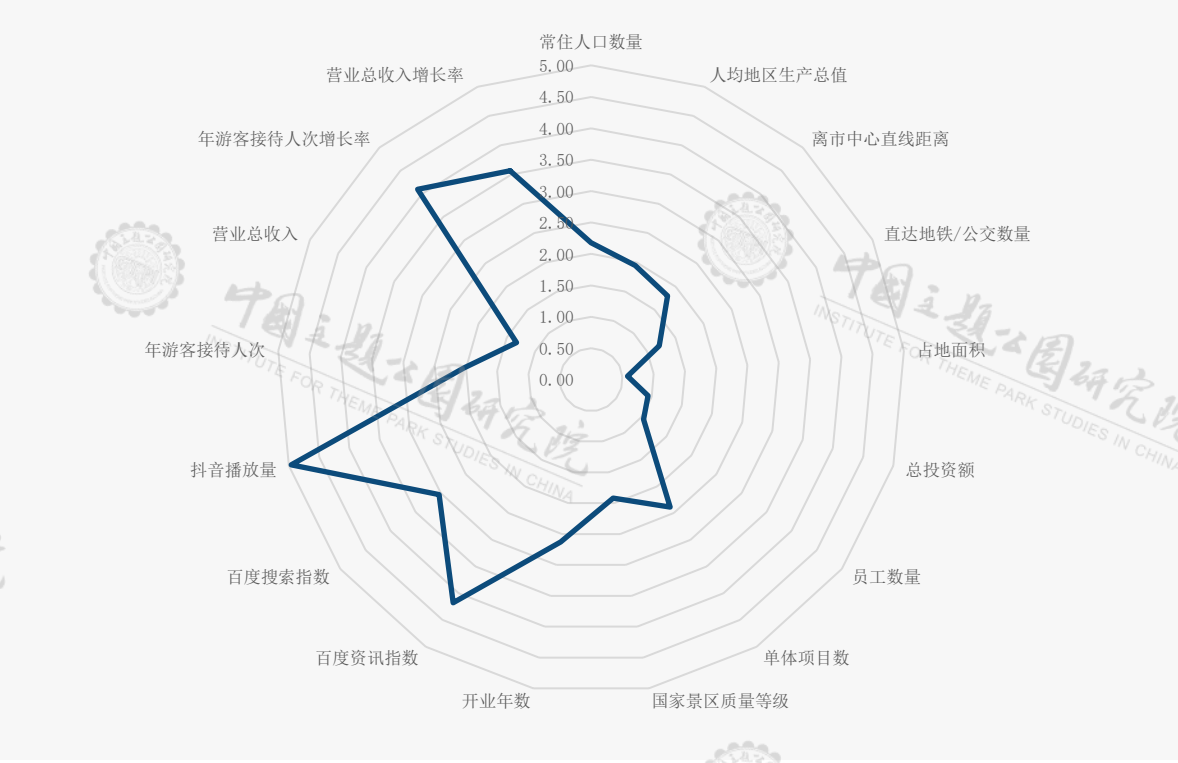


深圳世界之窗17个指标水平排列图

8 武汉欢乐谷

武汉欢乐谷，位于湖北省武汉市欢乐大道196号，是华中地区的大型文化主题公园，由华侨城集团倾力打造，于2012年4月29日开园，其由梦想大道、甜品王国、欢乐时光、极速世界、渔光岛、羽落天堂、飓风湾、欢乐江城八大主题区域组成。

从数据分析看，武汉欢乐谷17个指标水平值在0-5之间，平均水平为2.34。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有单体项目数、开业年数、百度资讯指数、百度搜索指数、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是抖音播放量，为4.96，其次是百度资讯指数，为4.17。低于平均水平的10个指标中占地面积最低，只有0.58，其次是总投资额（0.94）。从中可以看出，武汉欢乐谷最具有竞争力的是抖音播放量和百度资讯指数。相较而言，占地面积和总投资额是其竞争力的弱项。

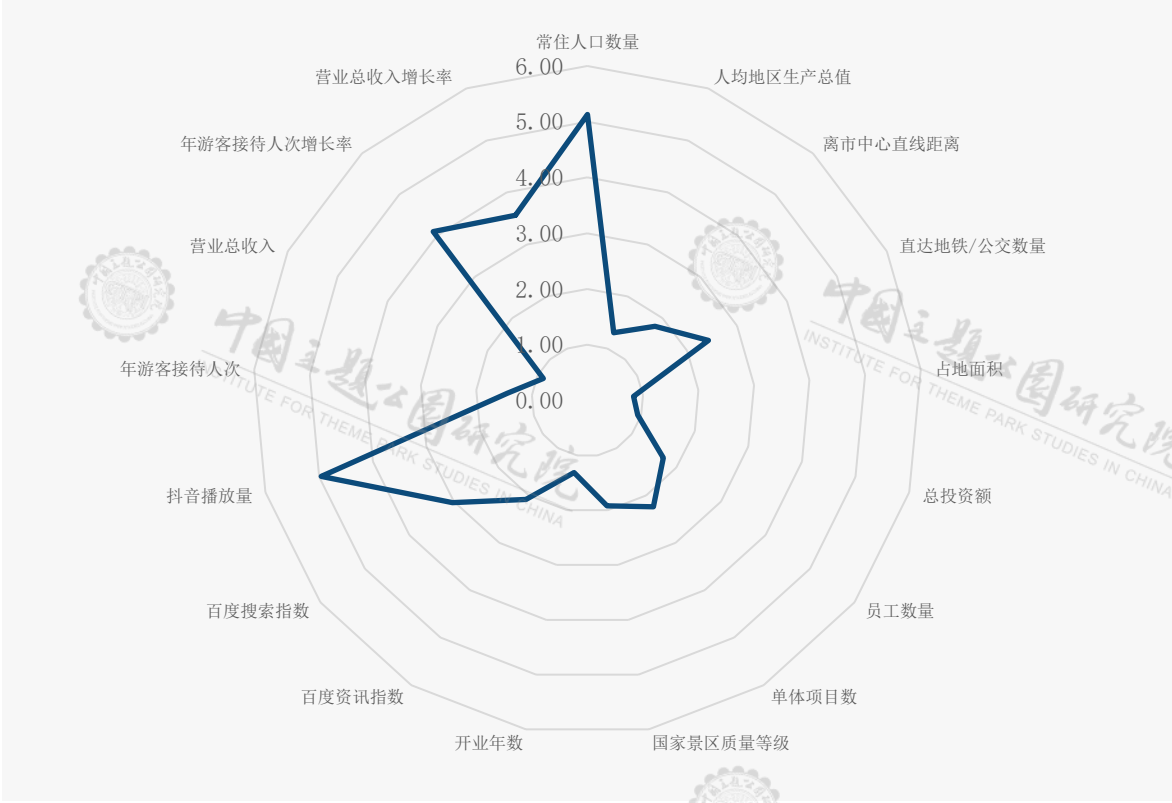


武汉欢乐谷17个指标水平排列图

9 重庆欢乐谷

重庆欢乐谷，位于重庆市两江新区礼嘉镇金渝大道29号，占地48万平方米，依山而建，是全国首座山地版欢乐谷。园区分为欢乐时光、梦幻岛、飓风湾、恐龙森林、老重庆、河谷矿山小镇六大主题区，拥有丛林飞龙、飞翼过山车、重庆之眼、重返侏罗纪等百余项游乐项目。

从数据分析看，重庆欢乐谷17个指标水平值在0-5.5之间，平均水平为2.33。高于平均水平的有6个指标，占总指标的35.3%。具体有所在城市常住人口数量、直达地铁/公交数量、百度搜索指数、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是所在城市常住人口数量，为5.13，其次是抖音播放量，为4.96。低于平均水平的11个指标中占地面积最低，只有0.83，其次是营业总收入（0.88）。从中可以看出，重庆欢乐谷最具有竞争力的是所在城市常住人口数量和抖音播放量。相较而言，占地面积和营业总收入是其竞争力的弱项。

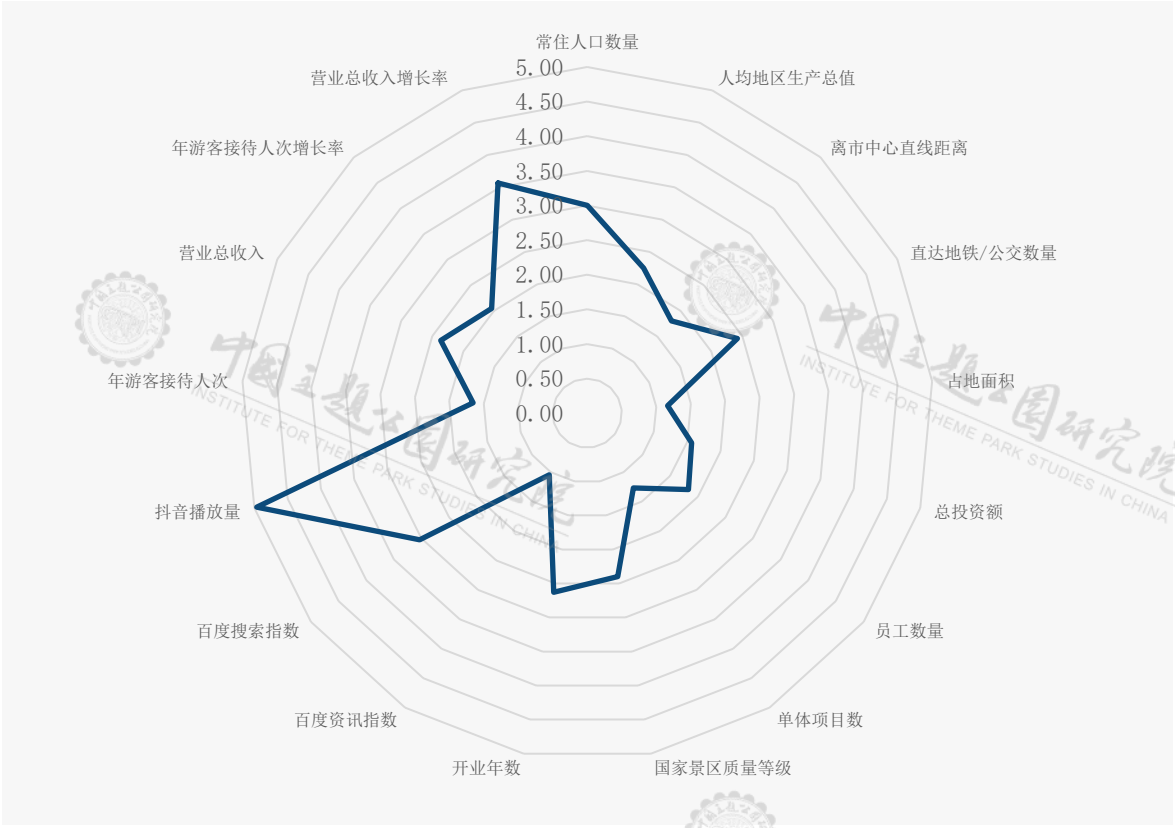


重庆欢乐谷17个指标水平排列图

10 广州长隆欢乐世界

长隆欢乐世界位于广东省广州市番禺区汉溪大道东299号广州长隆旅游度假区中心位置。2006年4月7日，长隆欢乐世界开始营业。长隆欢乐世界占地面积约2000亩，有游乐设施70余套，世界包括六大主题区：丛林探险、律动天地、欢乐嘉年华、星梦奇园、感动空间、尖叫地带。

从数据分析看，广州长隆欢乐世界17个指标水平值在0-5之间，平均水平为2.29。高于平均水平的有8个指标，占总指标的47.1%。具体有所在城市常住人口数量、直达地铁/公交数量、国家景区质量等级、开业年数、百度搜索指数、抖音播放量、营业总收入和营业总收入增长率，其中最高的是抖音播放量，为4.96，其次是营业总收入增长率，为3.56。低于平均水平的9个指标中百度资讯指数最低，只有1.04，其次是占地面积（1.16）。从中可以看出，广州长隆欢乐世界最具有竞争力的是抖音播放量和营业总收入增长率。相较而言，百度资讯指数和占地面积是其竞争力的弱项。

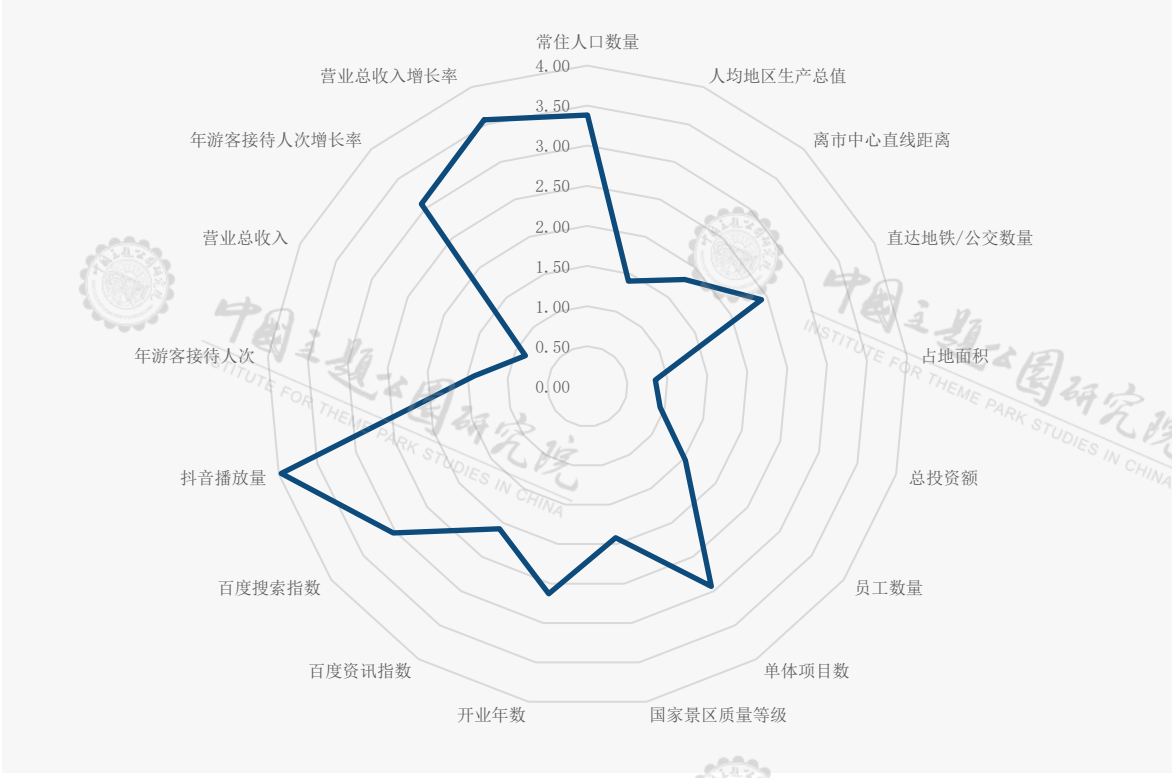


广州长隆欢乐世界17个指标水平排列图

11 成都欢乐谷

成都欢乐谷位于成都市金牛区西华大道16号，占地51万平方米，由阳光港、欢乐时光、加勒比旋风、巴蜀迷情、飞行岛、魔幻城堡、飞跃地中海、欢乐光年及丝路传奇9大主题区域组成，拥有百余项景点。

从数据分析看，成都欢乐谷17个指标水平值在0-4之间，平均水平为2.22。高于平均水平的有8个指标，占总指标的47.1%。具体有所在城市常住人口数量、直达地铁/公交数量、单体项目数、开业年数、百度搜索指数、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是抖音播放量，为3.97，其次是营业总收入增长率，为3.56。低于平均水平的9个指标中占地面积最低，只有0.85，其次是营业总收入（0.86）。从中可以看出，成都欢乐谷最具有竞争力的是抖音播放量和营业总收入增长率。相较而言，占地面积和营业总收入是其竞争力的弱项。

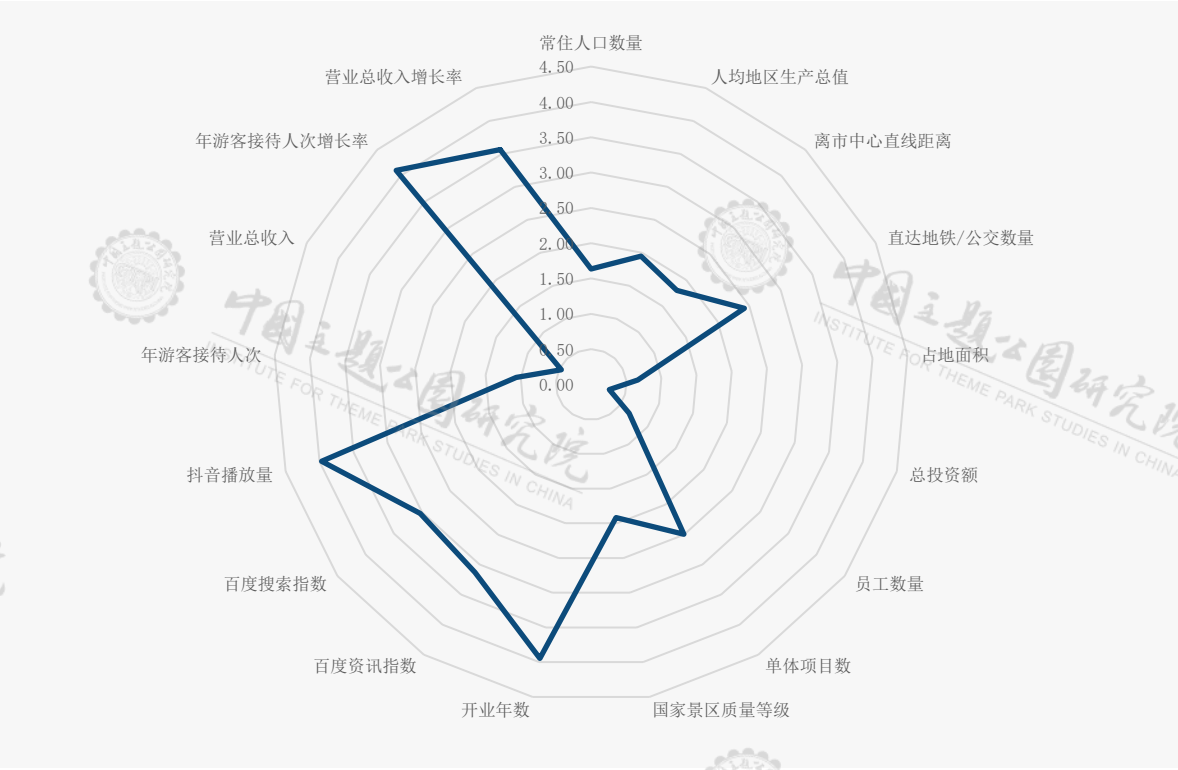


成都欢乐谷17个指标水平排列图

12 长沙世界之窗

长沙世界之窗位于湖南省长沙市东北郊区浏阳河畔，占地40万平方米。1997年10月1日试营业，是一个融先锋时尚活动、大型器械游乐、世界各国建筑奇观、五洲风情歌舞表演、影视拍摄基地于一体的综合性大型主题公园。

从数据分析看，长沙世界之窗17个指标水平值在0-4.5之间，平均水平为2.18。高于平均水平的有8个指标，占总指标的47.1%。具体有直达地铁/公交数量、单体项目数、开业年数、百度资讯指数、百度搜索指数、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是年游客接待人次增长率，为4.10，其次是抖音播放量，为3.97。低于平均水平的9个指标中总投资额最低，只有0.27，其次是营业总收入（0.47）。从中可以看出，长沙世界之窗最具有竞争力的是年游客接待人次增长率和抖音播放量。相较而言，总投资额和营业总收入是其竞争力的弱项。

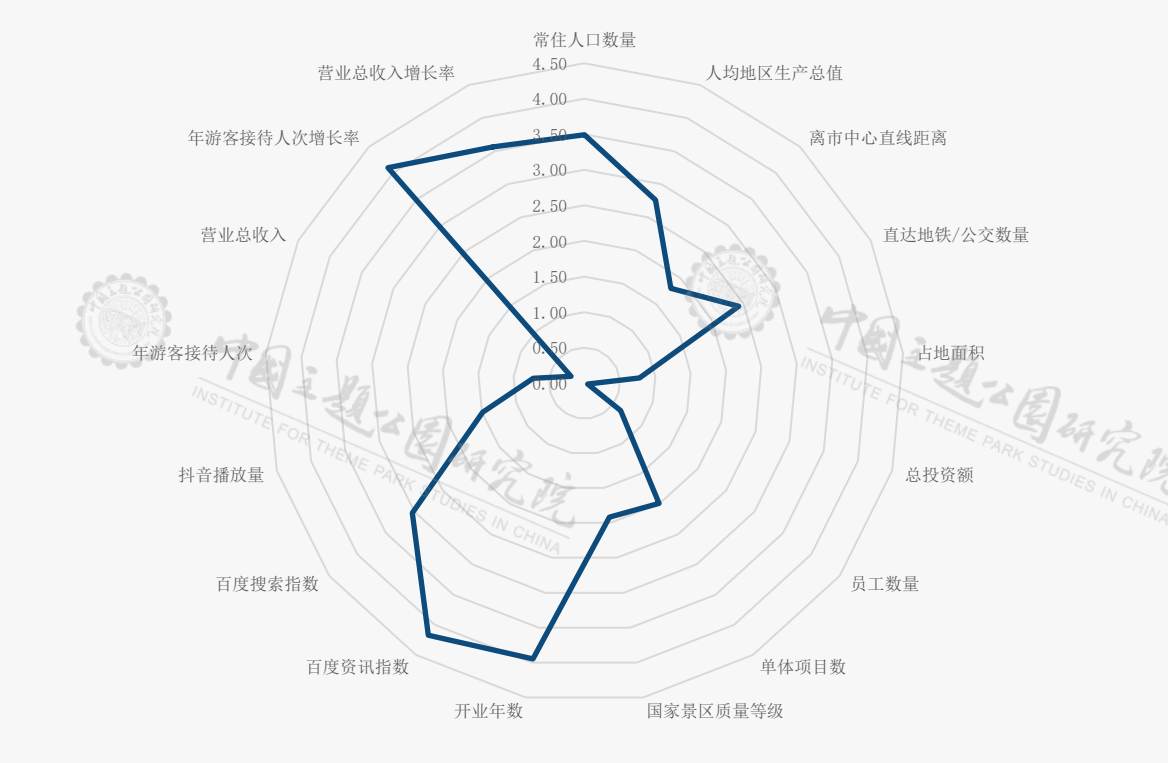


长沙世界之窗17个指标水平排列图

13 世界公园

世界公园位于北京市丰台区花乡大葆台，占地面积800亩，绿化面积达76%。公园整体布局按照五大洲版图划分景区，以世界上40个国家的109处著名古迹名胜的微缩景点为主体。

从数据分析看，世界公园17个指标水平值在0-4.5之间，平均水平为2.18。高于平均水平的有8个指标，占总指标的47.1%。具体有所在城市常住人口数量、所在城市人均国内生产总值、直达地铁/公交数量、开业年数、百度资讯指数、百度搜索指数、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是百度资讯指数，为4.17，其次是年游客接待人次增长率，为4.10。低于平均水平的9个指标中总投资额最低，只有0.05，其次是营业总收入（0.21）。从中可以看出，世界公园最具有竞争力的是百度资讯指数和年游客接待人次增长率。相较而言，总投资额和营业总收入是其竞争力的弱项。

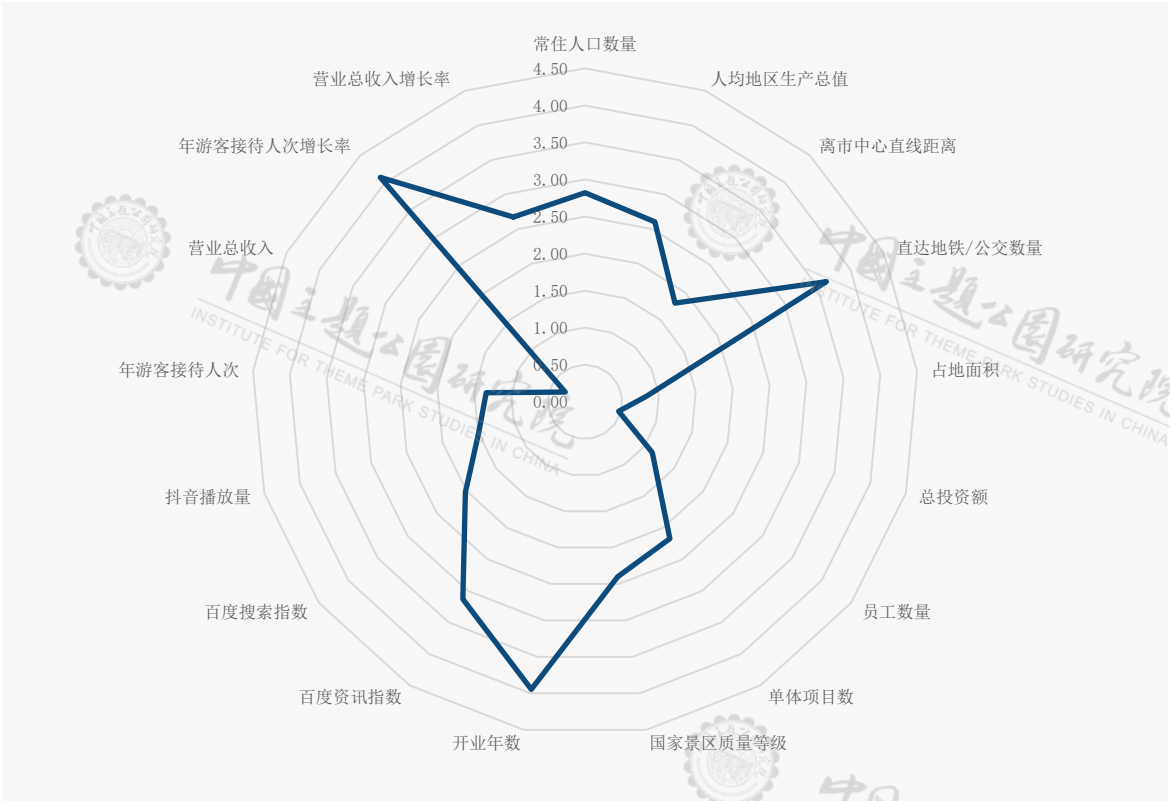


世界公园17个指标水平排列图

14 锦绣中华+中国民俗文化村

锦绣中华是香港中旅国际投资有限公司和深圳华侨城股份有限公司合资兴办的大型文化主题公园，坐落在风光绮丽的深圳湾畔。它是世界上面积最大、内容最丰富的实景微缩景区，占地750亩，分为锦绣中华和民俗文化村两部分。

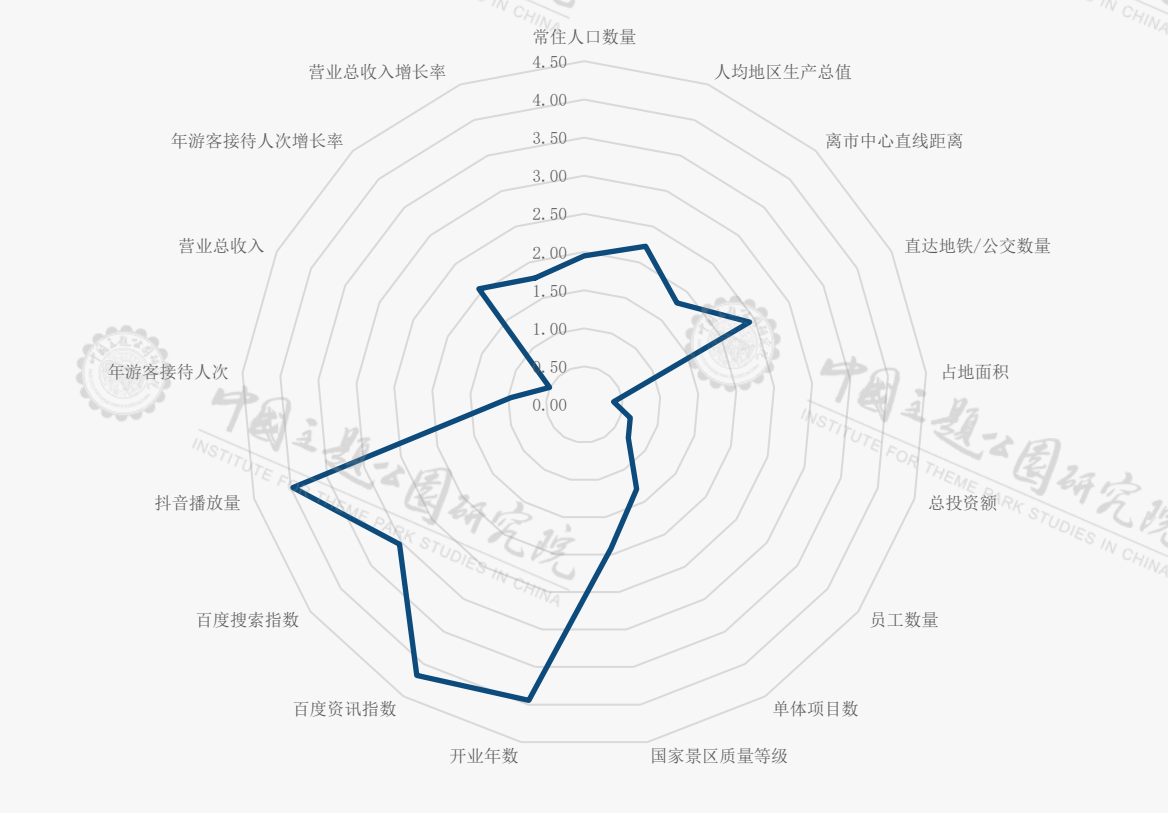
从数据分析看，锦绣中华+中国民俗文化村17个指标水平值在0-4.5之间，平均水平为2.17。高于平均水平的有8个指标，占总指标的47.1%。具体有所在城市常住人口数量、所在城市人均国内生产总值、直达地铁/公交数量、国家景区质量等级、开业年数、百度资讯指数、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是年游客接待人次增长率，为4.10，其次是开业年数，为3.95。低于平均水平的8个指标中营业总收入最低，只有0.30，其次是总投资额（0.47）。从中可以看出，锦绣中华+中国民俗文化村最具有竞争力的是年游客接待人次增长率和开业年数。相较而言，营业总收入和总投资额是其竞争力的弱项。



锦绣中华+中国民俗文化村17个指标水平排列图

杭州宋城位于浙江省杭州市之江路148号，杭州之江旅游度假区内，1996年5月18日开业，是杭州市第一个大型人造主题公园。

从数据分析看，杭州宋城17个指标水平值在0-4.5之间，平均水平为1.99。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有所在城市人均国内生产总值、直达地铁/公交数量、开业年数、百度资讯指数、百度搜索指数、抖音播放量和年游客接待人次增长率，其中最高的是百度资讯指数，为4.17，其次是抖音播放量，为3.97。低于平均水平的10个指标中占地面积最低，只有0.39，其次是营业总收入（0.51）。从中可以看出，杭州宋城最具有竞争力的是百度资讯指数和抖音播放量。相较而言，占地面积和营业总收入是其竞争力的弱项。

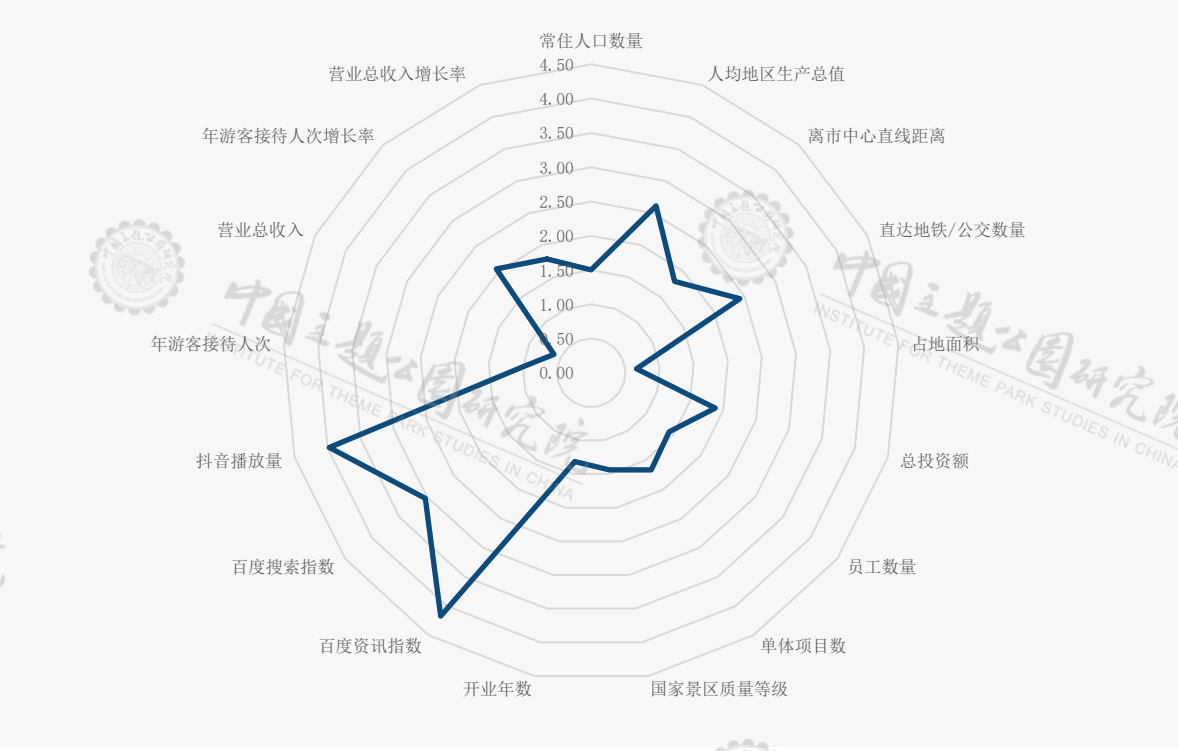


杭州宋城17个指标水平排列图

16 南京欢乐谷

南京欢乐谷，选址在栖霞山东侧，项目总投资60亿元，于2020年11月11日开园迎宾。南京欢乐谷拥有欢乐时光、遗落要塞、甜品王国、黑铁城、奇想海洋、魔眼森林六大园区。

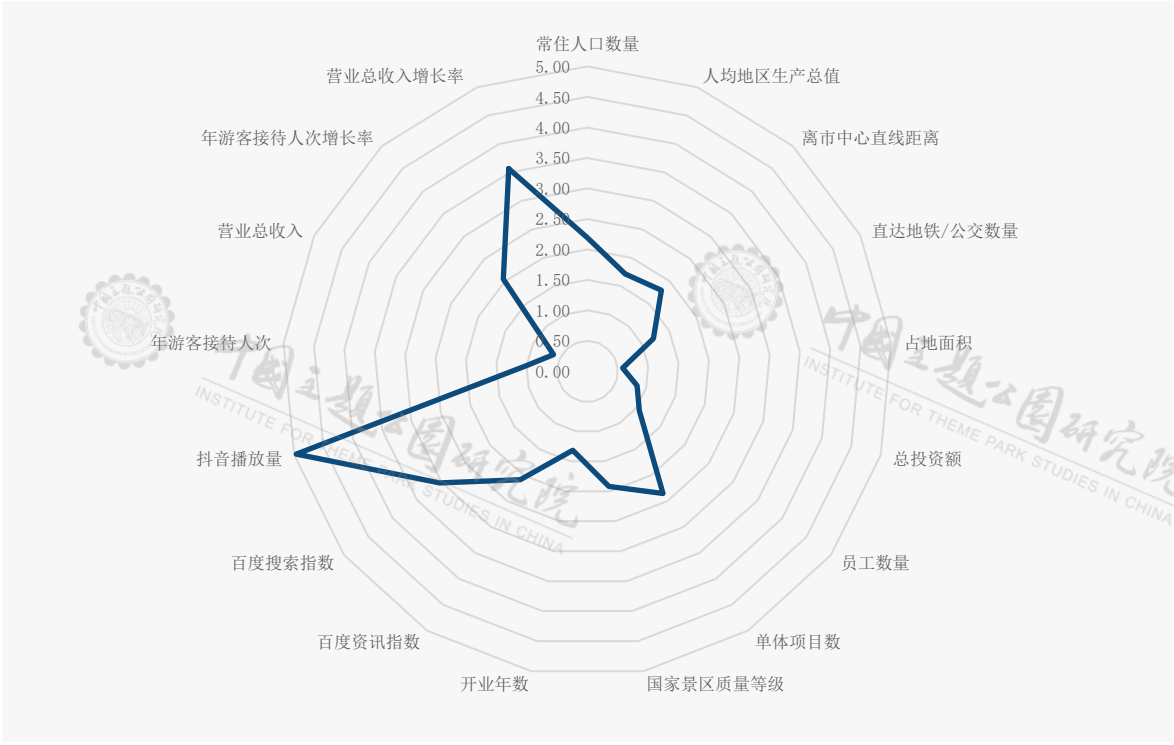
从数据分析看，南京欢乐谷17个指标水平值在0-4.5之间，平均水平为1.96。高于平均水平的有6个指标，占总指标的35.3%。具体有所在城市人均国内生产总值、直达地铁/公交数量、百度资讯指数、百度搜索指数、抖音播放量和年游客接待人次增长率，其中最高的是百度资讯指数，为4.17，其次是抖音播放量，为3.97。低于平均水平的11个指标中营业总收入最低，只有0.61，其次是占地面积（0.67）。从中可以看出，南京欢乐谷最具有竞争力的是百度资讯指数和抖音播放量。相较而言，营业总收入和占地面积是其竞争力的弱项。



南京欢乐谷17个指标水平排列图

天津欢乐谷主题公园占地面积35万平方米，坐落于天津市东丽湖畔。全园分为六大主题区：演艺中心、欢乐时光、海洋之心、维京海港、圣诞村、飞跃加勒比。

从数据分析看，天津欢乐谷17个指标水平值在0-5之间，平均水平为1.90。高于平均水平的有8个指标，占总指标的47.1%。具体有所在城市常住人口数量、单体项目数、国家景区质量等级、百度资讯指数、百度搜索指数、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是抖音播放量，为4.96，其次是营业总收入增长率，为3.56。低于平均水平的9个指标中占地面积最低，只有0.58，其次是营业总收入（0.62）。从中可以看出，天津欢乐谷最具有竞争力的是抖音播放量和营业总收入增长率。相较而言，占地面积和营业总收入是其竞争力的弱项。

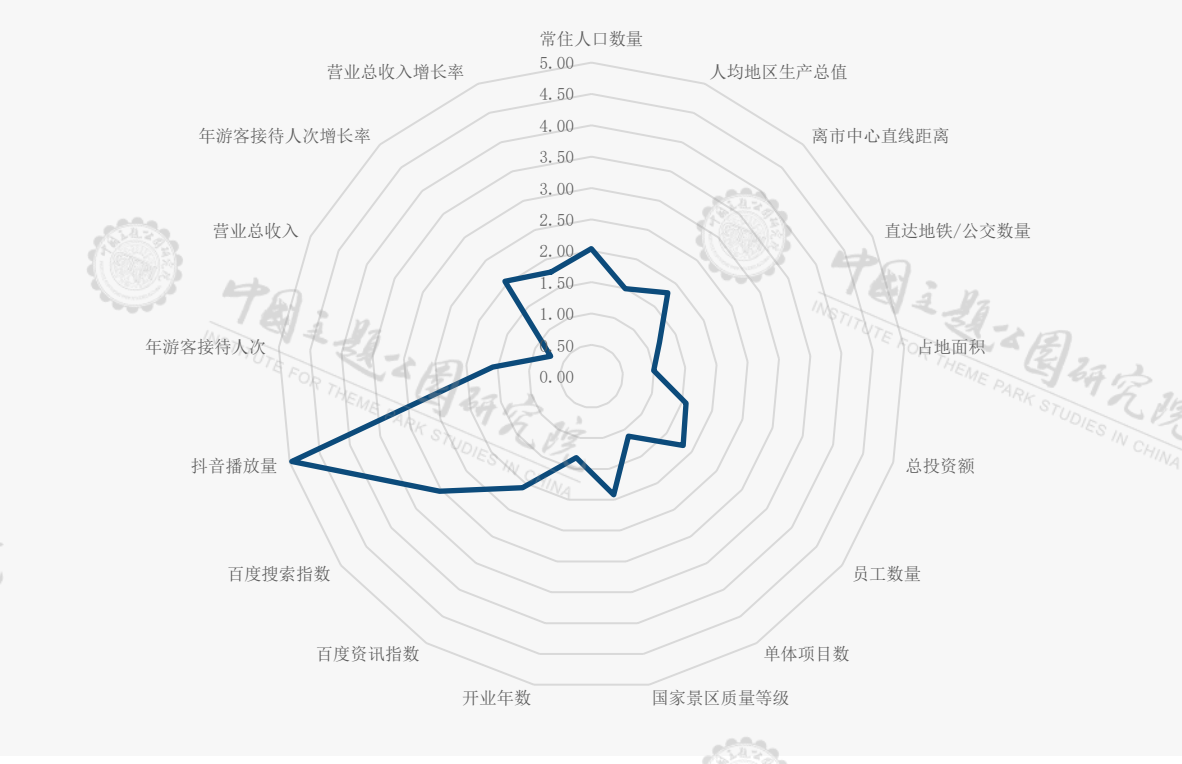


天津欢乐谷17个指标水平排列图

18 银基动物王国

银基动物王国，集动物展示、科普教育、游乐设备、剧场表演、4D影院等多功能于一体；该项目致力于打造国内最具体验感的动物主题乐园，以沉浸式的动物主题体验和互动为特色，拥有国内首台水陆两栖动物观光车、动物观光车、国内首座有断轨和速降体验的矿山车等诸多首创。

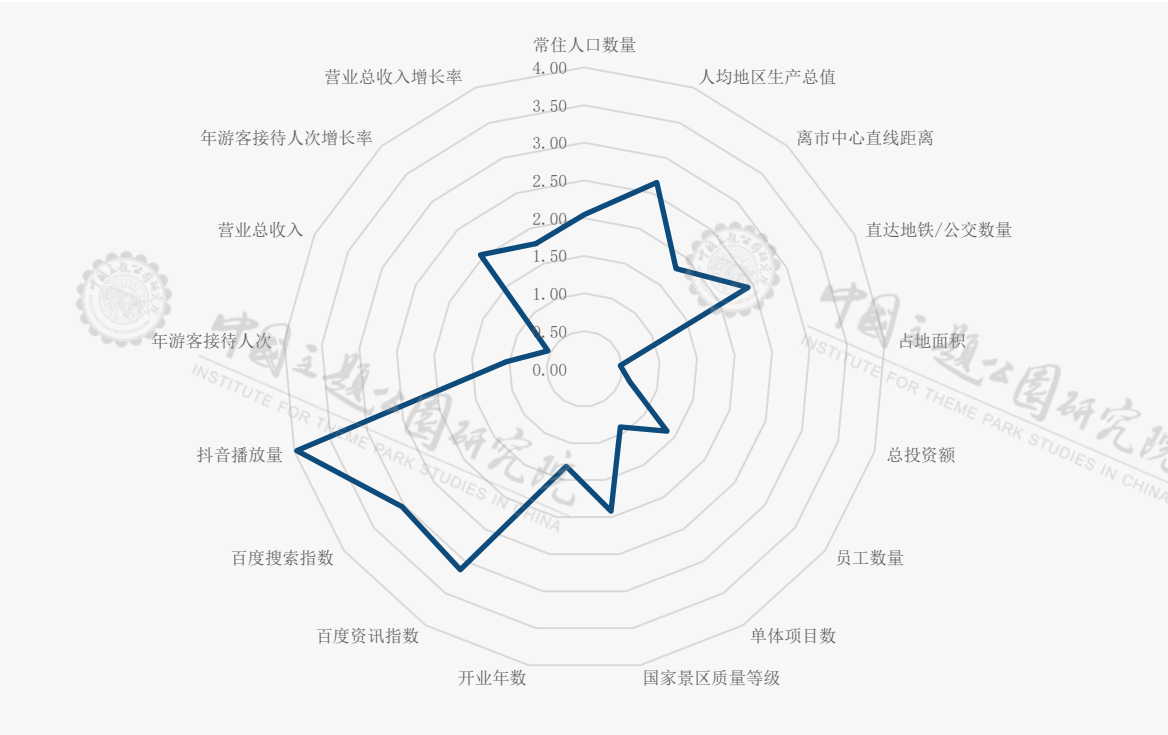
从数据分析看，银基动物王国17个指标水平值在0-5之间，平均水平为1.85。高于平均水平的有6个指标，占总指标的35.3%。具体有所在城市常住人口数量、国家景区质量等级、百度资讯指数、百度搜索指数、抖音播放量和年游客接待人次增长率，其中最高的是抖音播放量，为4.96，其次是百度搜索指数，为3.03。低于平均水平的11个指标中营业总收入最低，只有0.72，其次是占地面积（1.00）。从中可以看出，银基动物王国最具有竞争力的是抖音播放量和百度搜索指数。相较而言，营业总收入和占地面积是其竞争力的弱项。



银基动物王国17个指标水平排列图

苏州乐园森林水世界是以森林为主题打造的水上乐园，分为热带风情休闲区、虫虫雨林欢乐区、神秘森林探险区、律动海滨狂欢区四大主题区域，设有暴风谷、极速丛林、光速飞瀑、绿野迷踪、冲天大回旋、丛林龙卷风、飓风海浪池等十几项明星项目。

从数据分析看，苏州乐园森林世界17个指标水平值在0-4之间，平均水平为1.83。高于平均水平的有8个指标，占总指标的47.1%。具体有所在城市常住人口数量、所在城市人均国内生产总值、直达地铁/公交数量、国家景区质量等级、百度资讯指数、百度搜索指数、抖音播放量和年游客接待人次增长率，其中最高的是抖音播放量，为3.97，其次是百度资讯指数，为3.13。低于平均水平的9个指标中占地面积最低，只有0.48，其次是营业总收入（0.54）。从中可以看出，苏州乐园森林世界最具有竞争力的是抖音播放量和百度资讯指数。相较而言，占地面积和营业总收入是其竞争力的弱项。

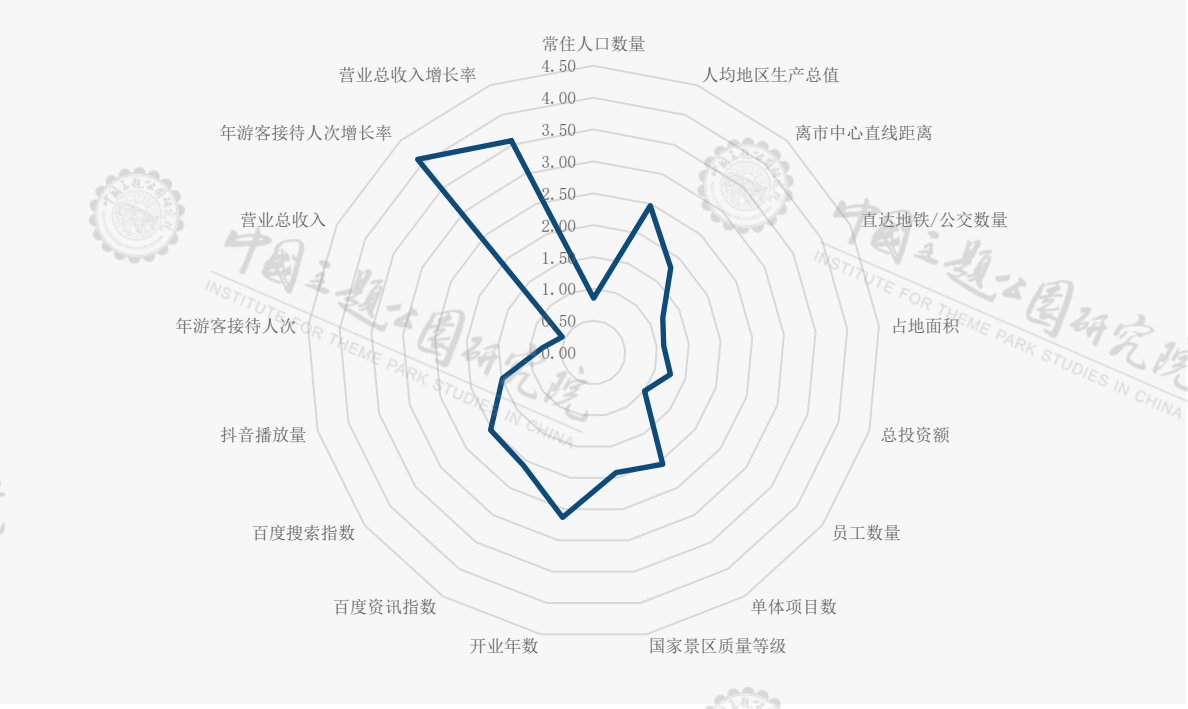


苏州乐园森林世界17个指标水平排列图

20 环球动漫嬉戏谷

环球动漫嬉戏谷乐园，位于常州市武进太湖湾旅游度假区内，拥有中国大陆唯一、世界第二座天幕影院“天幕幻想”和亚洲第一的360度环形过山车“云之秘境”、亚洲最高最长最快的飞行式过山车“撕裂星空”在内的近30余个体验游乐项目。

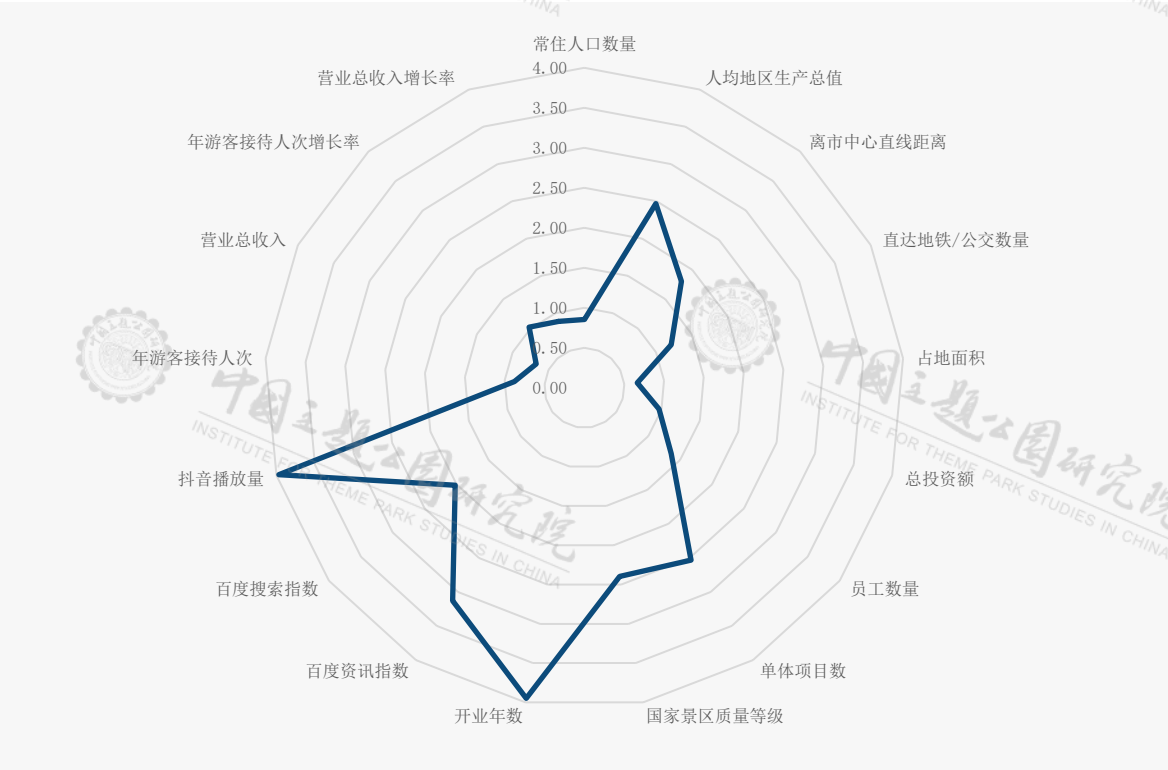
从数据分析看，环球动漫嬉戏谷17个指标水平值在0-4.5之间，平均水平为1.82。高于平均水平的有8个指标，占总指标的47.1%。具体有所在城市人均国内生产总值、单体项目数、国家景区质量等级、开业年数、百度资讯指数、百度搜索指数、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是年游客接待人次增长率，为4.10，其次是营业总收入增长率，为3.56。低于平均水平的9个指标中营业总收入最低，只有0.55，其次是年游客接待人次（0.81）。从中可以看出，环球动漫嬉戏谷最具有竞争力的是年游客接待人次增长率和营业总收入增长率。相较而言，营业总收入和年游客接待人次是其竞争力的弱项。



环球动漫嬉戏谷17个指标水平排列图

中华恐龙园，位于江苏省常州市新北区，占地面积600余亩，创立于2000年。是环球恐龙城的核心景点，是一座集科普、游乐、演艺、住宿、购物于一体的一站式旅游度假区，有“东方侏罗纪”之称。

从数据分析看，中华恐龙园17个指标水平值在0-4之间，平均水平为1.81。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有所在城市人均国内生产总值、单体项目数、国家景区质量等级、开业年数、百度资讯指数、百度搜索指数和抖音播放量，其中最高的是抖音播放量，为3.97，其次是开业年数，为3.95。低于平均水平的10个指标中占地面积和营业总收入最低，只有0.67，其次是占地面积（0.67）。从中可以看出，中华恐龙园最具有竞争力的是抖音播放量和开业年数。相较而言，占地面积和营业总收入、占地面积是其竞争力的弱项。

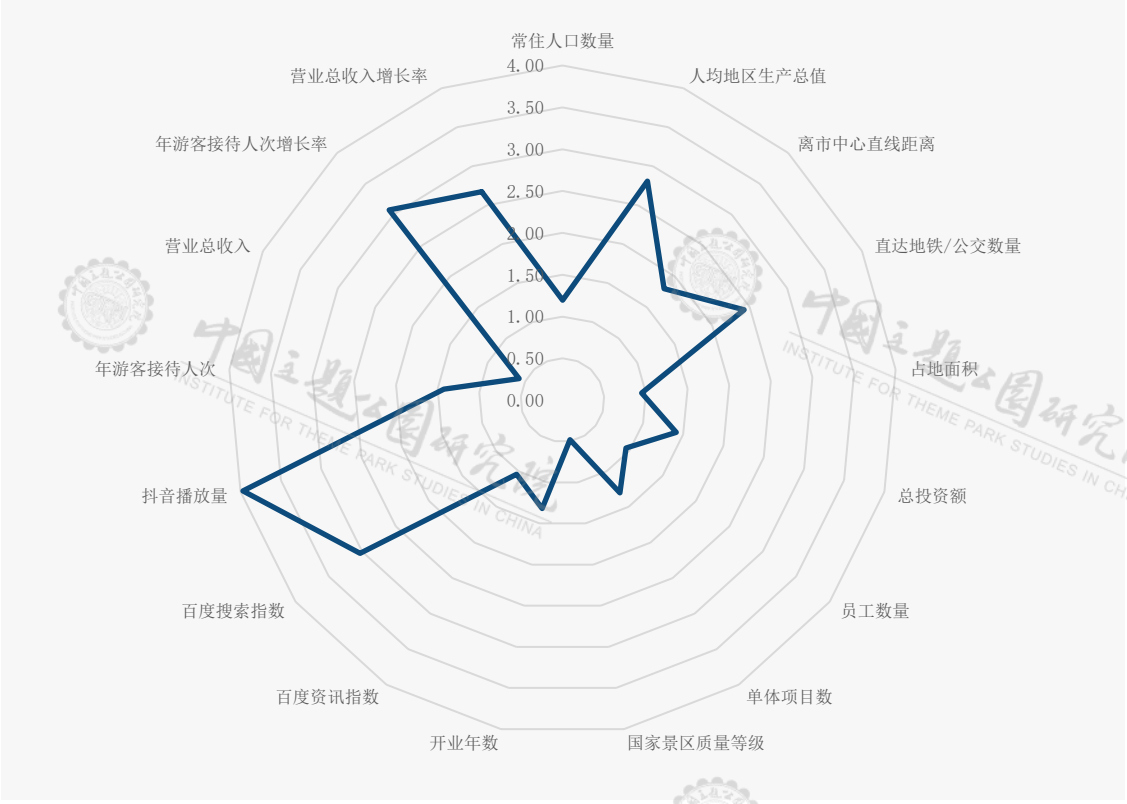


中华恐龙园17个指标水平排列图

22 无锡融创乐园

无锡融创乐园占地57万平方米，以传统江南文化为主题，设计了运河人家，泡泡泉小镇，霞客神旅，蒸汽时代，田园欢歌，冒险港湾六大主题园区。

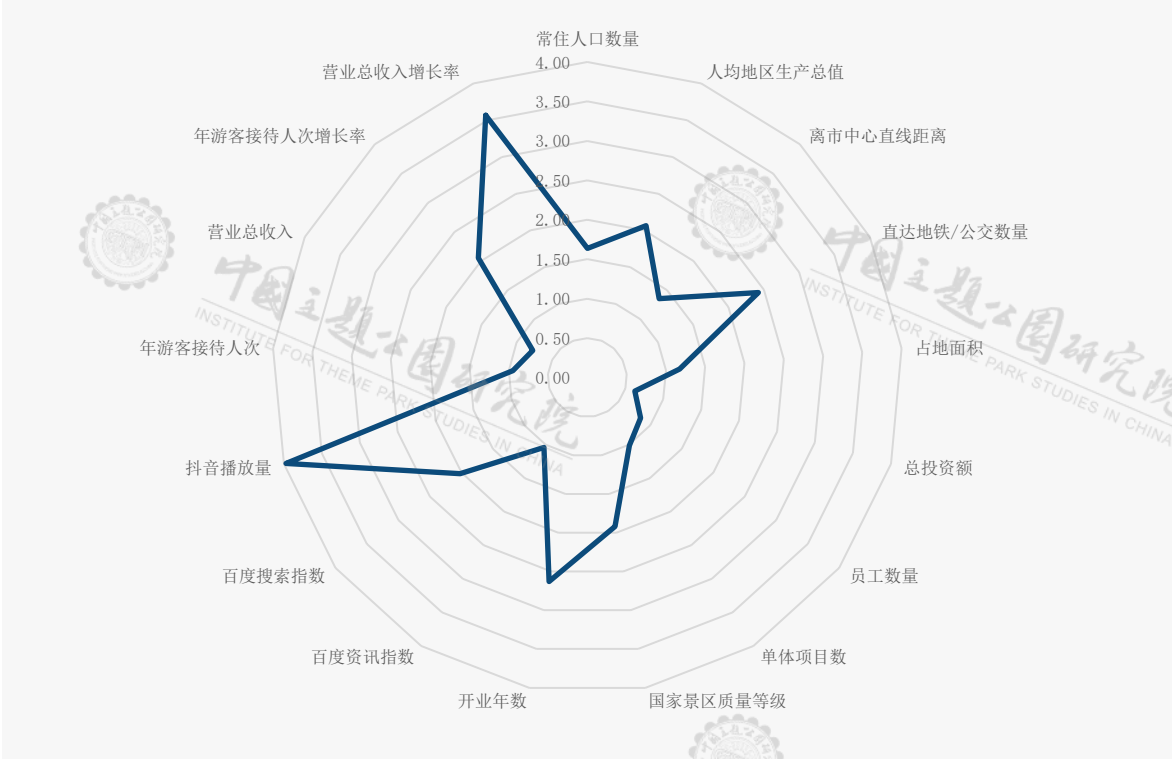
从数据分析看，无锡融创乐园17个指标水平值在0-4之间，平均水平为1.79。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、直达地铁/公交数量、百度搜索指数、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是抖音播放量，为3.97，其次是年游客接待人次增长率，为3.08。低于平均水平的10个指标中国家景区质量等级最低，只有0.48，其次是营业总收入（0.58）。从中可以看出，无锡融创乐园最具有竞争力的是抖音播放量和年游客接待人次增长率。相较而言，国家景区质量等级和营业总收入是其竞争力的弱项。



无锡融创乐园17个指标水平排列图

青岛方特梦幻王国位于美丽的山东省青岛市红岛海滨高新区，由飞越极限、生命之光、聊斋、水漫金山、宇宙博览会、秦俑地宫、梦幻之旅、逃出恐龙岛、唐古拉雪山、火流星等十余主题项目区组成，包含主题项目、游乐项目、休闲及景观项目200余项。内容涵盖现代科技、未来科技、科学幻想、神话传说等。

从数据分析看，青岛方特梦幻王国17个指标水平值在0-4之间，平均水平为1.77。高于平均水平的有8个指标，占总指标的47.1%。具体有所在城市人均国内生产总值、直达地铁/公交数量、国家景区质量等级、开业年数、百度搜索指数、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是抖音播放量，为3.97，其次是营业总收入增长率，为3.56。低于平均水平的9个指标中总投资额最低，只有0.63，其次是营业总收入（0.77）。从中可以看出，青岛方特梦幻王国最具有竞争力的是抖音播放量和营业总收入增长率。相较而言，总投资额和营业总收入是其竞争力的弱项。

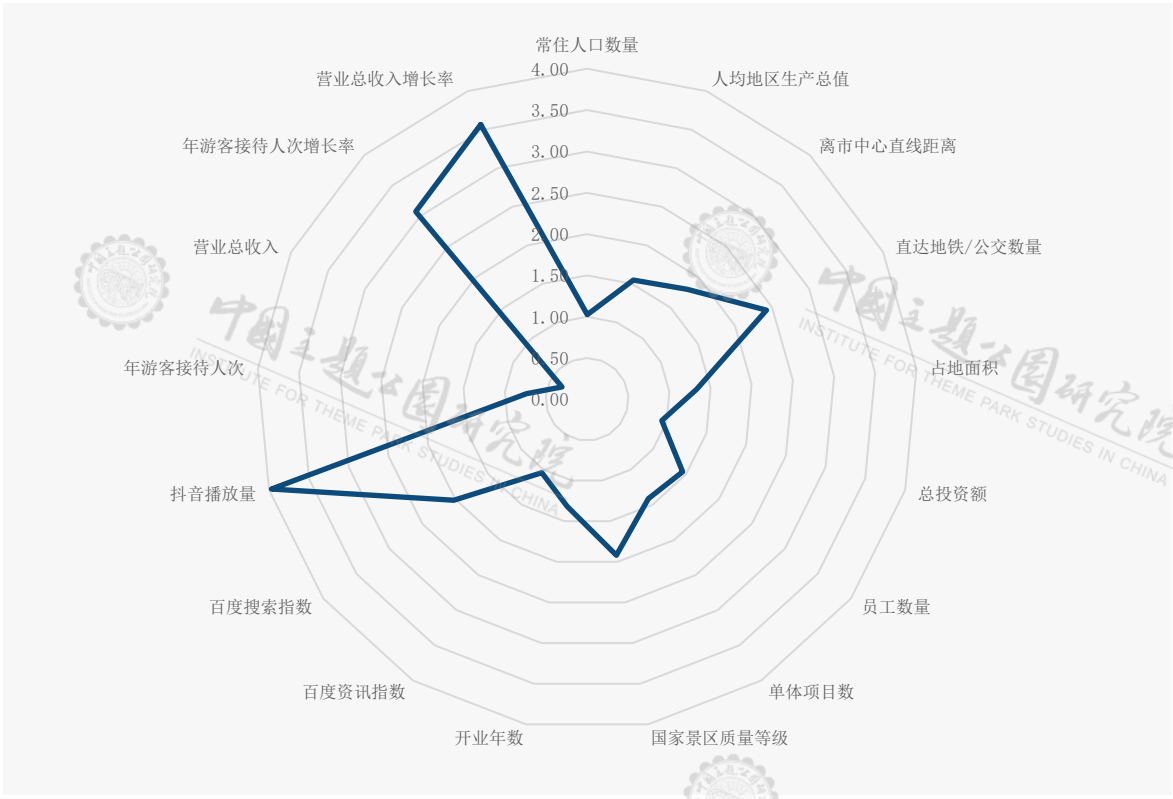


青岛方特梦幻王国17个指标水平排列图

24 南昌融创乐园

南昌融创乐园于2016年5月28日开园，是江西省最大的世界级乐园，致力于打造成世界级主题乐园，项目投资30亿元，占地面积80余公顷，园区含六大主题区域，60余项游乐设施，3大主题剧场，1大水秀看台，以及主题餐饮及商店。

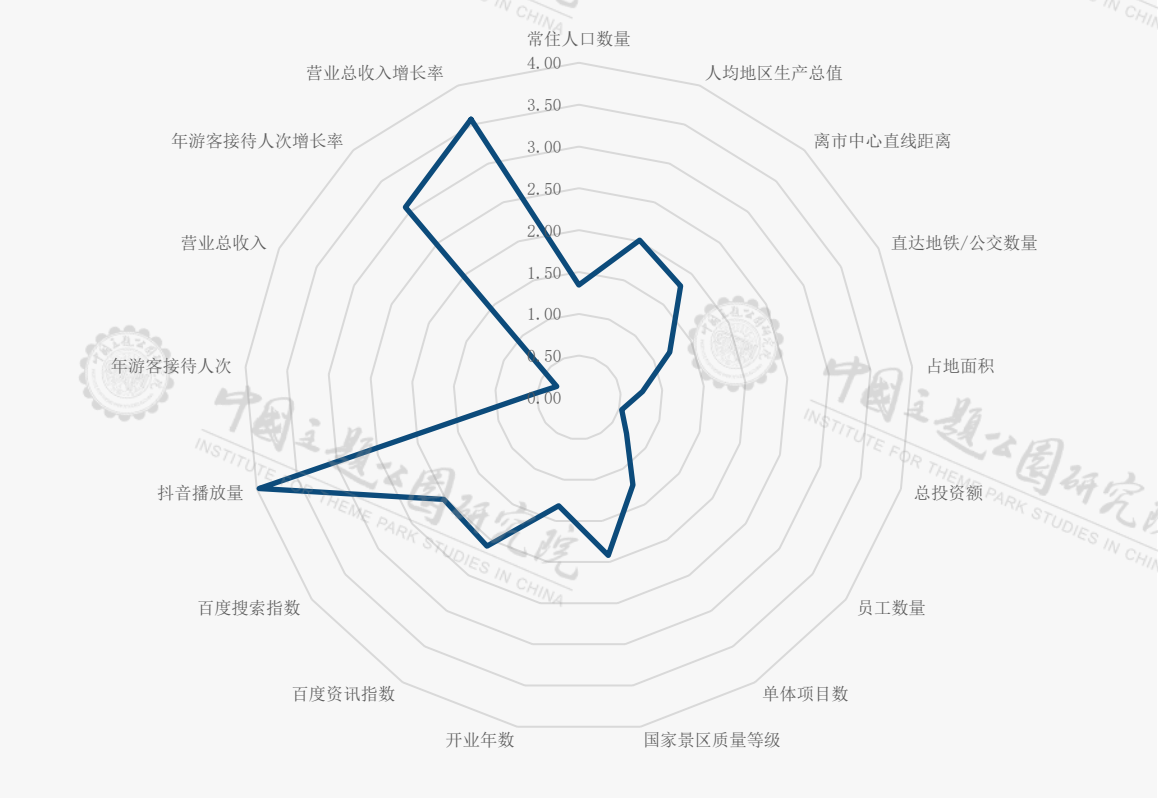
从数据分析看，南昌融创乐园17个指标水平值在0-4之间，平均水平为1.76。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有离市中心直线距离、直达地铁/公交数量、国家景区质量等级、百度搜索指数、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是抖音播放量，为3.97，其次是营业总收入增长率，为3.56。低于平均水平的10个指标中营业总收入最低，只有0.34，其次是年游客接待人次（0.74）。从中可以看出，南昌融创乐园最具有竞争力的是抖音播放量和营业总收入增长率。相较而言，营业总收入和年游客接待人次是其竞争力的弱项。



南昌融创乐园17个指标水平排列图

贵安欢乐世界坐落于福州市风景优美的国家AAAA级景区——贵安新天地休闲旅游度假区。占地面积700多亩，游乐设施近80项。

从数据分析看，贵安欢乐世界17个指标水平值在0-4之间，平均水平为1.67。高于平均水平的有8个指标，占总指标的47.1%。具体有所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、国家景区质量等级、百度资讯指数、百度搜索指数、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是抖音播放量，为3.97，其次是营业总收入增长率，为3.56。低于平均水平的9个指标中营业总收入最低，只有0.30，其次是总投资额（0.53）。从中可以看出，贵安欢乐世界最具有竞争力的是抖音播放量和营业总收入增长率。相较而言，营业总收入和总投资额是其竞争力的弱项。

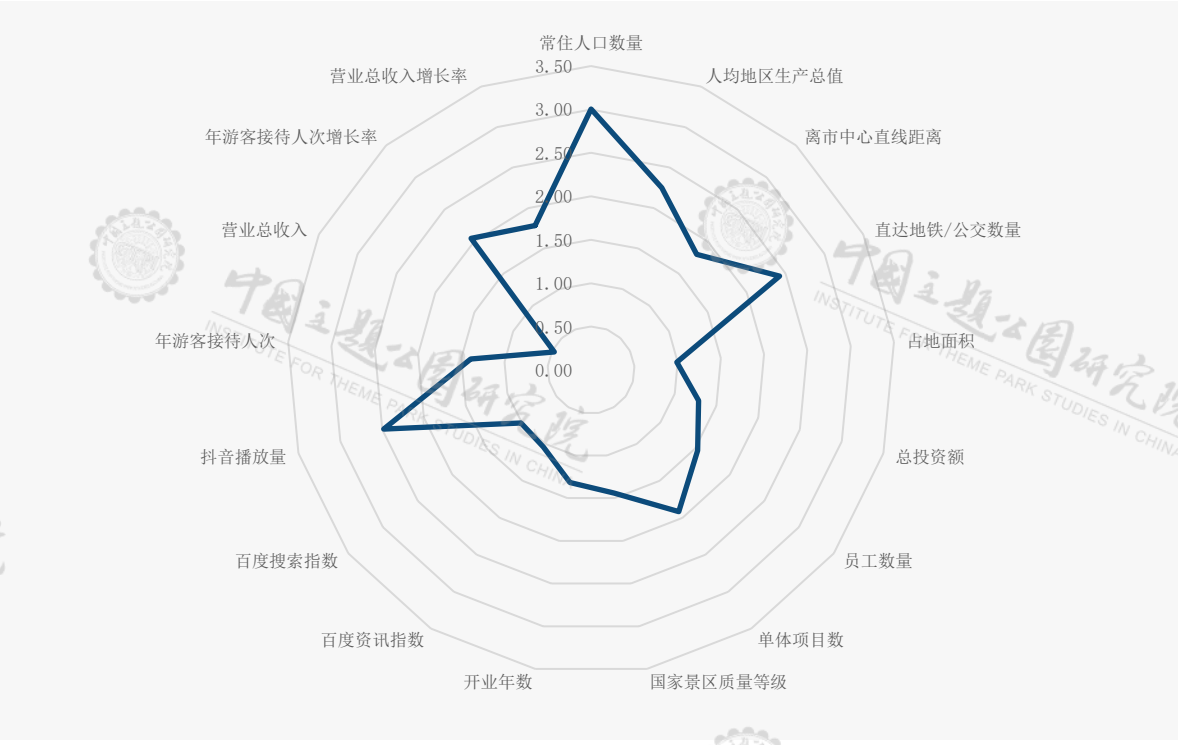


贵安欢乐世界17个指标水平排列图

26 广州融创乐园

广州融创乐园项目位于广东省广州市花都区凤凰北路78号，项目占地总面积约220万平方米，净用地面积约159万平方米，乐园拥有8大业态，分别是广州融创雪世界、广州融创水世界、广州融创乐园、广州融创体育世界、广州融创茂、滨湖酒吧街、度假酒店群以及广州融创大剧院。

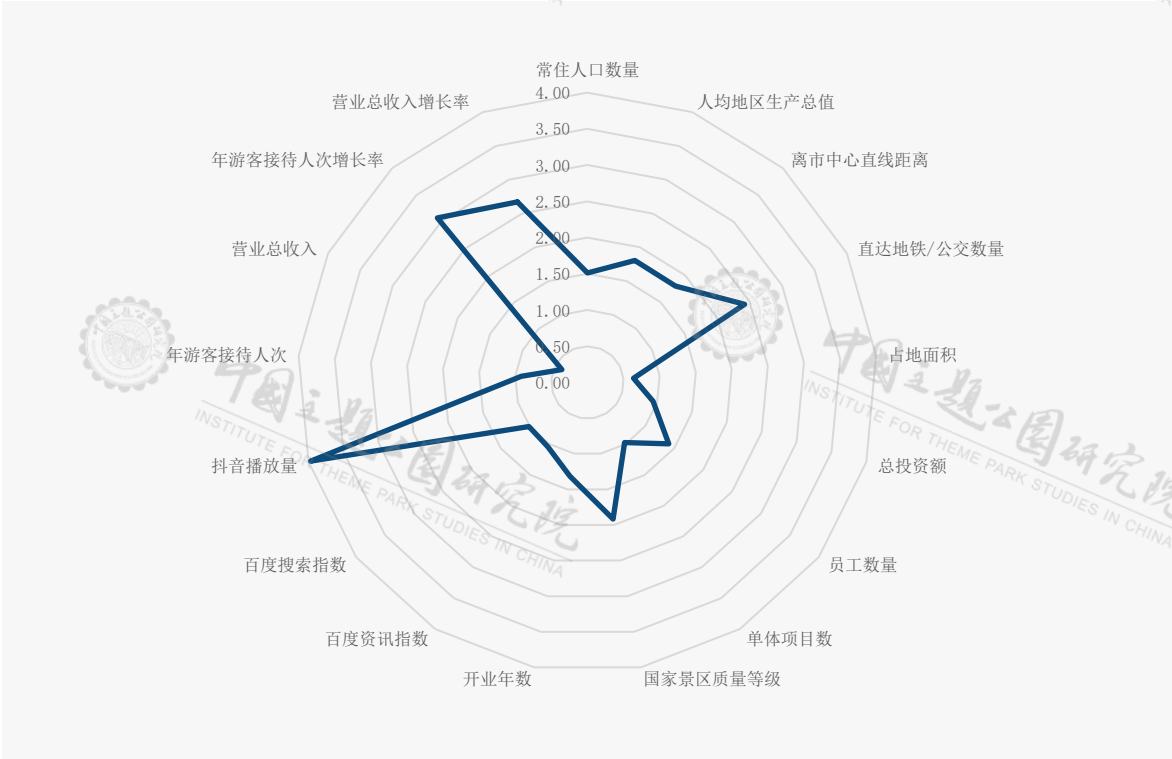
从数据分析看，广州融创乐园17个指标水平值在0-3.5之间，平均水平为1.66。高于平均水平的有8个指标，占总指标的47.1%。具体有所在城市常住人口数量、所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、直达地铁/公交数量、单体项目数、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是所在城市常住人口数量，为3.00，其次是抖音播放量，为2.48。低于平均水平的9个指标中营业总收入最低，只有0.47，其次是占地面积（0.99）。从中可以看出，广州融创乐园最具有竞争力的是所在城市常住人口数量和抖音播放量。相较而言，营业总收入和占地面积是其竞争力的弱项。



广州融创乐园17个指标水平排列图

合肥融创乐园占地面积超40万平方米，将传统徽派文化精髓与高科技游乐完美结合，是一座大型徽文化主题乐园。

从数据分析看，合肥融创乐园17个指标水平值在0-4之间，平均水平为1.64。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、直达地铁/公交数量、国家景区质量等级、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是抖音播放量，为3.97，其次是年游客接待人次增长率，为3.08。低于平均水平的10个指标中营业总收入最低，只有0.40，其次是占地面积（0.64）。从中可以看出，合肥融创乐园最具有竞争力的是抖音播放量和年游客接待人次增长率。相较而言，营业总收入和占地面积是其竞争力的弱项。

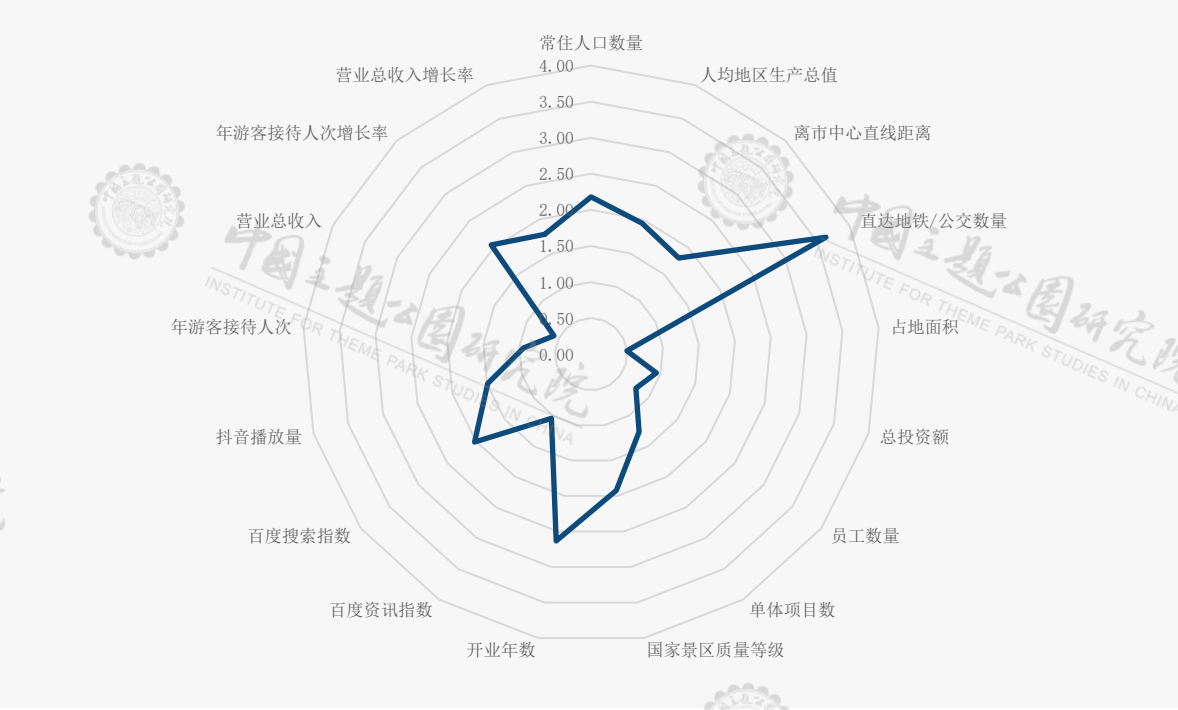


合肥融创乐园17个指标水平排列图

28 武汉海昌极地海洋公园

武汉海昌极地海洋公园系国家AAAA级旅游景区，城市旅游地标性代表，是华中区域大型综合性海洋类主题公园。公园先后被评为湖北省科普教育基地、湖北省中小学研学实践教育基地。为游客提供南北极动物展示、互动、科普，涵盖旅游、休闲、亲子度假等多种娱乐方式。

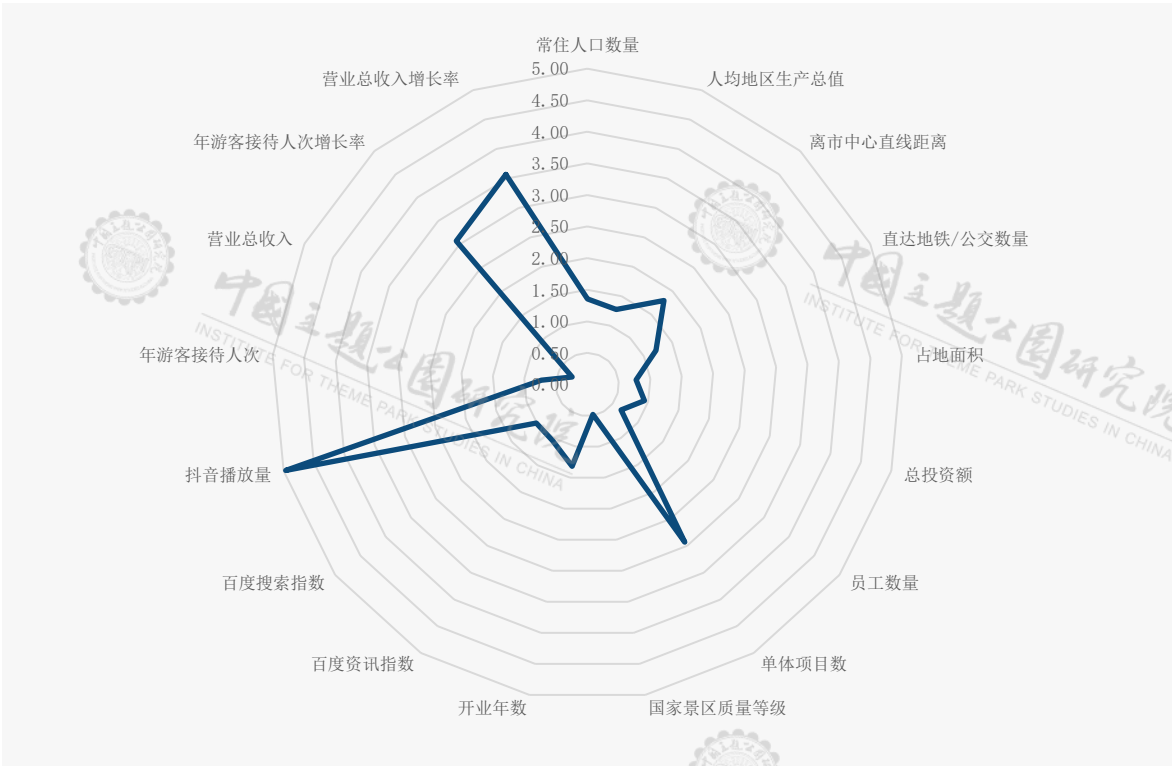
从数据分析看，武汉海昌极地海洋公园17个指标水平值在0-4之间，平均水平为1.62。高于平均水平的有9个指标，占总指标的52.9%。具体有所在城市常住人口数量、所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、直达地铁/公交数量、国家景区质量等级、开业年数、百度搜索指数、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是直达地铁/公交数量，为3.63，其次是开业年数，为2.63。低于平均水平的8个指标中占地面积最低，只有0.50，其次是营业总收入（0.57）。从中可以看出，武汉海昌极地海洋公园最具有竞争力的是直达地铁/公交数量和开业年数。相较而言，占地面积和营业总收入是其竞争力的弱项。



武汉海昌极地海洋公园17个指标水平排列图

七彩云南·欢乐世界是七彩云南古滇名城旅游康养度假区的核心景点之一。园区紧扣“古滇文化”、“民族文化”、“地域文化”三大文化脉络，通过寻根、追魂、塑形“三步走”，以音乐、建筑、演艺、花车等为载体，打造全球首座滇文化主题乐园，是具有浓郁民族文化特色的主题乐园。

从数据分析看，七彩云南·欢乐世界17个指标水平值在0-5之间，平均水平为1.61。高于平均水平的有5个指标，占总指标的29.4%。具体有离市中心直线距离、单体项目数、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是抖音播放量，为4.96，其次是营业总收入增长率，为3.56。低于平均水平的12个指标中营业总收入最低，只有0.27，其次是国家景区质量等级（0.48）。从中可以看出，七彩云南·欢乐世界最具有竞争力的是抖音播放量和营业总收入增长率。相较而言，营业总收入和国家景区质量等级是其竞争力的弱项。

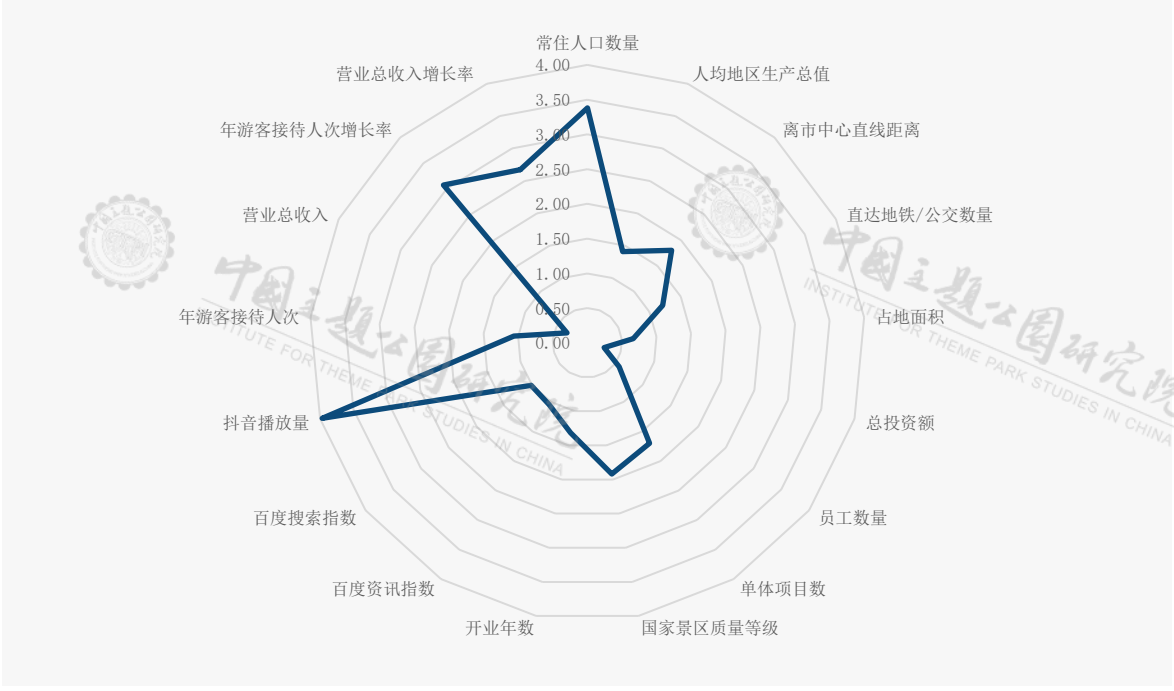


七彩云南·欢乐世界17个指标水平排列图

30 成都国色天乡一期童话世界

国色天乡一期主题公园位于成都市温江区万春镇，总占地面积近600亩，由中国龙城、　玫瑰小镇、啤酒王国、糖果天地、樱花之都、斗牛城、文艺复兴之路、美国集市、魔幻岛九大主题游乐区域构成。

从数据分析看，成都国色天乡一期童话世界17个指标水平值在0-4之间，平均水平为1.61。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有所在城市常住人口数量、离市中心直线距离、单体项目数、国家景区质量等级、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是抖音播放量，为3.97，其次是所在城市常住人口数量，为3.38。低于平均水平的10个指标中总投资额最低，只有0.25，其次是营业总收入（0.33）。从中可以看出，成都国色天乡一期童话世界最具有竞争力的是抖音播放量和所在城市常住人口数量。相较而言，总投资额和营业总收入是其竞争力的弱项。



成都国色天乡一期童话世界17个指标水平排列图

淹城春秋乐园以淹城遗址为根基，取材于春秋时期的政治、经济、文化等方面，通过情景体验，将静态观赏、互动演艺和体验式游乐相结合，是中国首家春秋文化主题景区。

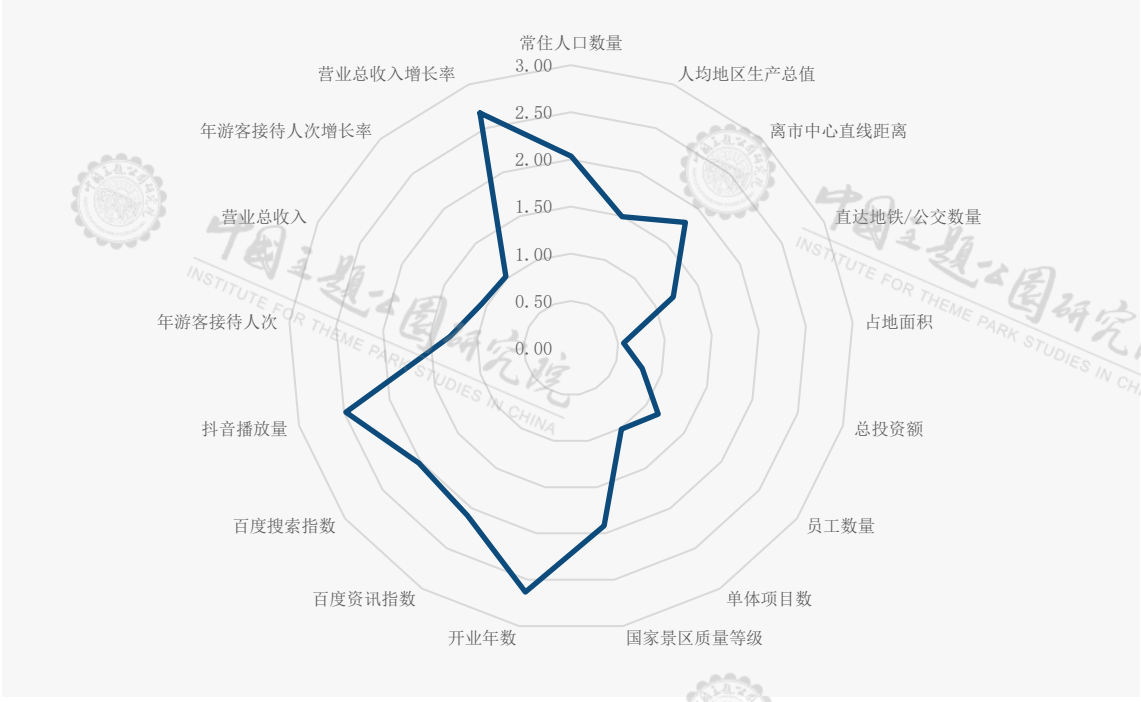
从数据分析看，淹城春秋乐园17个指标水平值在0-3.5之间，平均水平为1.61。高于平均水平的有9个指标，占总指标的52.9%。具体有所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、直达地铁/公交数量、国家景区质量等级、开业年数、百度搜索指数、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是抖音播放量，为3.23，其次是开业年数，为2.63。低于平均水平的8个指标中营业总收入最低，只有0.24，其次是总投资额（0.38）。从中可以看出，淹城春秋乐园最具有竞争力的是抖音播放量和开业年数。相较而言，营业总收入和总投资额是其竞争力的弱项。

淹城春秋乐园17个指标水平排列图

32 郑州方特欢乐世界

郑州方特欢乐世界是由华强文化科技集团投资建设，位于郑州新区中牟产业园区内。园的内容涵盖现代科技、科学幻想、神话传说、历史文化、主题表演等多个方面，形式新颖、内容丰富，适合不同年龄层游客的需要。项目惊险刺激、富有文化内涵，参与性、体验性强。

从数据分析看，郑州方特欢乐世界17个指标水平值在0-3之间，平均水平为1.60。高于平均水平的有8个指标，占总指标的47.1%。具体有所在城市常住人口数量、离市中心直线距离、国家景区质量等级、开业年数、百度资讯指数、百度搜索指数、抖音播放量和营业总收入增长率，其中最高的是营业总收入增长率，为2.67，其次是开业年数，为2.63。低于平均水平的9个指标中占地面积最低，只有0.56，其次是总投资额（0.78）。从中可以看出，郑州方特欢乐世界最具有竞争力的是营业总收入增长率和开业年数。相较而言，占地面积和总投资额是其竞争力的弱项。

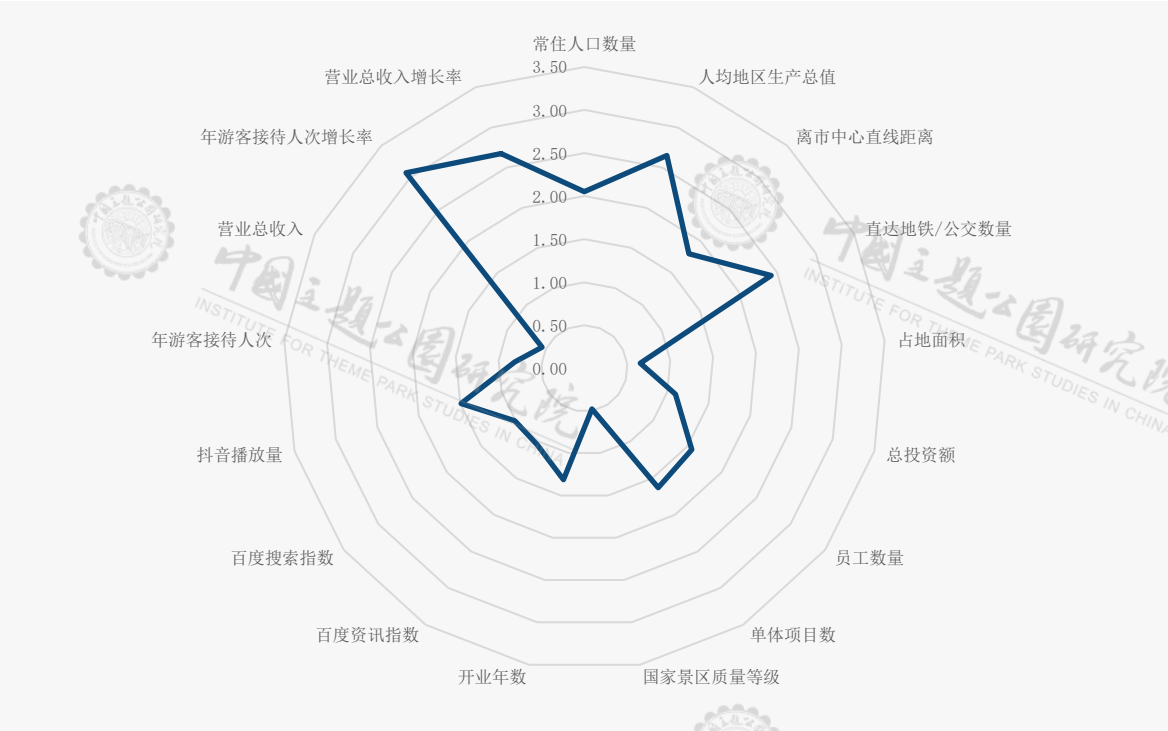


郑州方特欢乐世界17个指标水平排列图

33 苏州华谊兄弟电影世界

华谊兄弟电影世界位于江苏省苏州阳澄湖半岛旅游度假区，总投资达35亿元。于2018年7月23日正式开园，主要分布有通天帝国、太极、星光大道等片区。

从数据分析看，苏州华谊兄弟电影世界17个指标水平值在0-3.5之间，平均水平为1.55。高于平均水平的有8个指标，占总指标的47.1%。具体有所在城市常住人口数量、所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、直达地铁/公交数量、员工数量、单体项目数、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是年游客接待人次增长率，为3.08，其次是营业总收入增长率，为2.67。低于平均水平的9个指标中国家景区质量等级最低，只有0.48，其次是营业总收入（0.55）。从中可以看出，苏州华谊兄弟电影世界最具有竞争力的是年游客接待人次增长率和营业总收入增长率。相较而言，国家景区质量等级和营业总收入是其竞争力的弱项。

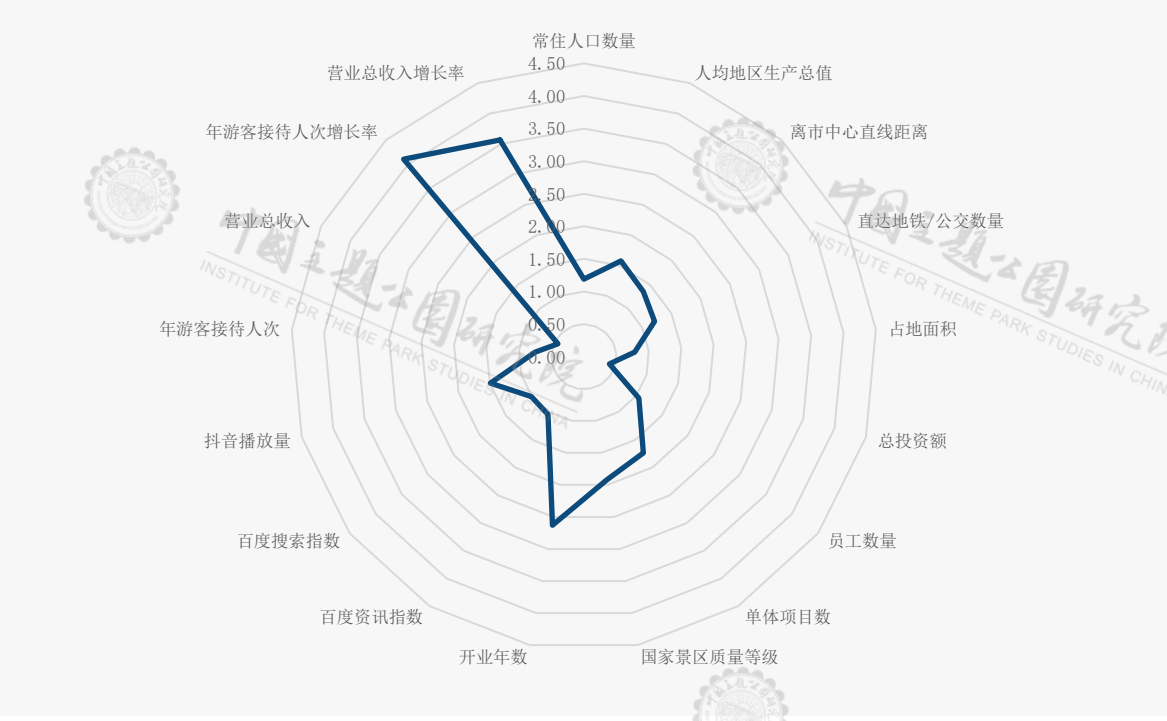


苏州华谊兄弟电影世界17个指标水平排列图

34 大连海昌发现王国

大连海昌发现王国主题公园位于大连市金州区金石滩国家旅游度假区，公园占地47万平方米，在三大顶级过山车之外，发现王国还拥有太空梭、沙漠风暴、亚马逊探险、水上大冲撞等40余项世界顶级游乐设施，以及7000平方米的室内亲子互动游乐区“酷乐迷你世界”，百名外籍演员组成的演艺团队每日热力呈现40余场精彩绝伦的盛大环球风情演艺。

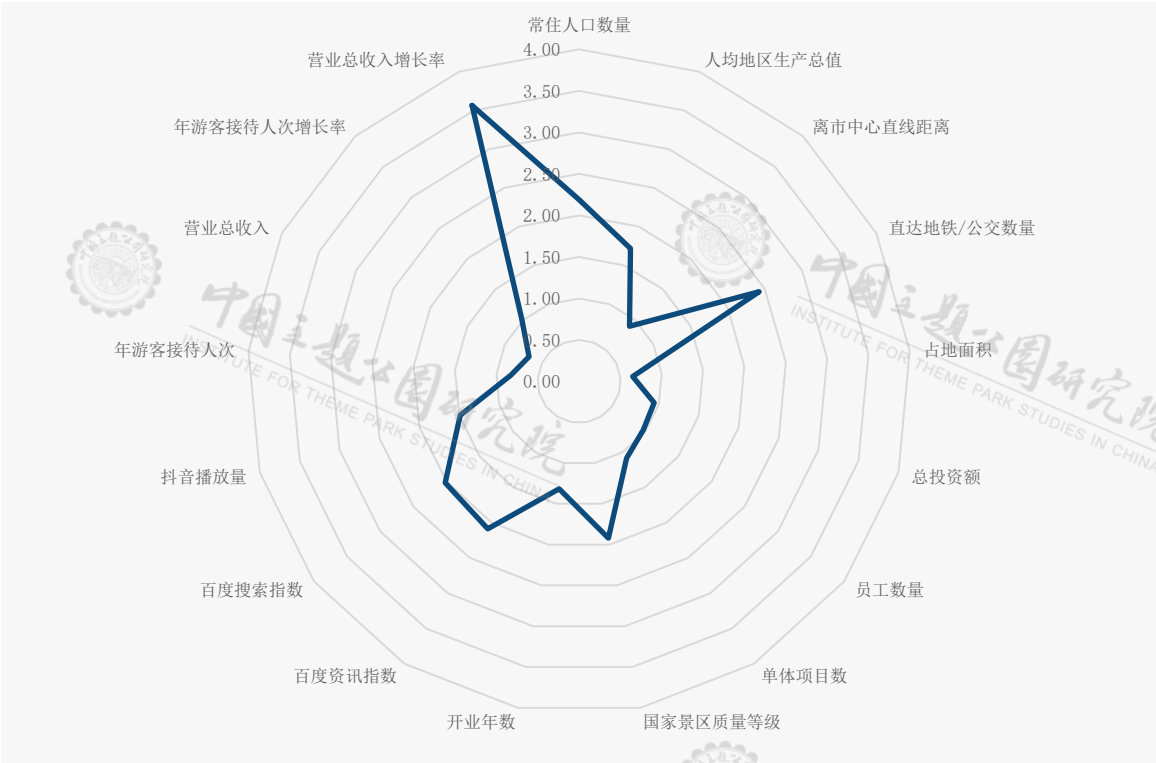
从数据分析看，大连海昌发现王国17个指标水平值在0-4.5之间，平均水平为1.54。高于平均水平的有6个指标，占总指标的35.3%。具体有所在城市人均国内生产总值、单体项目数、国家景区质量等级、开业年数、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是年游客接待人次增长率，为4.10，其次是营业总收入增长率，为3.56。低于平均水平的11个指标中总投资额最低，只有0.41，其次是营业总收入（0.44）。从中可以看出，大连海昌发现王国最具有竞争力的是年游客接待人次增长率和营业总收入增长率。相较而言，总投资额和营业总收入是其竞争力的弱项。



大连海昌发现王国17个指标水平排列图

天津方特欢乐世界坐落于天津市滨海新区中新生态城内，由深圳华强集团有限公司投资兴建，是京津冀地区第四代高科技主题公园。项目内容包含科技动漫、未来幻想、科普教育、神话传说、主题表演等多个方面，涉及主题项目、游乐项目、休闲及景观项目200多项。

从数据分析看，天津方特欢乐世界17个指标水平值在0-4之间，平均水平为1.52。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有所在城市常住人口数量、所在城市人均国内生产总值、直达地铁/公交数量、国家景区质量等级、百度资讯指数、百度搜索指数和营业总收入增长率，其中最高的是营业总收入增长率，为3.56，其次是直达地铁/公交数量，为2.42。低于平均水平的10个指标中占地面积最低，只有0.65，其次是营业总收入（0.67）。从中可以看出，天津方特欢乐世界最具有竞争力的是营业总收入增长率和直达地铁/公交数量。相较而言，占地面积和营业总收入是其竞争力的弱项。

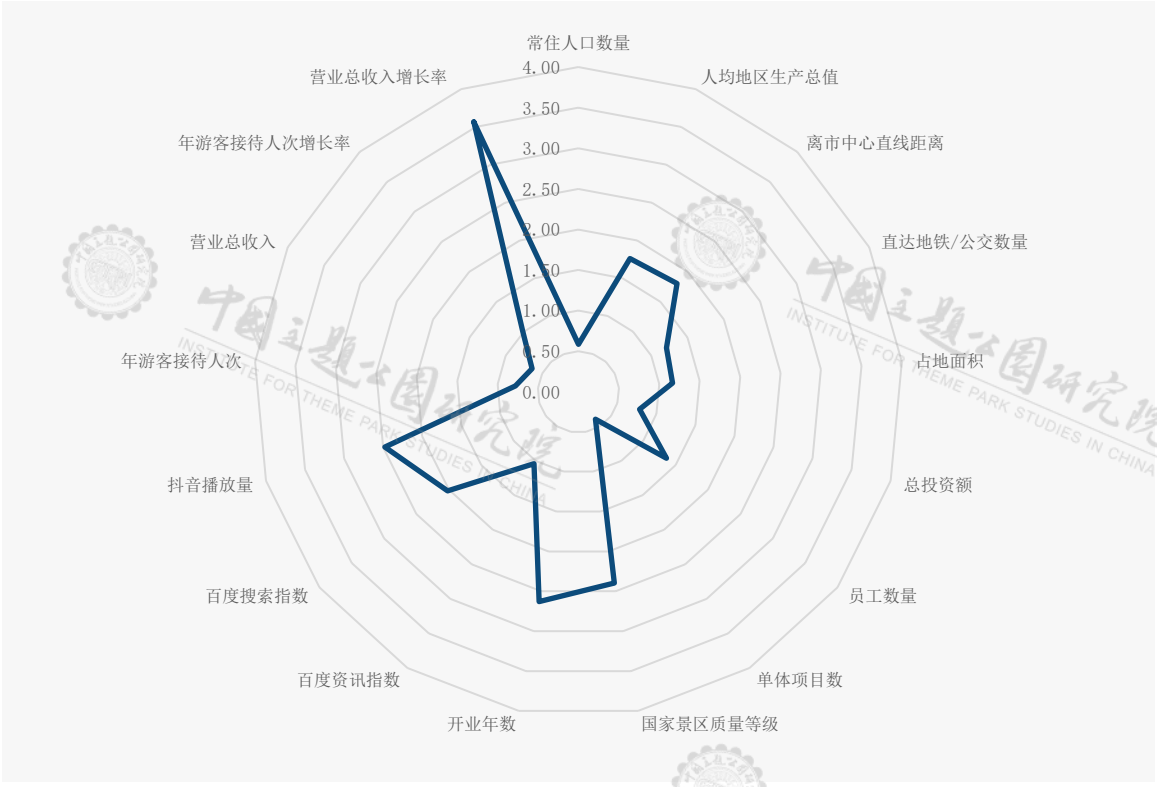


天津方特欢乐世界17个指标水平排列图

36 芜湖方特梦幻王国

芜湖方特梦幻王国坐落于安徽省芜湖市城东新区，是继方特欢乐世界之后深圳华强文化科技集团在芜湖建的又一个现代综合性主题乐园。

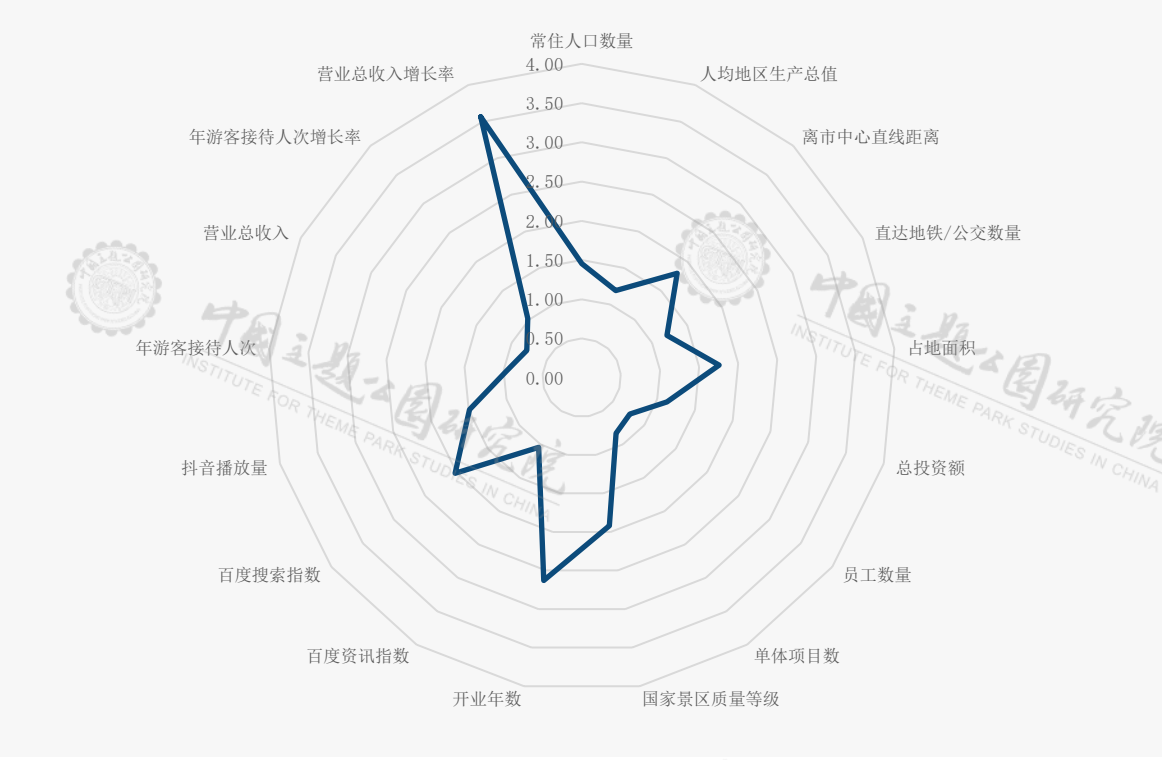
从数据分析看，芜湖方特梦幻王国17个指标水平值在0-4之间，平均水平为1.51。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、国家景区质量等级、开业年数、百度搜索指数、抖音播放量和营业总收入增长率，其中最高的是营业总收入增长率，为3.56，其次是开业年数，为2.63。低于平均水平的10个指标中单体项目数最低，只有0.40，其次是所在城市常住人口数量（0.59）。从中可以看出，芜湖方特梦幻王国最具有竞争力的是营业总收入增长率和开业年数。相较而言，单体项目数和所在城市常住人口数量是其竞争力的弱项。



芜湖方特梦幻王国17个指标水平排列图

沈阳方特欢乐世界位于辽宁省沈阳市沈北新区盛京大街，由飞越极限、太空飞梭、疯狂成语、恐龙危机、生命之光、海螺湾、聊斋、火流星、神秘河谷、维苏威火山、熊出没剧场等二十多个大型主题项目区组成。

从数据分析看，沈阳方特欢乐世界17个指标水平值在0-4之间，平均水平为1.51。高于平均水平的有6个指标，占总指标的35.3%。具体有离市中心直线距离、占地面积、国家景区质量等级、开业年数、百度搜索指数和营业总收入增长率，其中最高的是营业总收入增长率，为3.56，其次是开业年数，为2.63。低于平均水平的11个指标中员工数量最低，只有0.77，其次是营业总收入（0.78）。从中可以看出，沈阳方特欢乐世界最具有竞争力的是营业总收入增长率和开业年数。相较而言，员工数量和营业总收入是其竞争力的弱项。

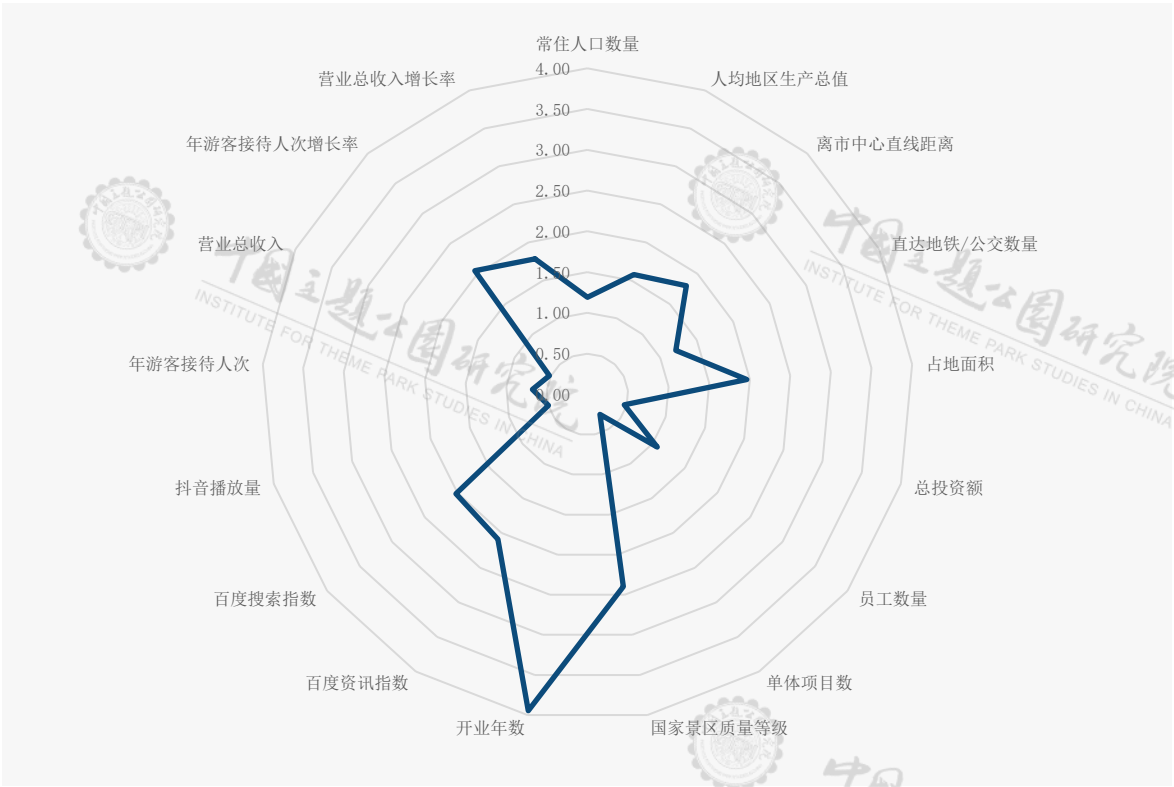


沈阳方特欢乐世界17个指标水平排列图

38 大连老虎滩海洋公园

大连老虎滩海洋公园坐落于国家级风景名胜区——大连南部海滨的中部。所占地面积达到118万平方米，有着4000余米的曲折海岸线。大连老虎滩海洋公园是展示海洋文化，突出滨城特色，集观光、娱乐、科普、购物、文化于一体的现代化海洋主题公园。

从数据分析看，大连老虎滩海洋公园17个指标水平值在0-4之间，平均水平为1.50。高于平均水平的有9个指标，占总指标的52.9%。具体有所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、占地面积、国家景区质量等级、开业年数、百度资讯指数、百度搜索指数、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是开业年数，为3.95，其次是国家景区质量等级，为2.40。低于平均水平的8个指标中单体项目数最低，只有0.29，其次是总投资额（0.47）。从中可以看出，大连老虎滩海洋公园最具有竞争力的是开业年数和国家景区质量等级。相较而言，单体项目数和总投资额是其竞争力的弱项。

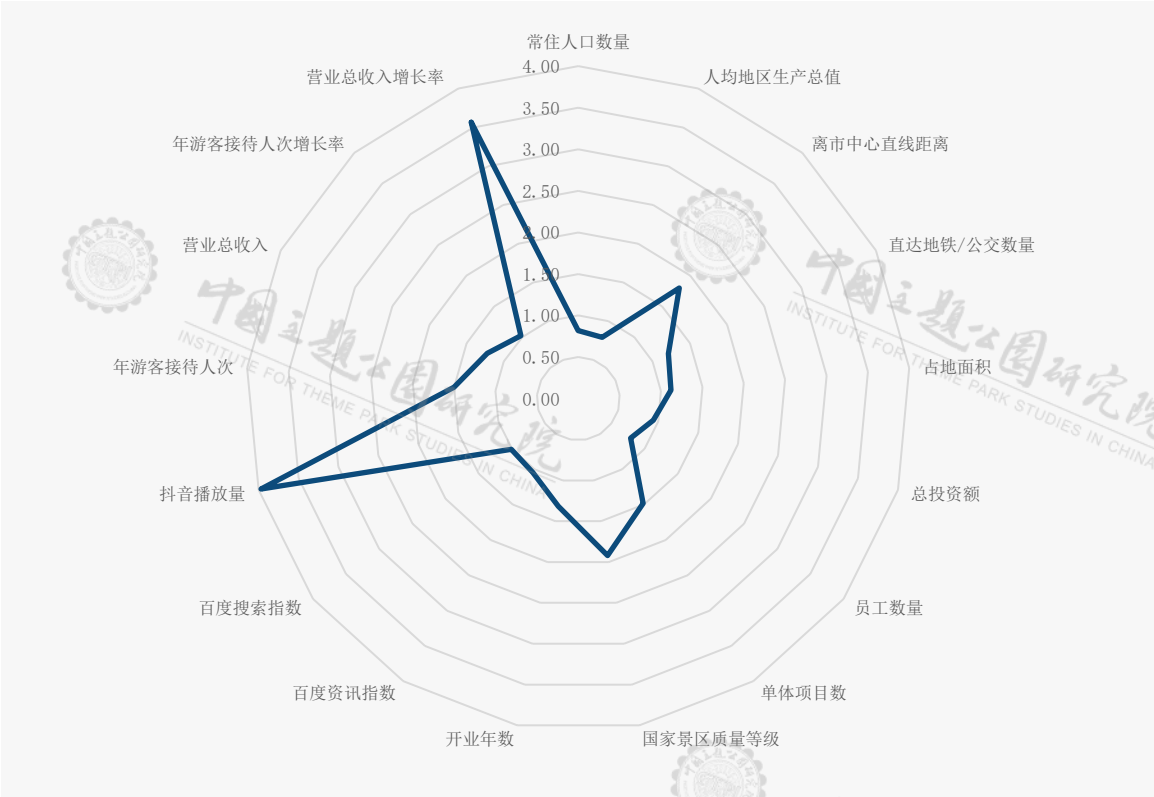


大连老虎滩海洋公园17个指标水平排列图

39 荆州方特东方神画主题乐园

荆州方特东方神画主题乐园，于2019年9月12日盛大开园。乐园以中华历史文化传承为主题，融合了荆楚文化特色，将激光多媒体、立体特效、微缩实景、真人秀等表现手法与中华传统文化故事精妙融合，通过参与、体验、互动的方式，展现华夏五千年文明以及荆楚文化的魅力。

从数据分析看，荆州方特东方神画17个指标水平值在0-4之间，平均水平为1.50。高于平均水平的有4个指标，占总指标的23.5%。具体有离市中心直线距离、国家景区质量等级、抖音播放量和营业总收入增长率，其中最高的是抖音播放量，为3.97，其次是营业总收入增长率，为3.56。低于平均水平的12个指标中所在城市人均国内生产总值和员工数量最低，只有0.79，其次是所在城市人均国内生产总值（0.79）。从中可以看出，荆州方特东方神画最具有竞争力的是抖音播放量和营业总收入增长率。相较而言，所在城市人均国内生产总值和员工数量、所在城市人均国内生产总值是其竞争力的弱项。

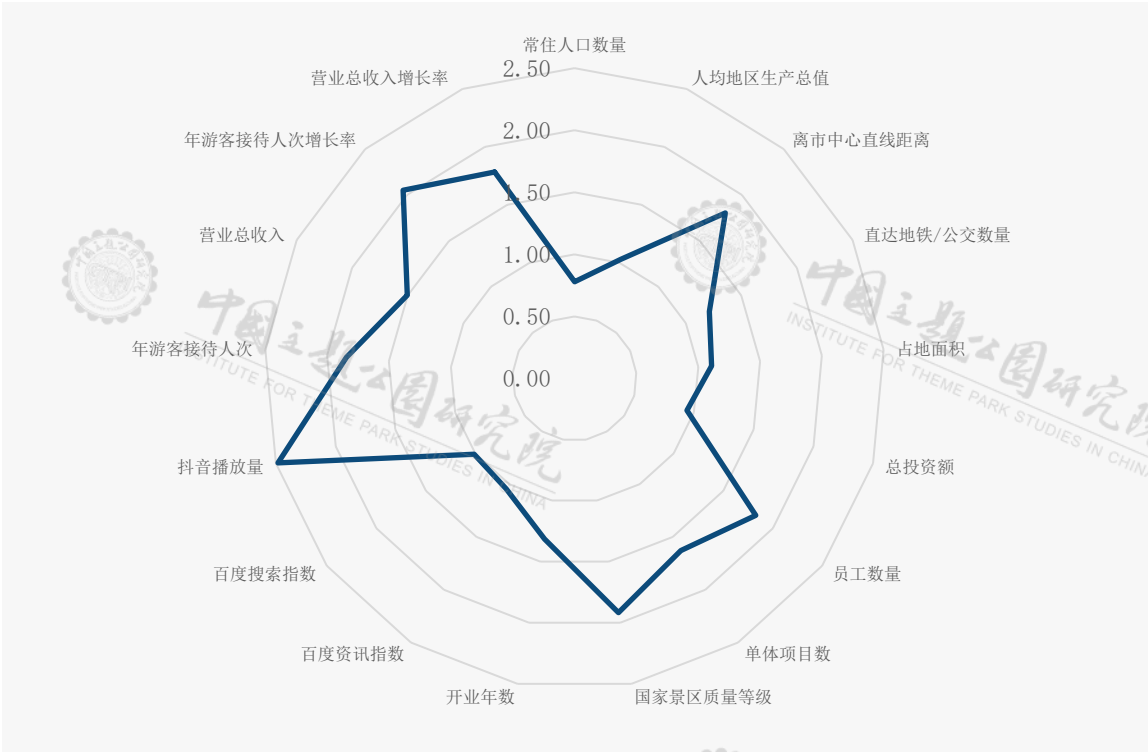


荆州方特东方神画17个指标水平排列图

40 绵阳方特东方神画主题乐园

绵阳方特东方神画位于四川省绵阳市江油市方特大道1号。整个乐园都是以中国历史文化传承为主题，然后再通过全新的创意和技术相结合，让游客在乐园能够全方位的感受高科技和历史文化融合的魅力。

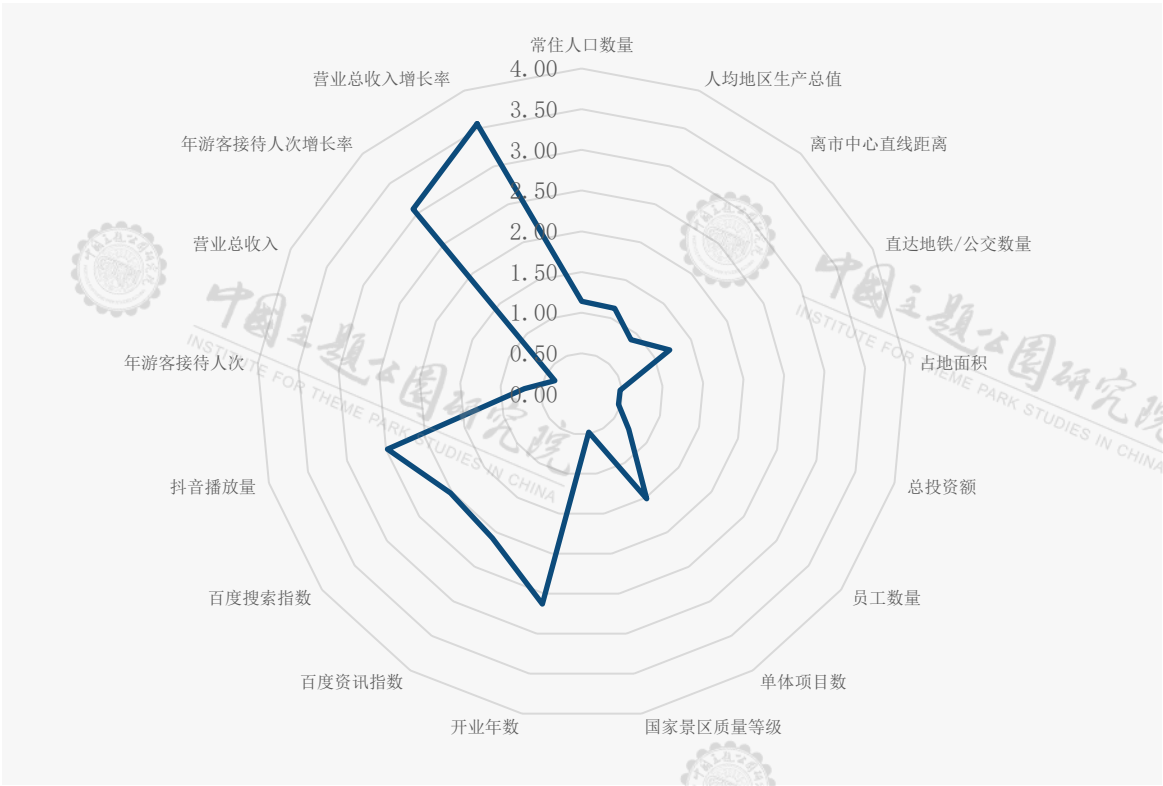
从数据分析看，绵阳方特东方神画17个指标水平值在0-2.5之间，平均水平为1.49。高于平均水平的有9个指标，占总指标的52.9%。具体有离市中心直线距离、员工数量、单体项目数、国家景区质量等级、抖音播放量、年游客接待人次、营业总收入、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是抖音播放量，为2.48，其次是年游客接待人次增长率，为2.05。低于平均水平的8个指标中所在城市常住人口数量最低，只有0.78，其次是总投资额（0.94）。从中可以看出，绵阳方特东方神画最具有竞争力的是抖音播放量和年游客接待人次增长率。相较而言，所在城市常住人口数量和总投资额是其竞争力的弱项。



绵阳方特东方神画17个指标水平排列图

梦幻谷，位于浙江省金华市东阳市横店镇，由横店影视城整合江南水乡、横店老街和文化村的旅游资源打造而成，是一个具有很强的互动参与性，拥有多种游乐设施，以火山爆发、暴雨山洪等各种自然现象及自然风貌展示为主要内容的大型夜间影视体验主题公园。

从数据分析看，（金华横店）梦幻谷17个指标水平值在0-4之间，平均水平为1.47。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有单体项目数、开业年数、百度资讯指数、百度搜索指数、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是营业总收入增长率，为3.56，其次是年游客接待人次增长率，为3.08。低于平均水平的10个指标中营业总收入最低，只有0.37，其次是总投资额（0.47）。从中可以看出，（金华横店）梦幻谷最具有竞争力的是营业总收入增长率和年游客接待人次增长率。相较而言，营业总收入和总投资额是其竞争力的弱项。

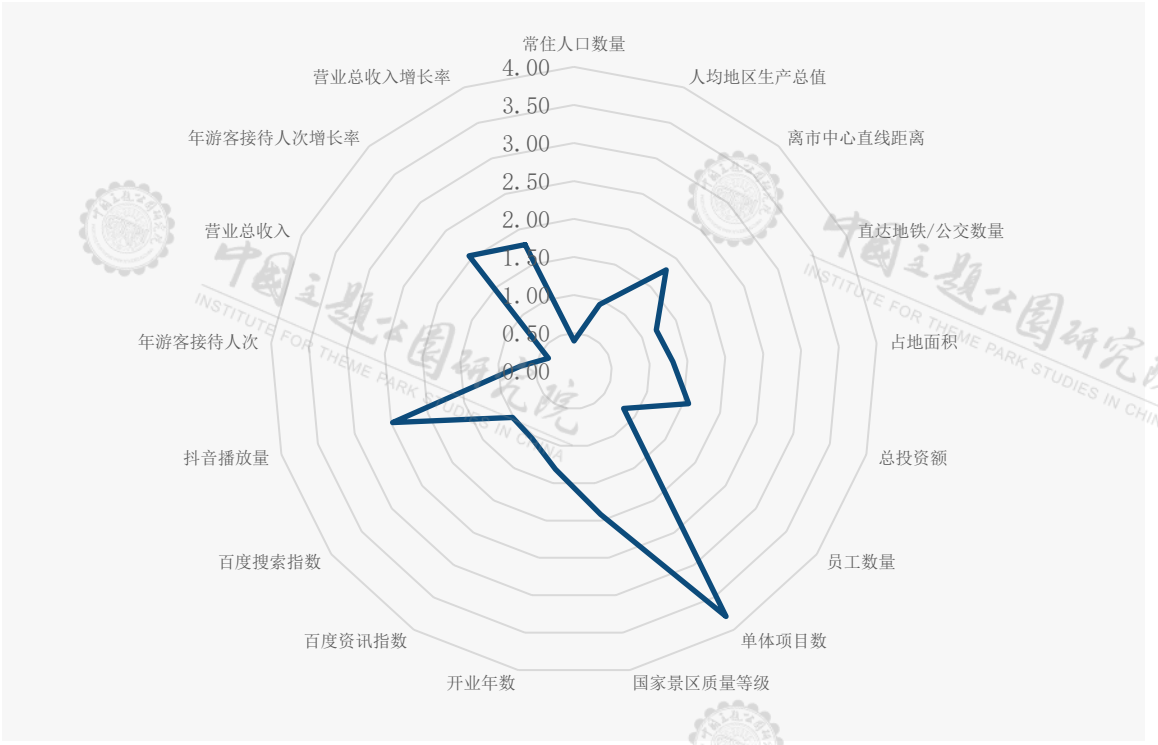


（金华横店）梦幻谷17个指标水平排列图

42 西宁新华联童梦乐园

西宁新华联童梦乐园是青海首个大型主题乐园，位处新华联国际旅游城核心部分，总占地1180亩，是集西宁海洋世界科普馆、石榴籽园、丝路小镇、陆地乐园、童梦水世界、童梦王国、新华联国际旅游城酒店群等吃住游购娱为一体的大型文化旅游娱乐综合体。

从数据分析看，西宁新华联童梦乐园17个指标水平值在0-4之间，平均水平为1.44。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有离市中心直线距离、总投资额、单体项目数、国家景区质量等级、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是单体项目数，为3.80，其次是抖音播放量，为2.48。低于平均水平的10个指标中营业总收入最低，只有0.37，其次是所在城市常住人口数量（0.40）。从中可以看出，西宁新华联童梦乐园最具有竞争力的是单体项目数和抖音播放量。相较而言，营业总收入和所在城市常住人口数量是其竞争力的弱项。

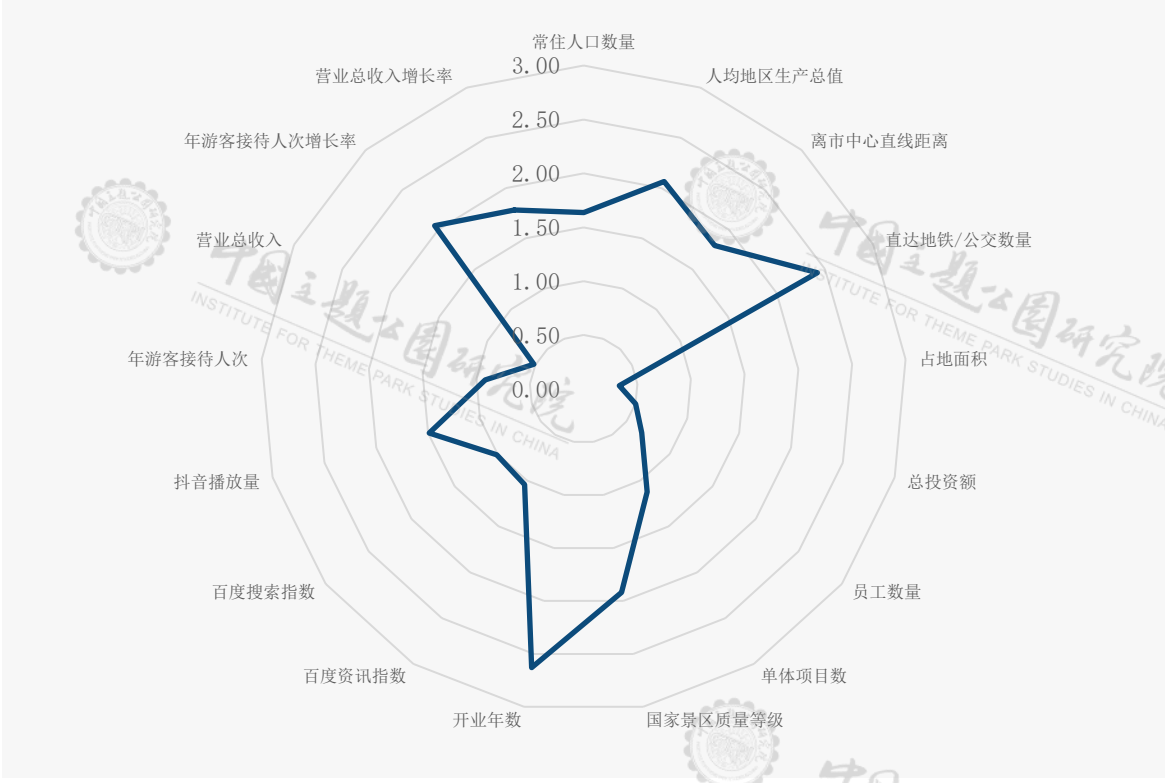


西宁新华联童梦乐园17个指标水平排列图

43 青岛海昌极地海洋公园

青岛海昌极地海洋公园位于风景秀丽的石老人国家旅游度假区，4A国家级旅游景区，于2006年7月22日正式开业，拥有极地海洋馆，欢乐剧场，深海奇幻，5D动感体验馆，极地宝贝乐园等项目，打造富有科普性，娱乐性，互动性的情景式海洋主题公园。

从数据分析看，青岛海昌极地海洋公园17个指标水平值在0-3之间，平均水平为1.41。高于平均水平的有9个指标，占总指标的52.9%。具体有所在城市常住人口数量、所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、直达地铁/公交数量、国家景区质量等级、开业年数、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是开业年数，为2.63，其次是直达地铁/公交数量，为2.42。低于平均水平的8个指标中占地面积最低，只有0.33，其次是总投资额（0.50）。从中可以看出，青岛海昌极地海洋公园最具有竞争力的是开业年数和直达地铁/公交数量。相较而言，占地面积和总投资额是其竞争力的弱项。

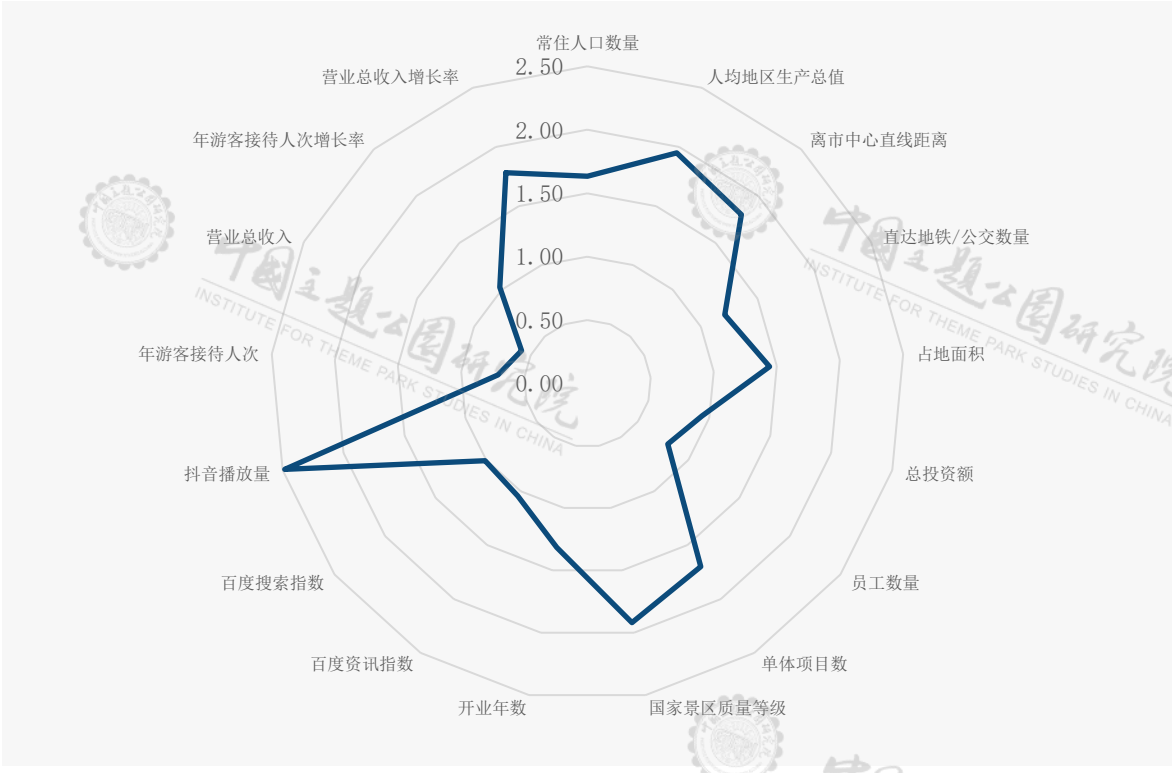


青岛海昌极地海洋公园17个指标水平排列图

44 长沙方特东方神画

长沙方特东方神画是一座以中国传统文化为核心、结合现代高新科技打造的主题乐园。全园包含11大室内主题项目和34个室外游乐项目，展示一幅华夏五千年历史文明精粹的灿烂画卷，感受华夏历史的悠远厚重，感受现代科技的精彩绝伦。

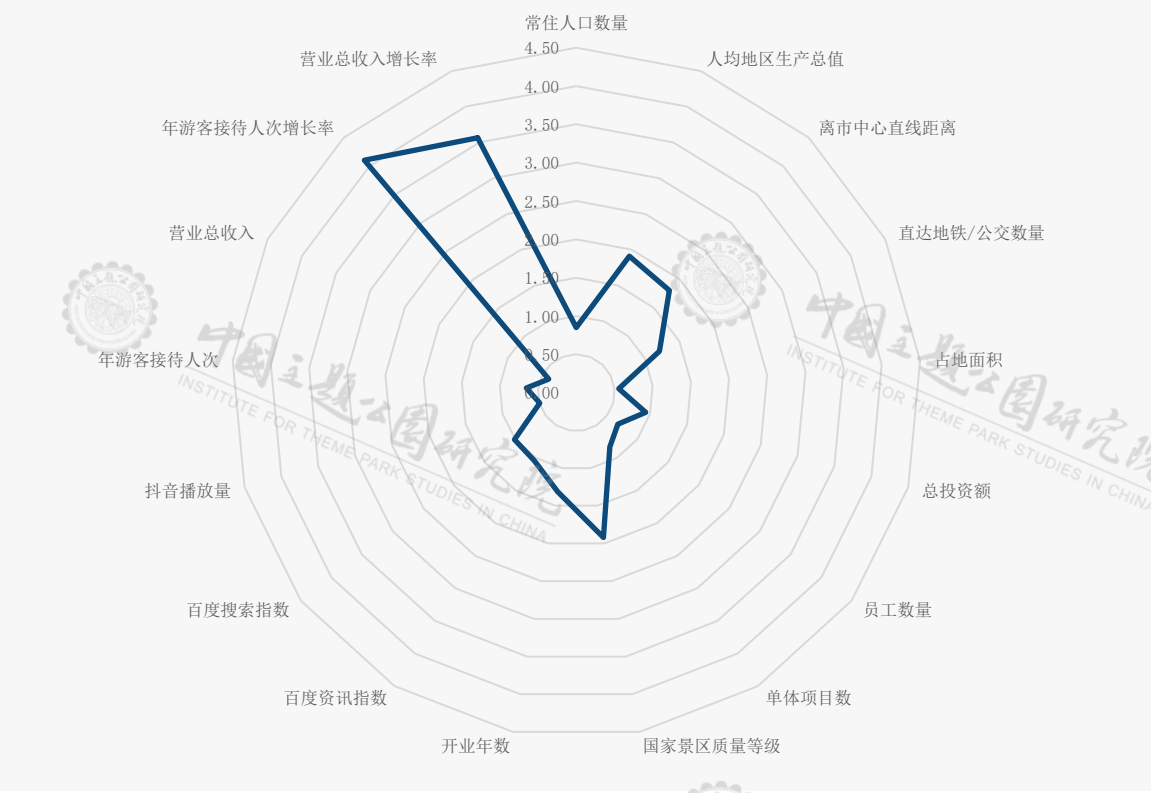
从数据分析看，长沙方特东方神画17个指标水平值在0-2.5之间，平均水平为1.37。高于平均水平的有8个指标，占总指标的47.1%。具体有所在城市常住人口数量、所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、占地面积、单体项目数、国家景区质量等级、抖音播放量和营业总收入增长率，其中最高的是抖音播放量，为2.48，其次是所在城市人均国内生产总值，为1.95。低于平均水平的9个指标中营业总收入最低，只有0.58，其次是年游客接待人次（0.71）。从中可以看出，长沙方特东方神画最具有竞争力的是抖音播放量和所在城市人均国内生产总值。相较而言，营业总收入和年游客接待人次是其竞争力的弱项。



长沙方特东方神画17个指标水平排列图

东方山水酷玩王国于2019年8月3日试营业。投资约100亿元，占地面积502亩，是柯桥区投资最大、规模最大的室外现代游乐项目。拥有22台超大型设备，魔环飞车、矿山历险、双龙竞速三大过山车，更有摩天轮。大摆锤，跳楼机、峡谷漂流等年轻人喜欢项目。

从数据分析看，东方山水乐园酷玩王国17个指标水平值在0-4.5之间，平均水平为1.37。高于平均水平的有5个指标，占总指标的29.4%。具体有所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、国家景区质量等级、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是年游客接待人次增长率，为4.10，其次是营业总收入增长率，为3.56。低于平均水平的12个指标中营业总收入最低，只有0.40，其次是抖音播放量（0.50）。从中可以看出，东方山水乐园酷玩王国最具有竞争力的是年游客接待人次增长率和营业总收入增长率。相较而言，营业总收入和抖音播放量是其竞争力的弱项。

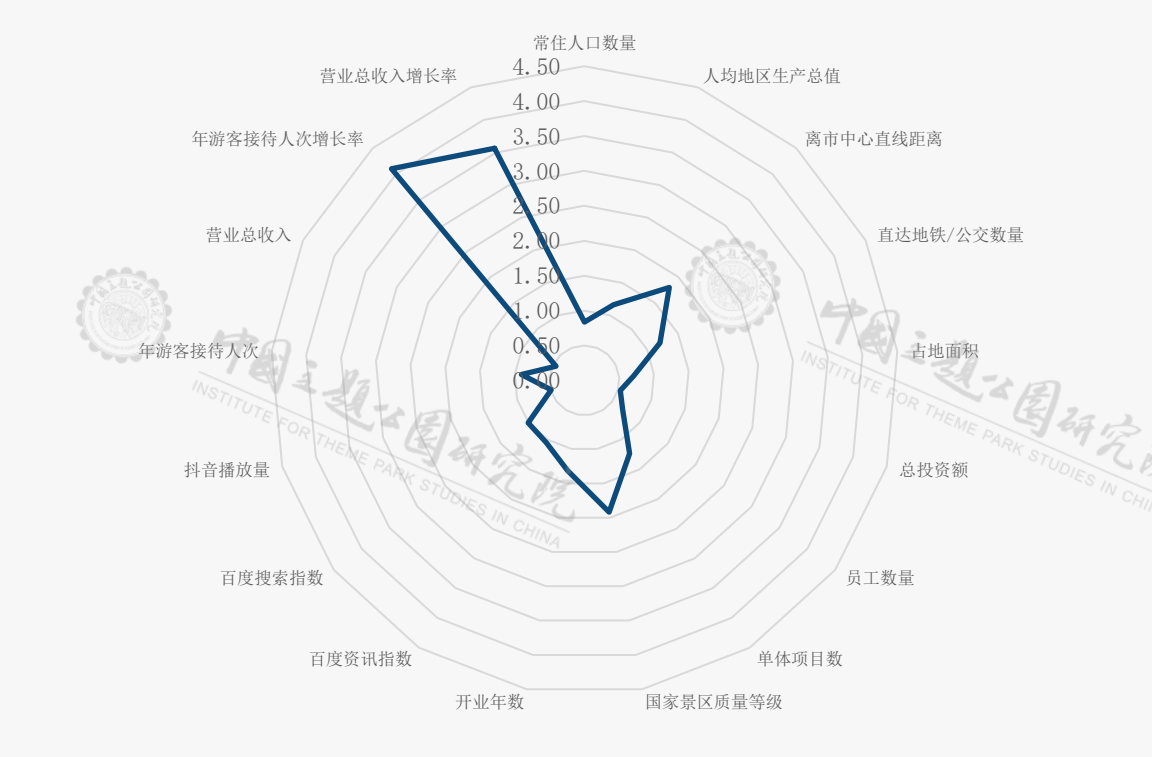


东方山水乐园酷玩王国17个指标水平排列图

46 常德卡乐星球欢乐世界

常德卡乐星球欢乐世位于常德市柳叶湖旅游度假区梦幻桃花岛，包括太阳部落、欢乐时光、卡乐小镇、童话王国、浪漫地中海五大主题区域，总共29个游玩项目。

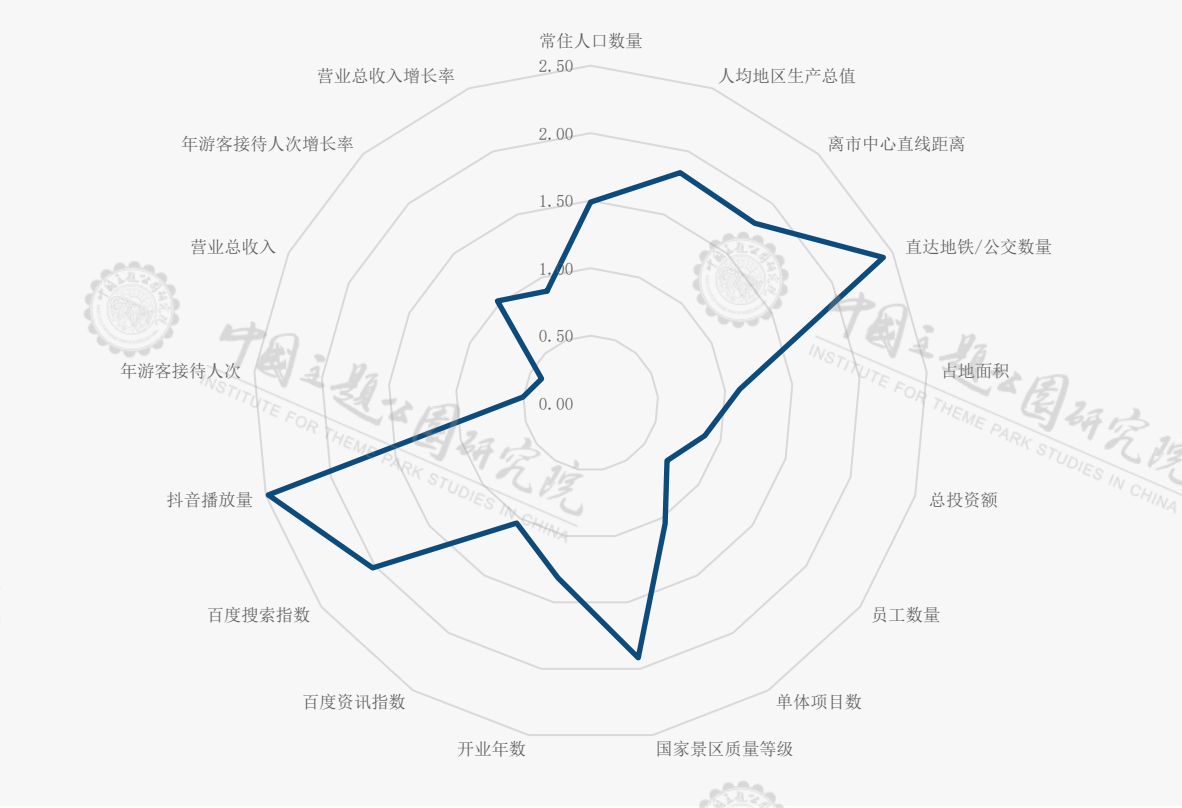
从数据分析看，卡乐星球欢乐世界17个指标水平值在0-4.5之间，平均水平为1.35。高于平均水平的有4个指标，占总指标的23.5%。具体有离市中心直线距离、国家景区质量等级、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是年游客接待人次增长率，为4.10，其次是营业总收入增长率，为3.56。低于平均水平的13个指标中营业总收入最低，只有0.46，其次是抖音播放量（0.50）。从中可以看出，卡乐星球欢乐世界最具有竞争力的是年游客接待人次增长率和营业总收入增长率。相较而言，营业总收入和抖音播放量是其竞争力的弱项。



常德卡乐星球欢乐世界17个指标水平排列图

济南方特东方神画位于济南市槐荫区济齐路277号（西客站北侧）。是一座以非物质文化遗产为核心、结合现代科研技术的第四代高科技主题乐园。

从数据分析看，济南方特东方神画17个指标水平值在0-2.5之间，平均水平为1.35。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有所在城市常住人口数量、所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、直达地铁/公交数量、国家景区质量等级、百度搜索指数和抖音播放量，其中最高的是抖音播放量，为2.48，其次是直达地铁/公交数量，为2.42。低于平均水平的10个指标中营业总收入最低，只有0.41，其次是年游客接待人次（0.50）。从中可以看出，济南方特东方神画最具有竞争力的是抖音播放量和直达地铁/公交数量。相较而言，营业总收入和年游客接待人次是其竞争力的弱项。

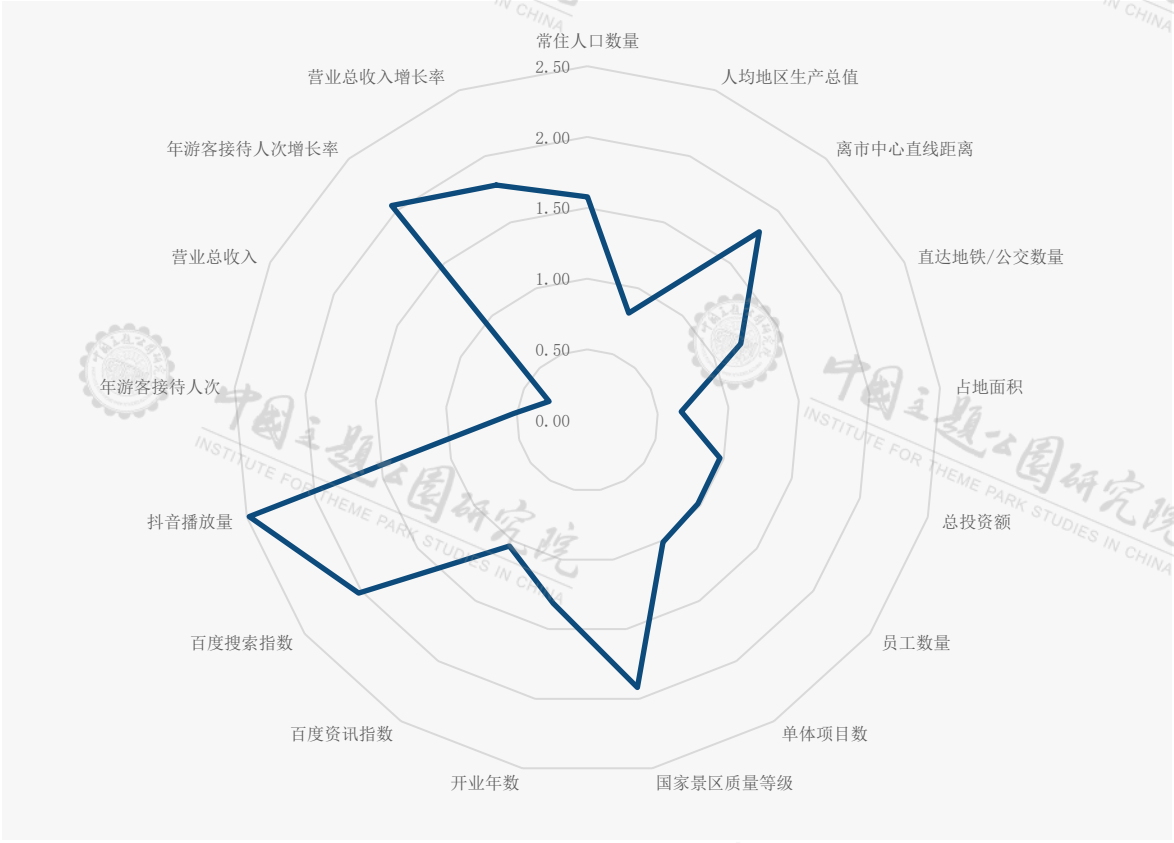


济南方特东方神画17个指标水平排列图

48 哈尔滨融创乐园

哈尔滨融创乐园是集游乐、运动、拓展、观光、演艺、文化活动于一体的综合性乐园，于2021年4月30日正式开园。

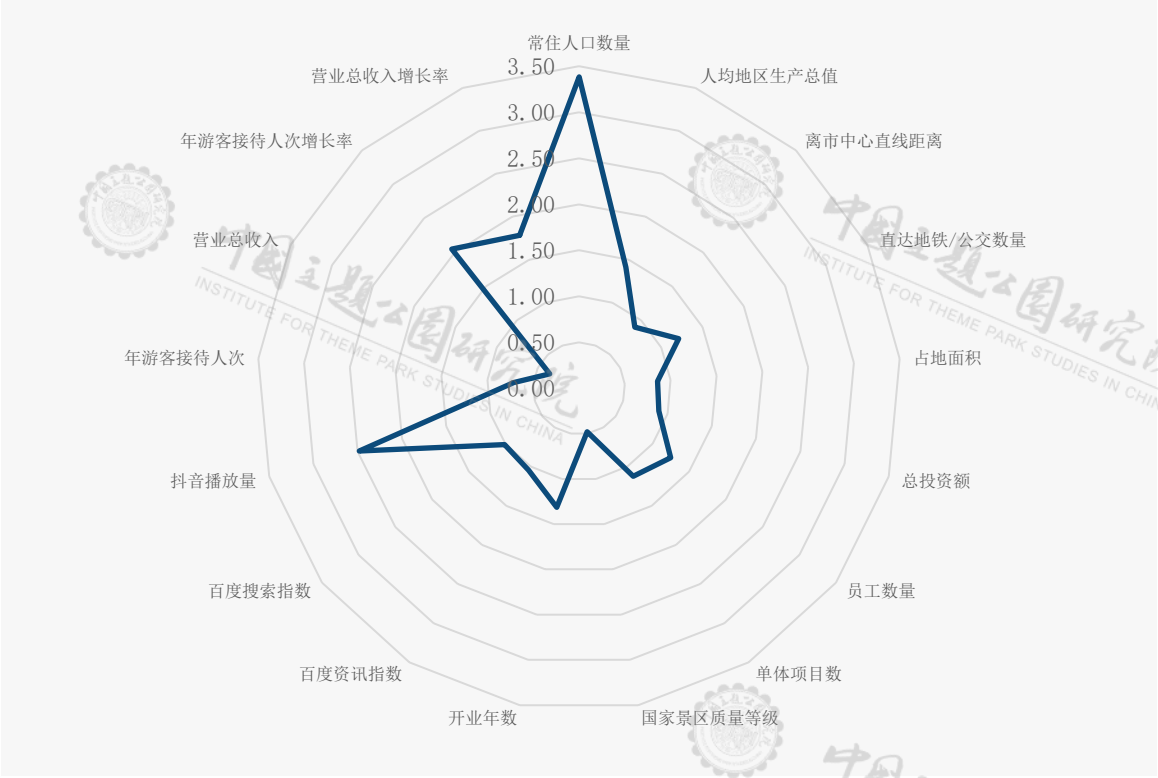
从数据分析看，哈尔滨融创乐园17个指标水平值在0-2.5之间，平均水平为1.32。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有所在城市常住人口数量、离市中心直线距离、国家景区质量等级、百度搜索指数、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是抖音播放量，为2.48，其次是年游客接待人次增长率，为2.05。低于平均水平的9个指标中营业总收入最低，只有0.30，其次是年游客接待人次（0.52）。从中可以看出，哈尔滨融创乐园最具有竞争力的是抖音播放量和年游客接待人次增长率。相较而言，营业总收入和年游客接待人次是其竞争力的弱项。



哈尔滨融创乐园17个指标水平排列图

成都融创乐园占地面积约51.5万㎡，总投资约28.8亿元，以蜀文化为主题，设计了天府耍都、蜀汉风云、藏羌秘境、星际传奇、奇遇花园、萌宠小镇六大主题区，共有天路历险、飞行影院、星际俱乐部等25台游乐设备和精彩演艺，1400余只萌宠动物和全年4400余场互动演出。乐园用快乐的方式诠释川蜀文化底蕴，以开放的姿态迎接世界友人，是世界级的蜀文化主题乐园。

从数据分析看，成都融创乐园17个指标水平值在0-3.5之间，平均水平为1.31。高于平均水平的有6个指标，占总指标的35.3%。具体有所在城市常住人口数量、所在城市人均国内生产总值、开业年数、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是所在城市常住人口数量，为3.38，其次是抖音播放量，为2.48。低于平均水平的11个指标中营业总收入最低，只有0.36，其次是国家景区质量等级（0.48）。从中可以看出，成都融创乐园最具有竞争力的是所在城市常住人口数量和抖音播放量。相较而言，营业总收入和国家景区质量等级是其竞争力的弱项。

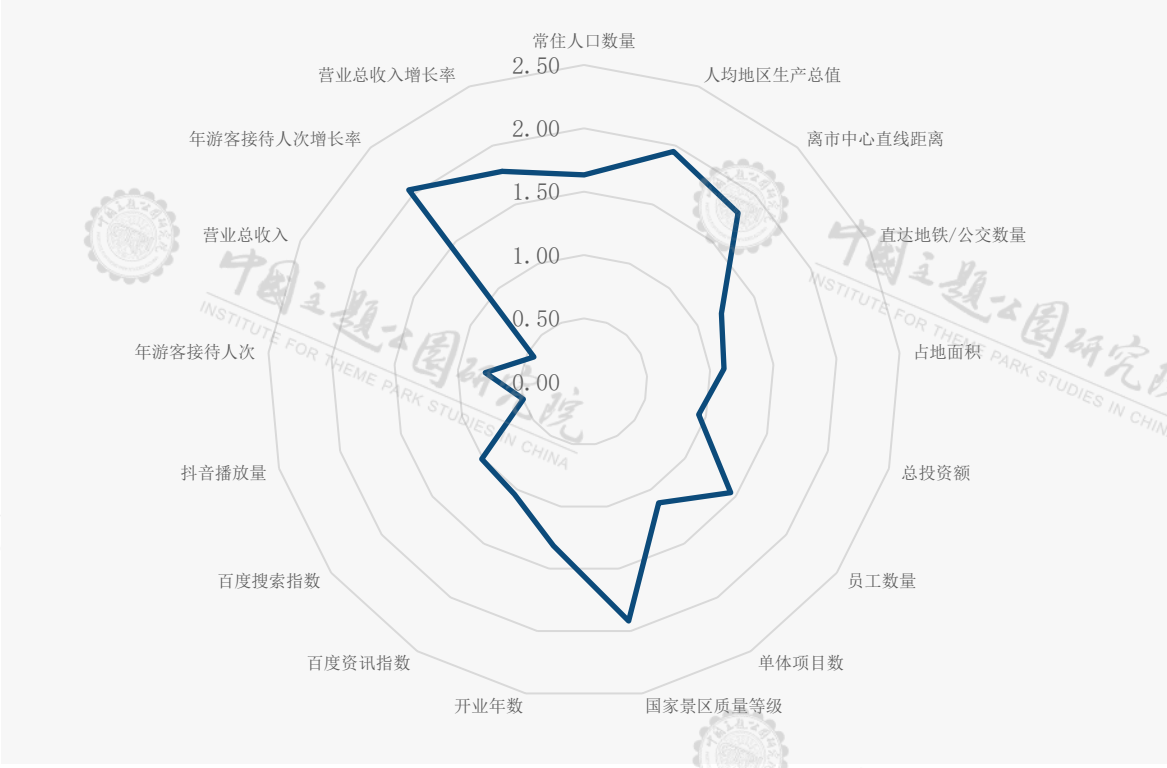


成都融创乐园17个指标水平排列图

50 华谊兄弟长沙电影小镇

华谊兄弟（长沙）电影小镇是由华谊兄弟影视规划建设的一个电影小镇，位于长沙市中心以南、湘江以西，湘江新区大王山旅游度假中心内，规划总用地约1000亩，总建筑面积约15万方，分两期滚动开发，项目总投资超过30亿元。

从数据分析看，华谊兄弟长沙电影小镇17个指标水平值在0-2.5之间，平均水平为1.30。高于平均水平的有8个指标，占总指标的47.1%。具体有所在城市常住人口数量、所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、员工数量、国家景区质量等级、开业年数、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是年游客接待人次增长率，为2.05，其次是所在城市人均国内生产总值，为1.95。低于平均水平的9个指标中营业总收入最低，只有0.44，其次是抖音播放量（0.50）。从中可以看出，华谊兄弟长沙电影小镇最具有竞争力的是年游客接待人次增长率和所在城市人均国内生产总值。相较而言，营业总收入和抖音播放量是其竞争力的弱项。

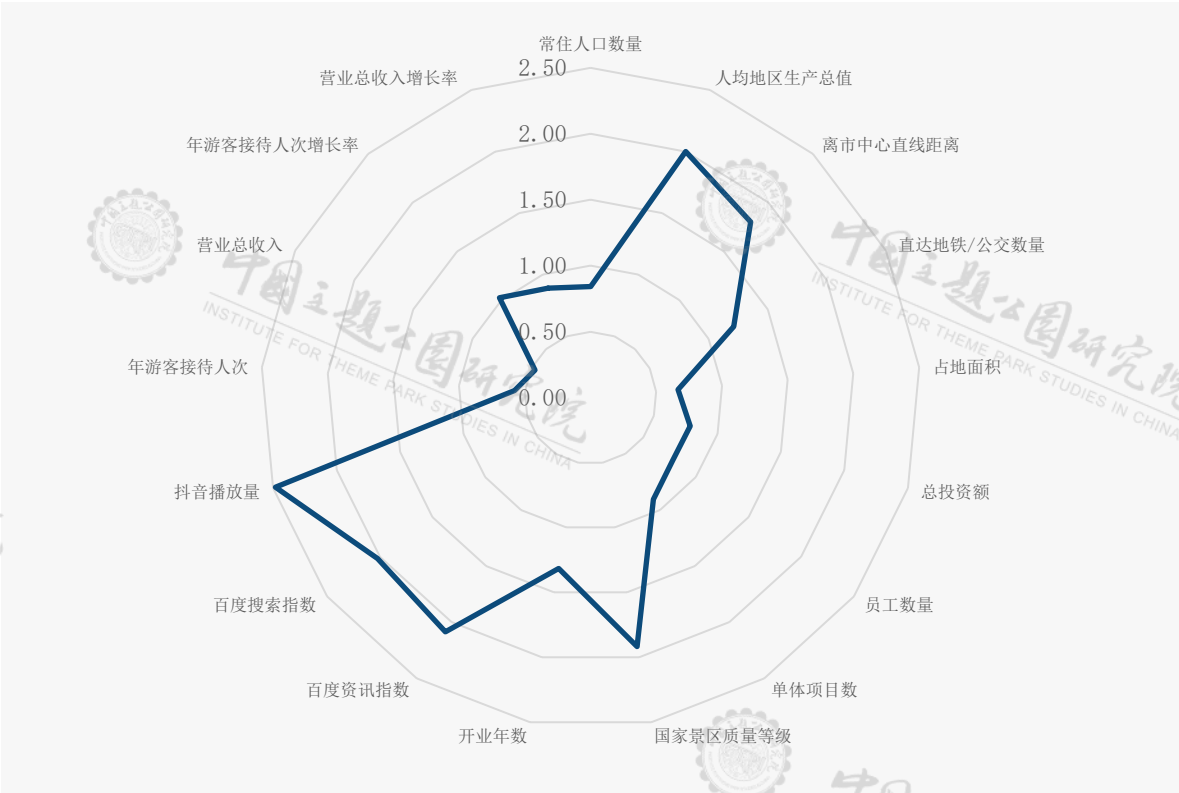


华谊兄弟长沙电影小镇17个指标水平排列图

51 厦门方特梦幻王国

厦门方特梦幻王国，是一个以高科技为主要表现形式的文化科技主题公园。坐落于美丽的海滨古城厦门同安，是由深圳华强集团投资巨额兴建的大型高科技第四代主题公园。其最大特点是以科幻和互动体验为最大特色，将动漫卡通、电影特技等国际时尚娱乐元素与中国传统文化符号巧妙融合，创造出充满幻想和创意的神奇天地，被誉为“东方梦幻乐园”、“亚洲科幻神奇”。

从数据分析看，厦门方特梦幻王国17个指标水平值在0-2.5之间，平均水平为1.28。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、国家景区质量等级、开业年数、百度资讯指数、百度搜索指数和抖音播放量，其中最高的是抖音播放量，为2.48，其次是百度资讯指数，为2.09。低于平均水平的10个指标中营业总收入最低，只有0.47，其次是年游客接待人次（0.58）。从中可以看出，厦门方特梦幻王国最具有竞争力的是抖音播放量和百度资讯指数。相较而言，营业总收入和年游客接待人次是其竞争力的弱项。

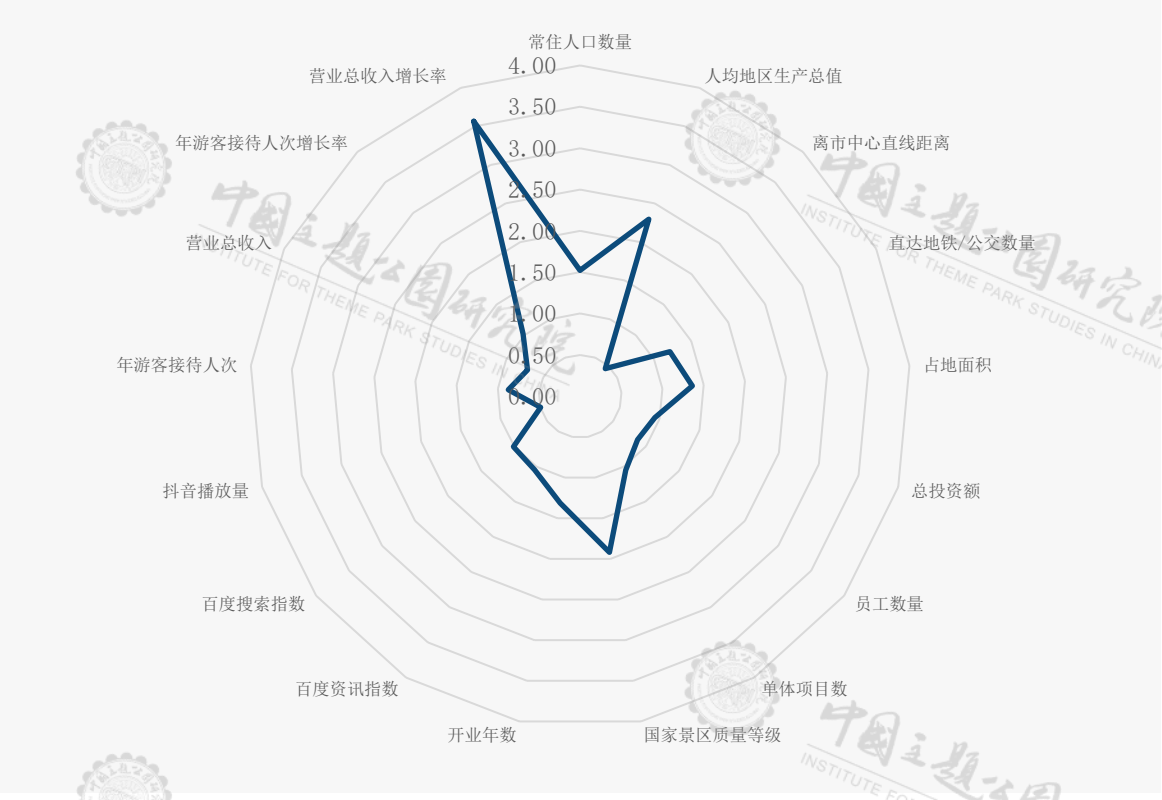


厦门方特梦幻王国17个指标水平排列图

52 宁波方特东方神画

宁波方特东方神画，位于宁波杭州湾新区跨海大桥南岸。宁波方特东方神画，一个有故事的乐园，作为传承中国历史文化的主题乐园，在创意初期即将整个园区以：民间传说、民间戏曲、经典爱情传奇、神秘文化、杂技与竞技、民间节庆、民间手工艺、综合项目八大类别进行区域划分。运用暗黑骑乘、四面幻影成像、实景特技机器人等全球顶级的设备技术，设计出《女娲补天》、《千古蝶恋》、《长城绝恋》、《惊魂之旅》、《神州塔》等20多个优秀的主题项目。

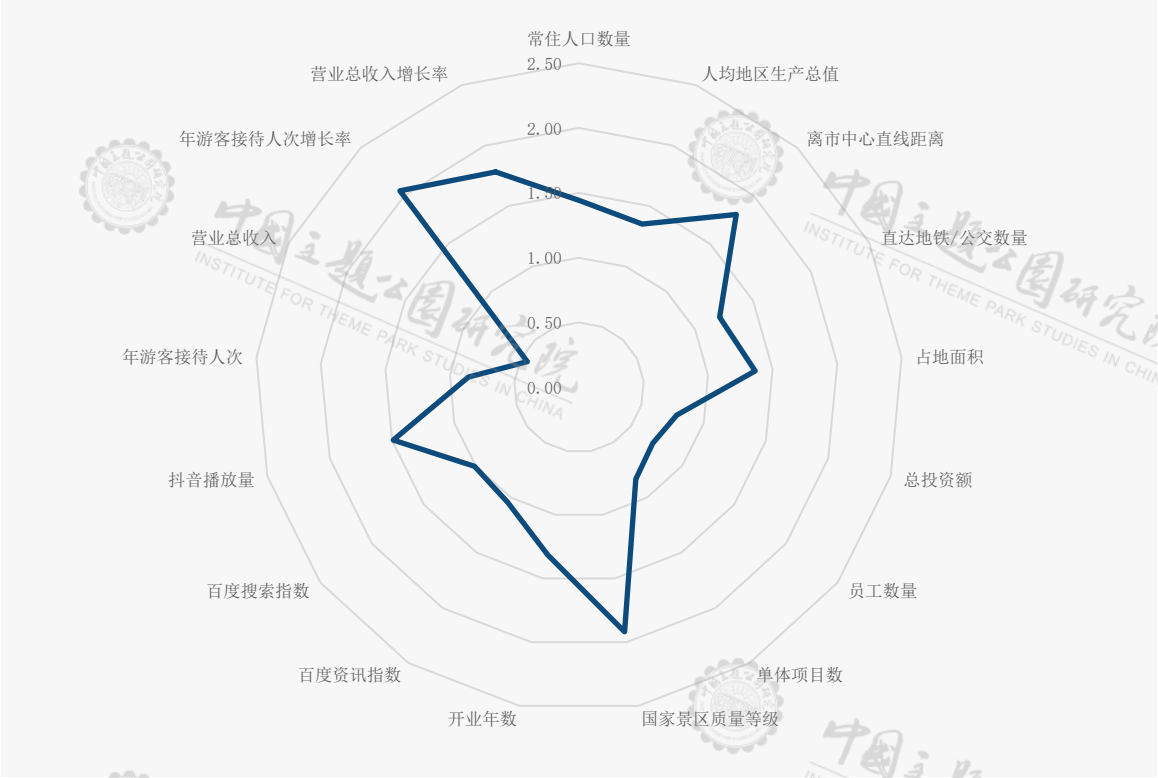
从数据分析看，宁波方特东方神画17个指标水平值在0-4之间，平均水平为1.27。高于平均水平的有6个指标，占总指标的35.3%。具体有所在城市常住人口数量、所在城市人均国内生产总值、占地面积、国家景区质量等级、开业年数和营业总收入增长率，其中最高的是营业总收入增长率，为3.56，其次是所在城市人均国内生产总值，为2.30。低于平均水平的11个指标中离市中心直线距离最低，只有0.45，其次是抖音播放量（0.50）。从中可以看出，宁波方特东方神画最具有竞争力的是营业总收入增长率和所在城市人均国内生产总值。相较而言，离市中心直线距离和抖音播放量是其竞争力的弱项。



宁波方特东方神画17个指标水平排列图

徐州乐园是欢乐世界广场的核心项目，是苏州高新区经济发展集团总公司继苏州乐园后全新开发的主题乐园。徐州乐园在建设上采用第五代高科技乐园设计理念，融合了高科技游乐项目。位于徐州市三环南路西南、玉带河两侧，属于云龙湖风景区，占地面积1230亩，总投资25亿，拥有加勒比水世界、糖果世界、欢乐世界三大核心项目。

从数据分析看，徐州乐园欢乐世界17个指标水平值在0-2.5之间，平均水平为1.26。高于平均水平的有9个指标，占总指标的52.9%。具体有所在城市常住人口数量、所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、占地面积、国家景区质量等级、开业年数、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是年游客接待人次增长率，为2.05，其次是国家景区质量等级，为1.92。低于平均水平的8个指标中营业总收入最低，只有0.45，其次是员工数量（0.71）。从中可以看出，徐州乐园欢乐世界最具有竞争力的是年游客接待人次增长率和国家景区质量等级。相较而言，营业总收入和员工数量是其竞争力的弱项。



徐州方特欢乐世界17个指标水平排列图

54 郑州建业·华谊兄弟电影小镇

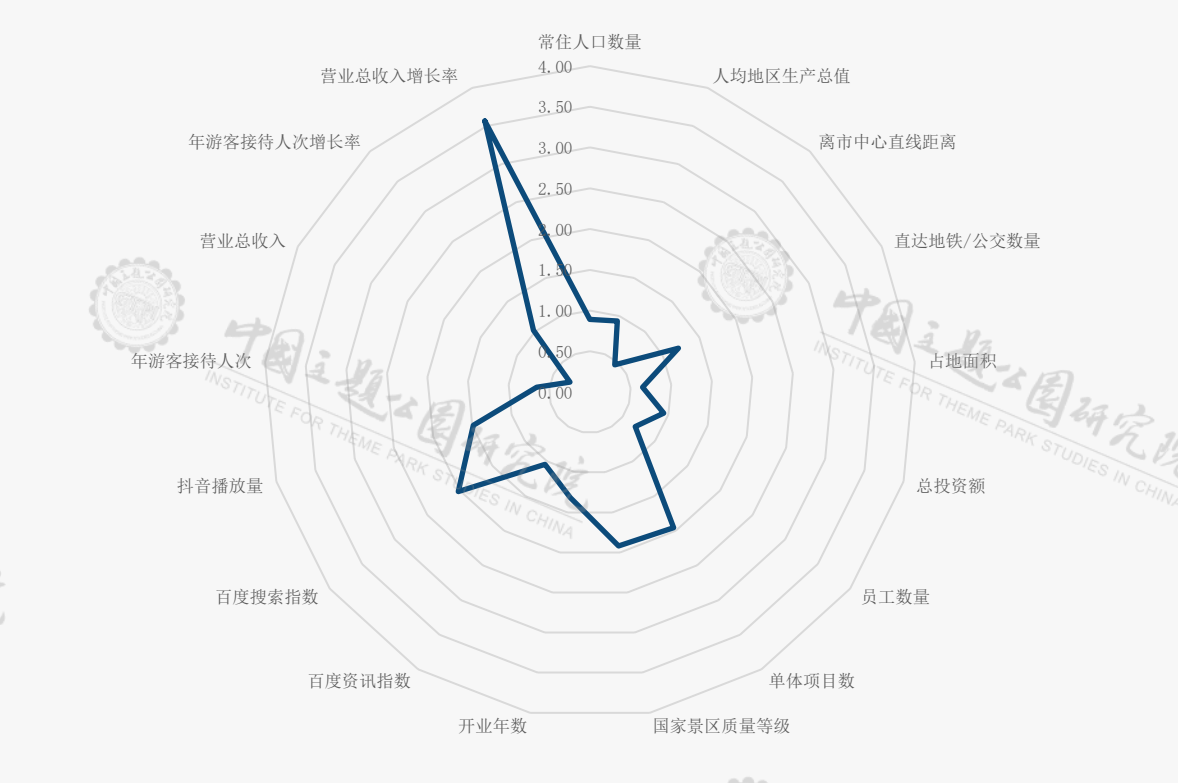
建业·华谊兄弟电影小镇，位于河南省郑州市中牟县文创路与百花街交叉口，其已开街了两条街区，其中电影大道街区展现了二十世纪二三十年代郑州开放商埠及火车通行以来百业兴隆的历史面貌，太极街区以发源于河南焦作温县陈家沟的太极文化与电影《太极》为创作原型，复原了电影里的陈家沟村落、小镇集市、京城等重要场景。

从数据分析看，郑州建业·华谊兄弟电影小镇17个指标水平值在0-2.5之间，平均水平为1.25。高于平均水平的有8个指标，占总指标的47.1%。具体有所在城市常住人口数量、所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、总投资额、国家景区质量等级、开业年数、百度搜索指数和年游客接待人次增长率，其中最高的是年游客接待人次增长率，为2.05，其次是所在城市常住人口数量，为2.03。低于平均水平的9个指标中营业总收入最低，只有0.32，其次是抖音播放量（0.50）。从中可以看出，郑州建业·华谊兄弟电影小镇最具有竞争力的是年游客接待人次增长率和所在城市常住人口数量。相较而言，营业总收入和抖音播放量是其竞争力的弱项。

郑州建业·华谊兄弟电影小镇17个指标水平排列图

泉城欧乐堡梦幻世界坐落于山东省德州市齐河县黄河国际生态城旅游路08号，以欧洲经典建筑风情为主，融入欧美先进的科技元素，是国内设备尖端、项目齐全、科技含量超高的大型游乐园。

从数据分析看，泉城欧乐堡梦幻世界17个指标水平值在0-4之间，平均水平为1.24。高于平均水平的有6个指标，占总指标的35.3%。具体有单体项目数、国家景区质量等级、开业年数、百度搜索指数、抖音播放量和营业总收入增长率，其中最高的是营业总收入增长率，为3.56，其次是百度搜索指数，为2.02。低于平均水平的11个指标中营业总收入最低，只有0.27，其次是离市中心直线距离（0.45）。从中可以看出，泉城欧乐堡梦幻世界最具有竞争力的是营业总收入增长率和百度搜索指数。相较而言，营业总收入和离市中心直线距离是其竞争力的弱项。



泉城欧乐堡梦幻世界17个指标水平排列图

56 乐华恒业欢乐世界

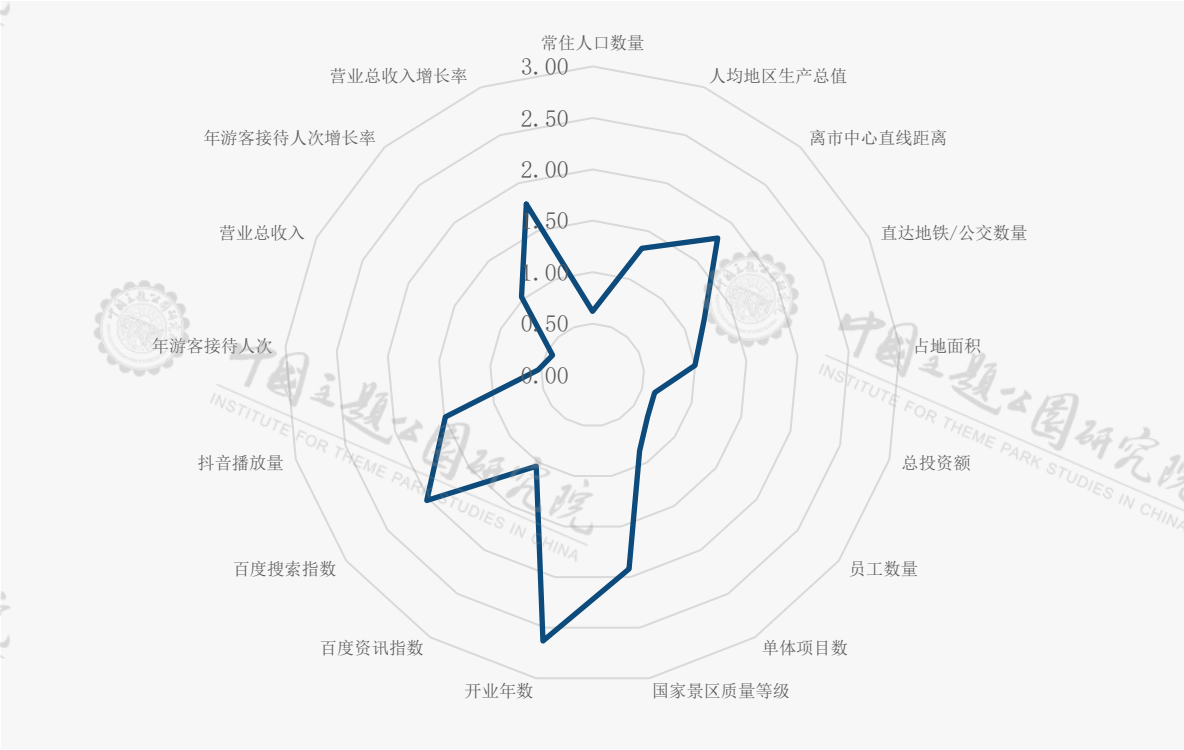
西安乐华欢乐世界是亚洲超大主题乐园，为国家AAAA级旅游景区，为“西安乐华城·国际欢乐度假区”核心项目之一，也是西咸新区泾河新城重点项目。

从数据分析看，乐华恒业欢乐世界17个指标水平值在0-2.5之间，平均水平为1.24。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有所在城市常住人口数量、离市中心直线距离、单体项目数、国家景区质量等级、开业年数、抖音播放量和年游客接待人次增长率，其中最高的是所在城市常住人口数量，为2.10，其次是年游客接待人次增长率，为2.05。低于平均水平的10个指标中营业总收入最低，只有0.25，其次是员工数量（0.49）。从中可以看出，乐华恒业欢乐世界最具有竞争力的是所在城市常住人口数量和年游客接待人次增长率。相较而言，营业总收入和员工数量是其竞争力的弱项。

乐华恒业欢乐世界17个指标水平排列图

株洲方特欢乐世界位于株洲市云龙新城，占地60万平方米，是华中华南地区的第四代主题乐园。

从数据分析看，株洲方特欢乐世界17个指标水平值在0-3之间，平均水平为1.24。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、国家景区质量等级、开业年数、百度搜索指数、抖音播放量和营业总收入增长率，其中最高的是开业年数，为2.63，其次是百度搜索指数，为2.02。低于平均水平的10个指标中营业总收入最低，只有0.43，其次是年游客接待人次（0.53）。从中可以看出，株洲方特欢乐世界最具有竞争力的是开业年数和百度搜索指数。相较而言，营业总收入和年游客接待人次是其竞争力的弱项。

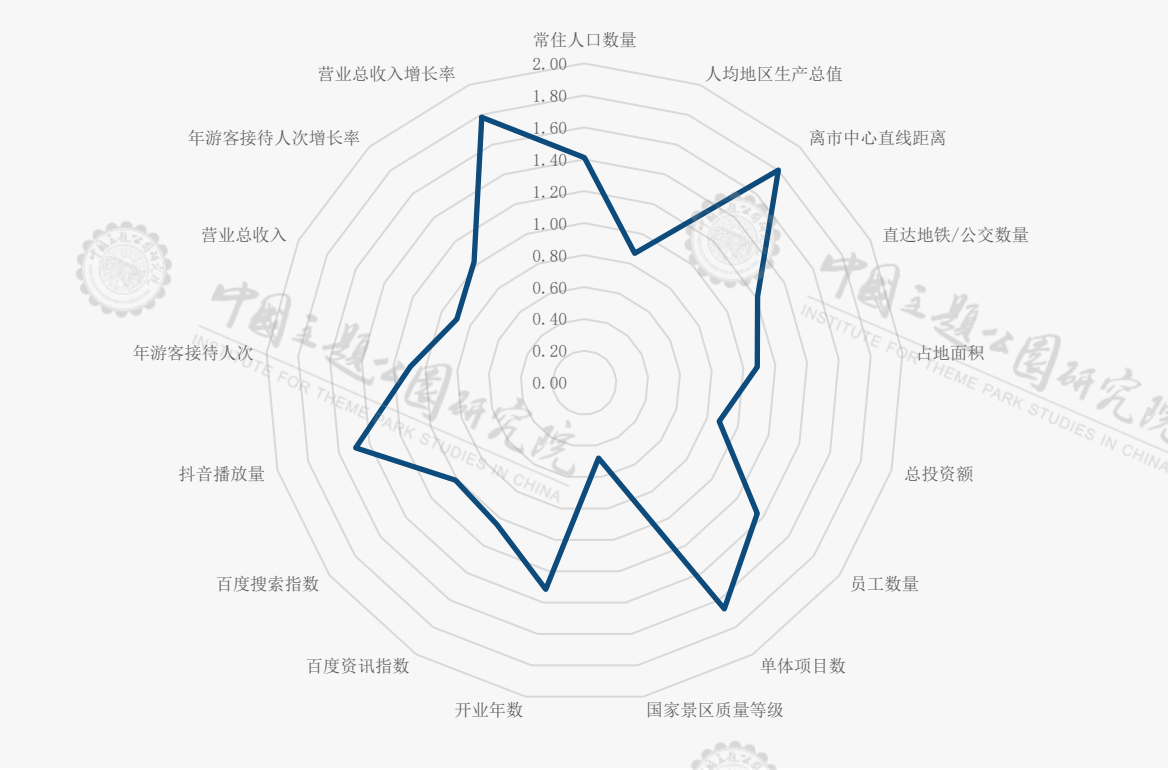


株洲方特欢乐世界7个指标水平排列图

58 南宁方特东盟神画

南宁方特东盟神画是一座特色鲜明，充满东南亚异域风情的文化博览园，位于南宁市青秀区66号。与此前开业的24座方特主题乐园不同，南宁方特东盟神画是国内首个全面展示东盟十国自然历史文化的主题乐园。

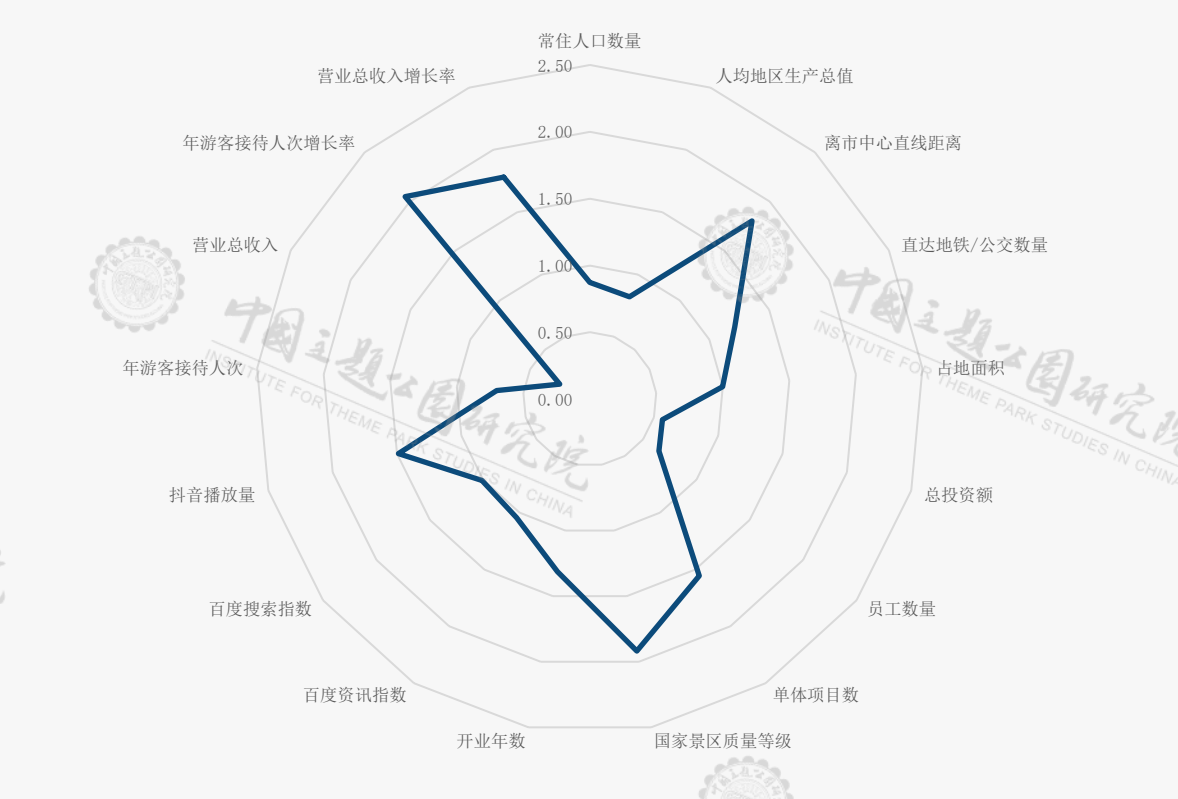
从数据分析看，南宁方特东盟神画17个指标水平值在0-2之间，平均水平为1.20。高于平均水平的有8个指标，占总指标的47.1%。具体有所在城市常住人口数量、离市中心直线距离、直达地铁/公交数量、员工数量、单体项目数、开业年数、抖音播放量和营业总收入增长率，其中最高的是离市中心直线距离，为1.80，其次是营业总收入增长率，为1.78。低于平均水平的9个指标中国家景区质量等级最低，只有0.48，其次是所在城市人均国内生产总值（0.87）。从中可以看出，南宁方特东盟神画最具有竞争力的是离市中心直线距离和营业总收入增长率。相较而言，国家景区质量等级和所在城市人均国内生产总值是其竞争力的弱项。



南宁方特东盟神画17个指标水平排列图

泰安太阳部落以大汶口文化为主线，以情景体验的形式，将史前文化和游乐项目有机融合，使远古文明的场景在游客面前真实展现，是中国首家展现史前文明的特大型主题公园。

从数据分析看，泰安太阳部落主题公园17个指标水平值在0-2.5之间，平均水平为1.18。高于平均水平的有8个指标，占总指标的47.1%。具体有离市中心直线距离、直达地铁/公交数量、单体项目数、国家景区质量等级、开业年数、抖音播放量、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是年游客接待人次增长率，为2.05，其次是国家景区质量等级，为1.92。低于平均水平的9个指标中营业总收入最低，只有0.25，其次是总投资额（0.56）。从中可以看出，泰安太阳部落主题公园最具有竞争力的是年游客接待人次增长率和国家景区质量等级。相较而言，营业总收入和总投资额是其竞争力的弱项。

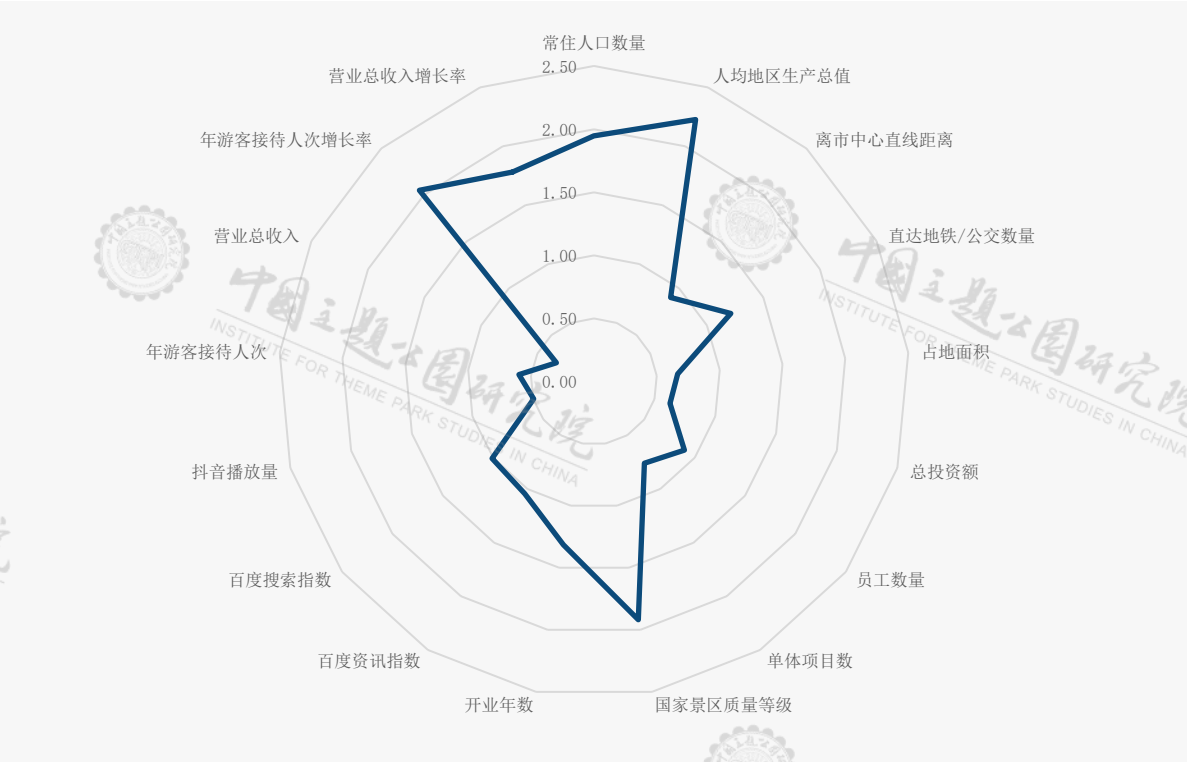


泰安太阳部落主题公园17个指标水平排列图

60 杭州hello kitty乐园

杭州hello kitty乐园位于浙江省湖州市安吉，是中国首座Hello Kitty主题乐园。2014年11月28日完成建设，于2015年元旦试营业，2015年7月1日正式开园。这也是日本Hello Kitty在海外的首个室外大型乐园。

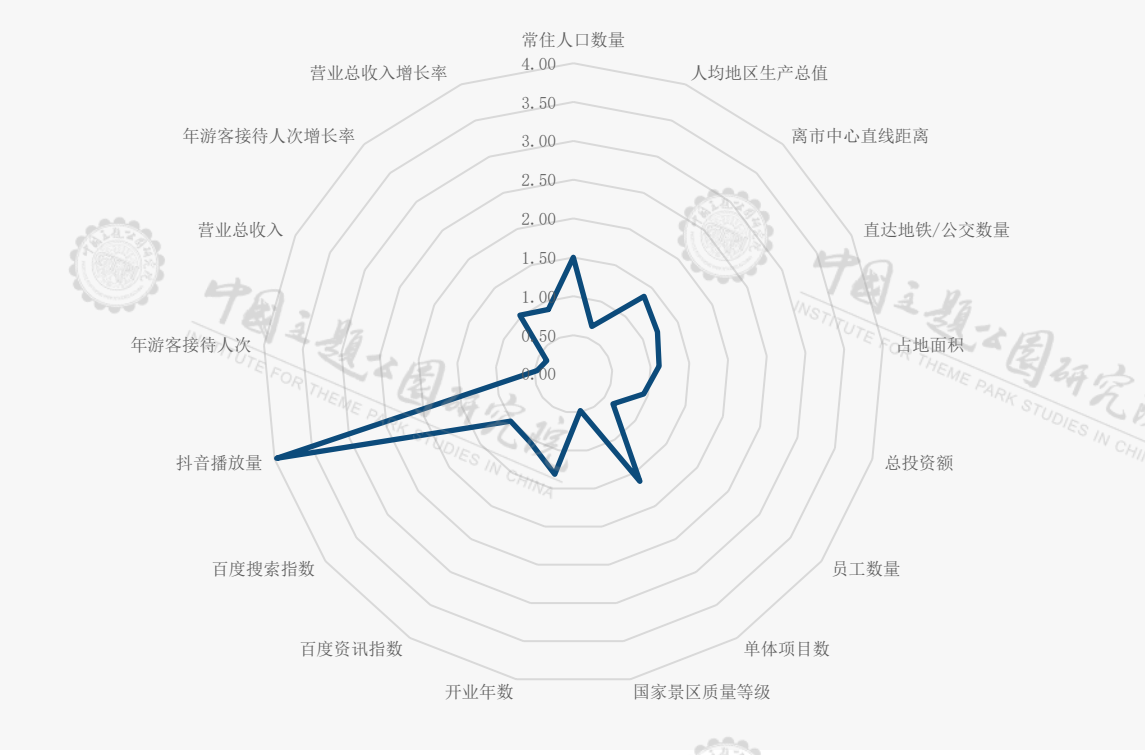
从数据分析看，杭州hello kitty乐园17个指标水平值在0-2.5之间，平均水平为1.16。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有所在城市常住人口数量、所在城市人均国内生产总值、直达地铁/公交数量、国家景区质量等级、开业年数、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是所在城市人均国内生产总值，为2.23，其次是年游客接待人次增长率，为2.05。低于平均水平的10个指标中营业总收入最低，只有0.33，其次是抖音播放量（0.50）。从中可以看出，杭州hello kitty乐园最具有竞争力的是所在城市人均国内生产总值和年游客接待人次增长率。相较而言，营业总收入和抖音播放量是其竞争力的弱项。



杭州hello kitty乐园17个指标水平排列图

邯郸方特国色春秋、或称邯郸方特国色春秋主题乐园，简称邯郸方特，坐落于河北省邯郸市漳河生态科技园区，是以华夏历史文明和邯郸历史地域文化为主题的大型高科技主题乐园，乐园内有45个室内外主题游乐项目，及200余项休闲、景观项目。

从数据分析看，邯郸方特国色春秋主题乐园17个指标水平值在0-4之间，平均水平为1.15。高于平均水平的有6个指标，占总指标的35.3%。具体有所在城市常住人口数量、离市中心直线距离、直达地铁/公交数量、单体项目数、开业年数和抖音播放量，其中最高的是抖音播放量，为3.97，其次是单体项目数，为1.63。低于平均水平的11个指标中营业总收入最低，只有0.38，其次是年游客接待人次（0.47）。从中可以看出，邯郸方特国色春秋主题乐园最具有竞争力的是抖音播放量和单体项目数。相较而言，营业总收入和年游客接待人次是其竞争力的弱项。

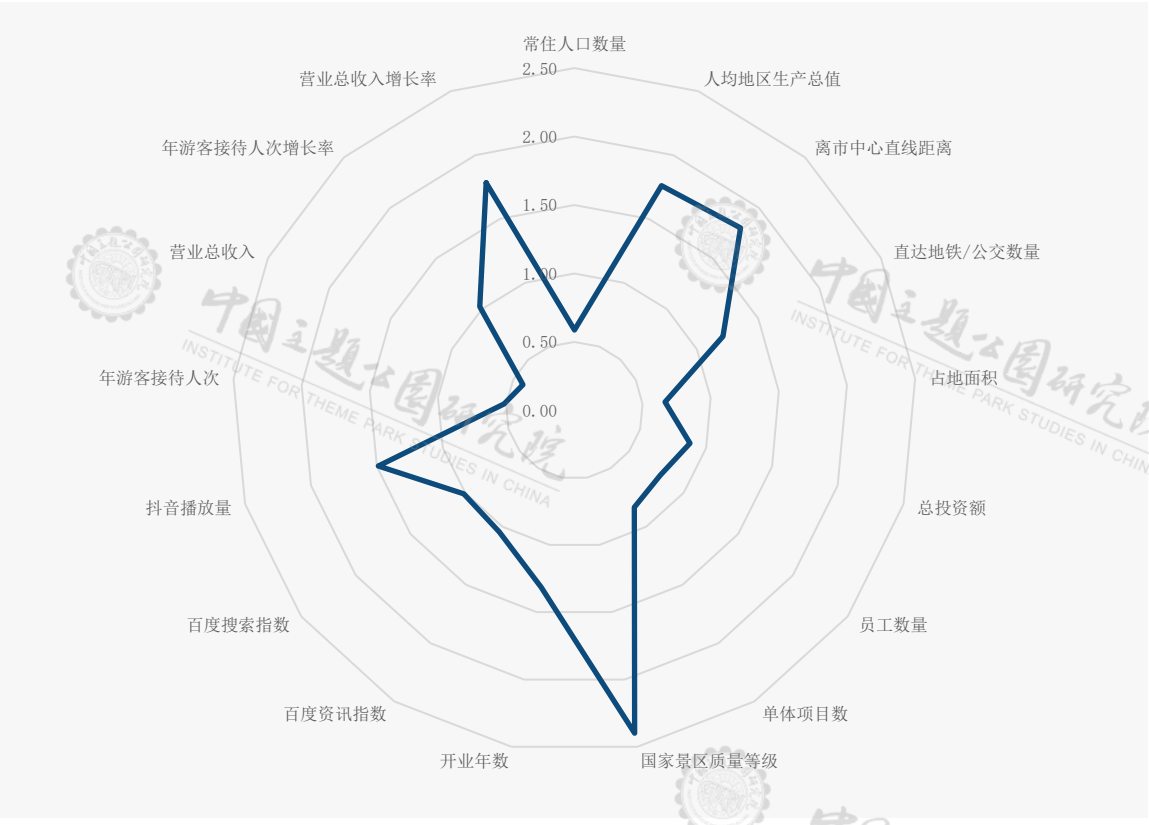


邯郸方特国色春秋主题乐园17个指标水平排列图

62 芜湖方特东方神画

芜湖方特东方神画位于安徽省芜湖市方特旅游度假区，占地约50万平方米，包含八个大型主题区，拥有十几个方特独家呈现的大型主题项目。是中国最大的主题乐园投资运营商深圳华强文化科技集团在继方特欢乐世界、方特梦幻王国、方特水上乐园之后，花巨资打造的又一个全新的大型高科技主题乐园。

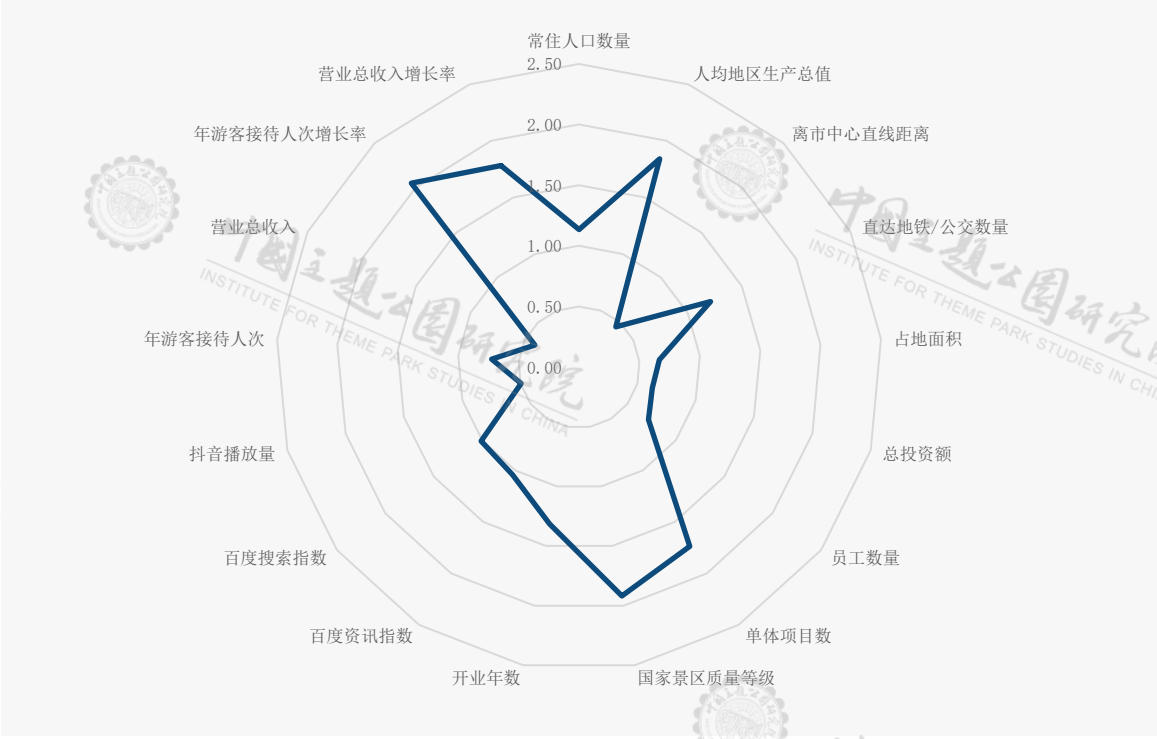
从数据分析看，芜湖方特东方神画17个指标水平值在0-2.5之间，平均水平为1.15。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、直达地铁/公交数量、国家景区质量等级、开业年数、抖音播放量和营业总收入增长率，其中最高的是国家景区质量等级，为2.40，其次是离市中心直线距离，为1.80。低于平均水平的10个指标中营业总收入最低，只有0.42，其次是年游客接待人次（0.52）。从中可以看出，芜湖方特东方神画最具有竞争力的是国家景区质量等级和离市中心直线距离。相较而言，营业总收入和年游客接待人次是其竞争力的弱项。



芜湖方特东方神画17个指标水平排列图

由蓬莱八仙过海旅游有限公司投建，是一座集参与性、观赏性为一体的现代化大型游乐园，主要建设飞翔影院、魔幻城堡、天鹅堡、末日梦魇、过山车、海盗船等大型室内外游乐设施，共包含七个主题区、百余项游乐及观赏项目，总设备数量接近30种，其中大型过山车设备5台，其它大型设备如亚马逊河流漂流和大型水上设备大冲刺等十余台。

从数据分析看，蓬莱欧乐堡梦幻世界17个指标水平值在0-2.5之间，平均水平为1.13。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有所在城市人均国内生产总值、直达地铁/公交数量、单体项目数、国家景区质量等级、开业年数、年游客接待人次增长率和营业总收入增长率，其中最高的是年游客接待人次增长率，为2.05，其次是国家景区质量等级，为1.92。低于平均水平的9个指标中营业总收入最低，只有0.40，其次是离市中心直线距离（0.45）。从中可以看出，蓬莱欧乐堡梦幻世界最具有竞争力的是年游客接待人次增长率和国家景区质量等级。相较而言，营业总收入和离市中心直线距离是其竞争力的弱项。

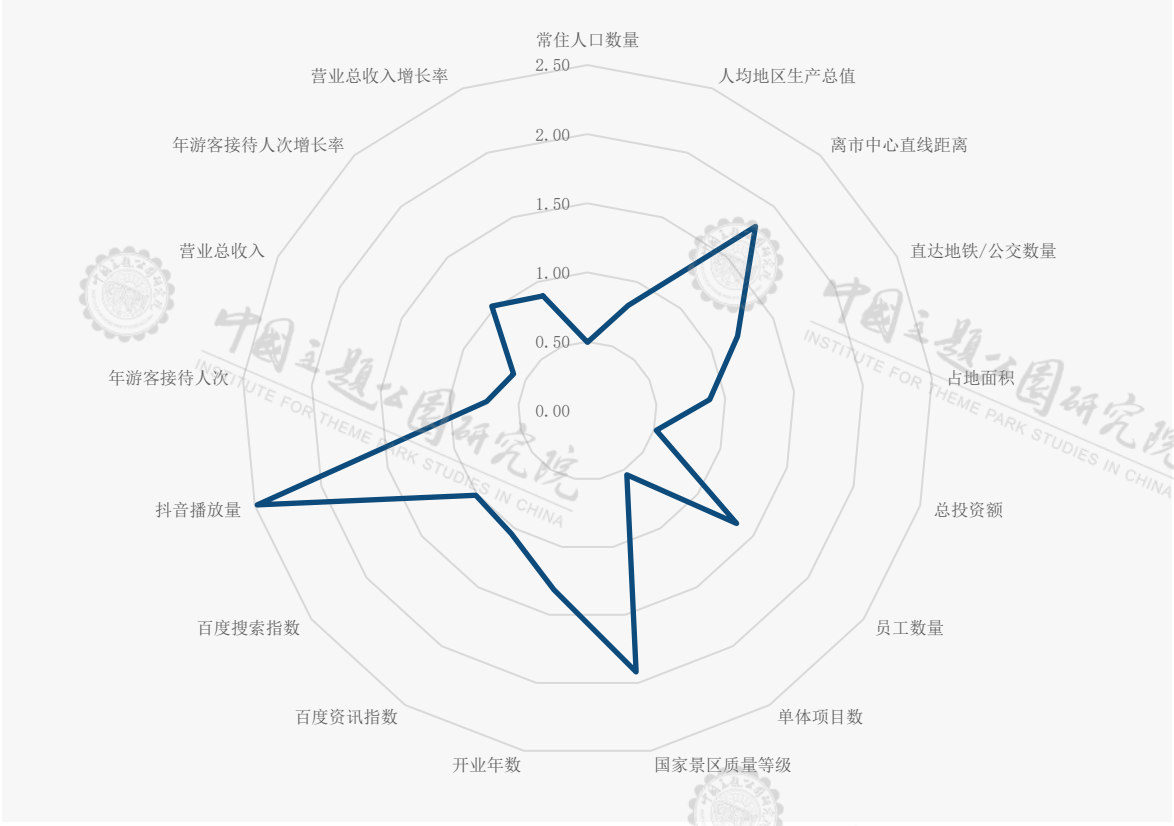


蓬莱欧乐堡梦幻世界17个指标水平排列图

64 大同方特欢乐世界

大同方特欢乐世界是位于山西省大同市平城区，总占地面积约800亩，是晋北、蒙地区第四代高科技主题公园，以科幻和互动体验为最大特色，有“东方梦幻乐园”、“亚洲科幻神奇”之美誉。

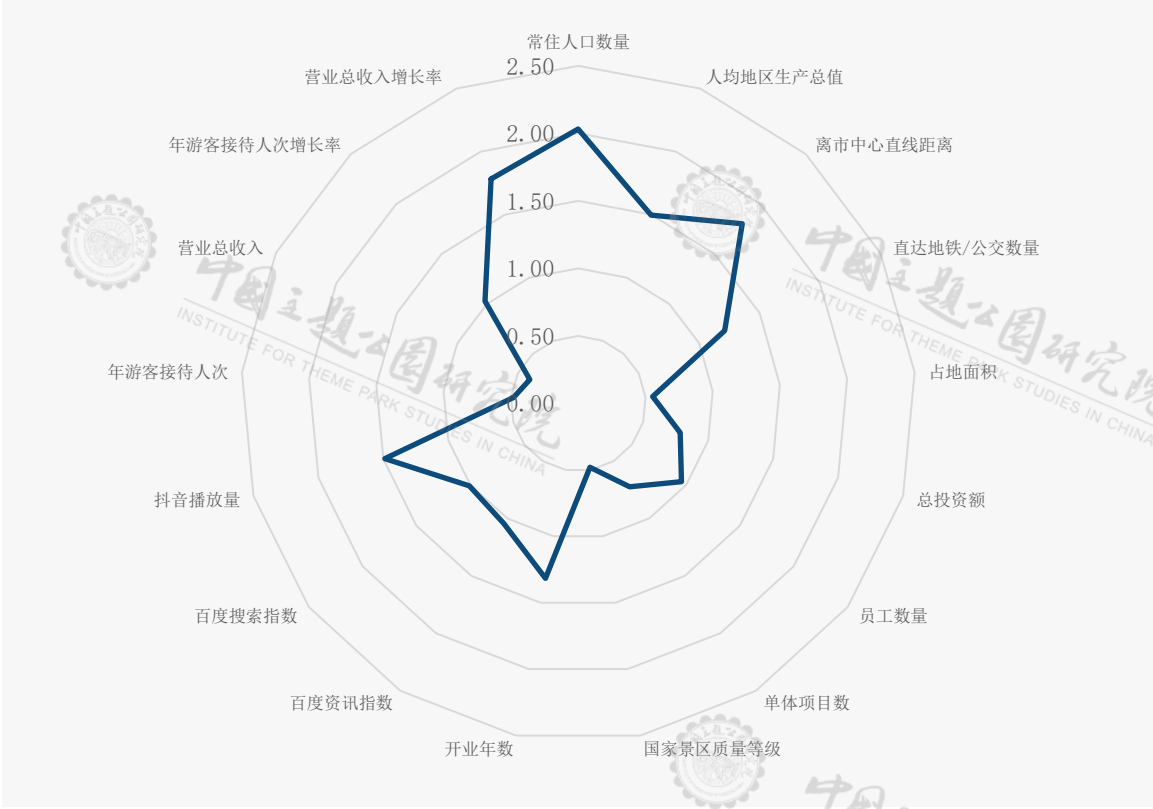
从数据分析看，大同方特欢乐世界17个指标水平值在0-2.5之间，平均水平为1.10。高于平均水平的有6个指标，占总指标的35.3%。具体有离市中心直线距离、直达地铁/公交数量、员工数量、国家景区质量等级、开业年数和抖音播放量，其中最高的是抖音播放量，为2.48，其次是国家景区质量等级，为1.92。低于平均水平的11个指标中所在城市常住人口数量最低，只有0.49，其次是总投资额（0.52）。从中可以看出，大同方特欢乐世界最具有竞争力的是抖音播放量和国家景区质量等级。相较而言，所在城市常住人口数量和总投资额是其竞争力的弱项。



大同方特欢乐世界17个指标水平排列图

郑州方特梦幻王国，是继郑州方特欢乐世界、郑州方特水上乐园之后，华强文化科技集团在郑州地区兴建的又一个现代综合性主题乐园。位于河南省郑州市，由秦陵历险、魔法城堡、决战金山寺、西游传说、丛林飞龙等20多个室内外项目组成，占地200余顷。

从数据分析看，郑州方特梦幻王国17个指标水平值在0-2.5之间，平均水平为1.09。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有所在城市常住人口数量、所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、直达地铁/公交数量、开业年数、抖音播放量和营业总收入增长率，其中最高的是所在城市常住人口数量，为2.03，其次是离市中心直线距离，为1.80。低于平均水平的10个指标中营业总收入最低，只有0.40，其次是国家景区质量等级（0.48）。从中可以看出，郑州方特梦幻王国最具有竞争力的是所在城市常住人口数量和离市中心直线距离。相较而言，营业总收入和国家景区质量等级是其竞争力的弱项。

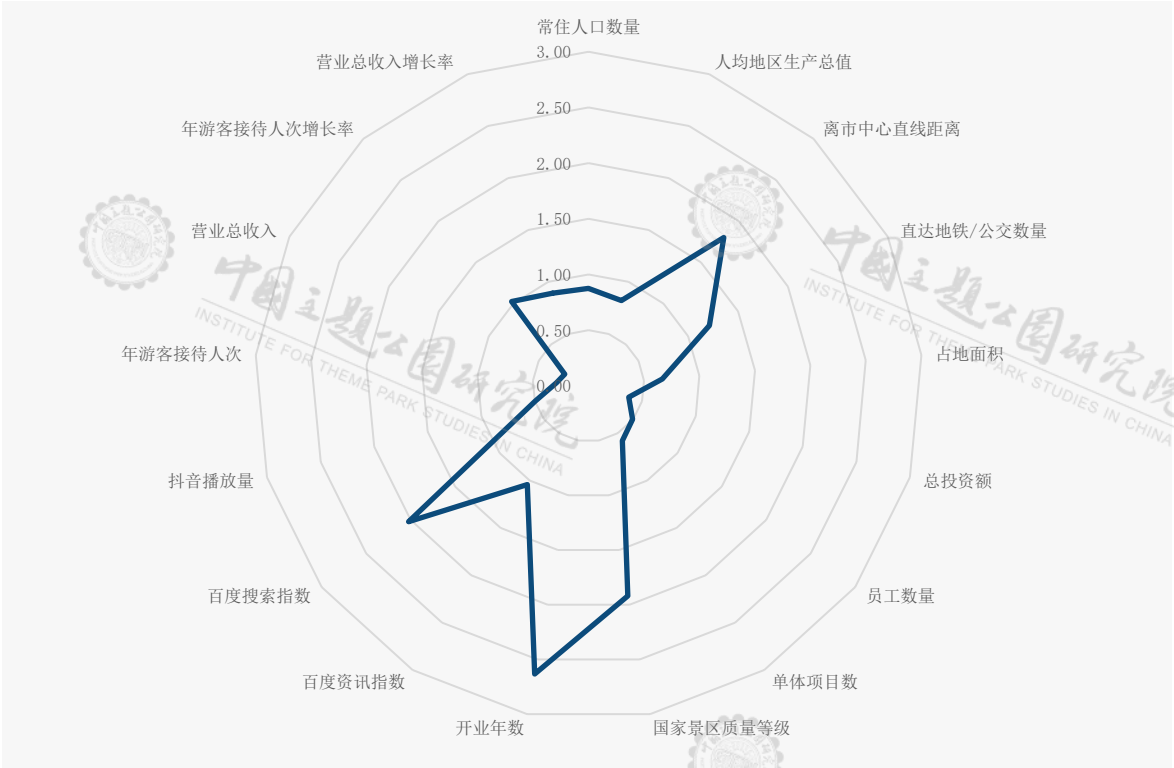


郑州方特梦幻王国17个指标水平排列图

66 泰安方特欢乐世界

泰安方特欢乐世界，位于泰安市泰山区东部新区，属第四代大型高科技科幻主题公园，由恐龙危机、飞越极限、神秘河谷、聊斋、维苏威火山、海螺湾、未来警察、生命之光等17个主题项目区组成，包含主题项目、游乐项目、休闲及景观项目300多项。

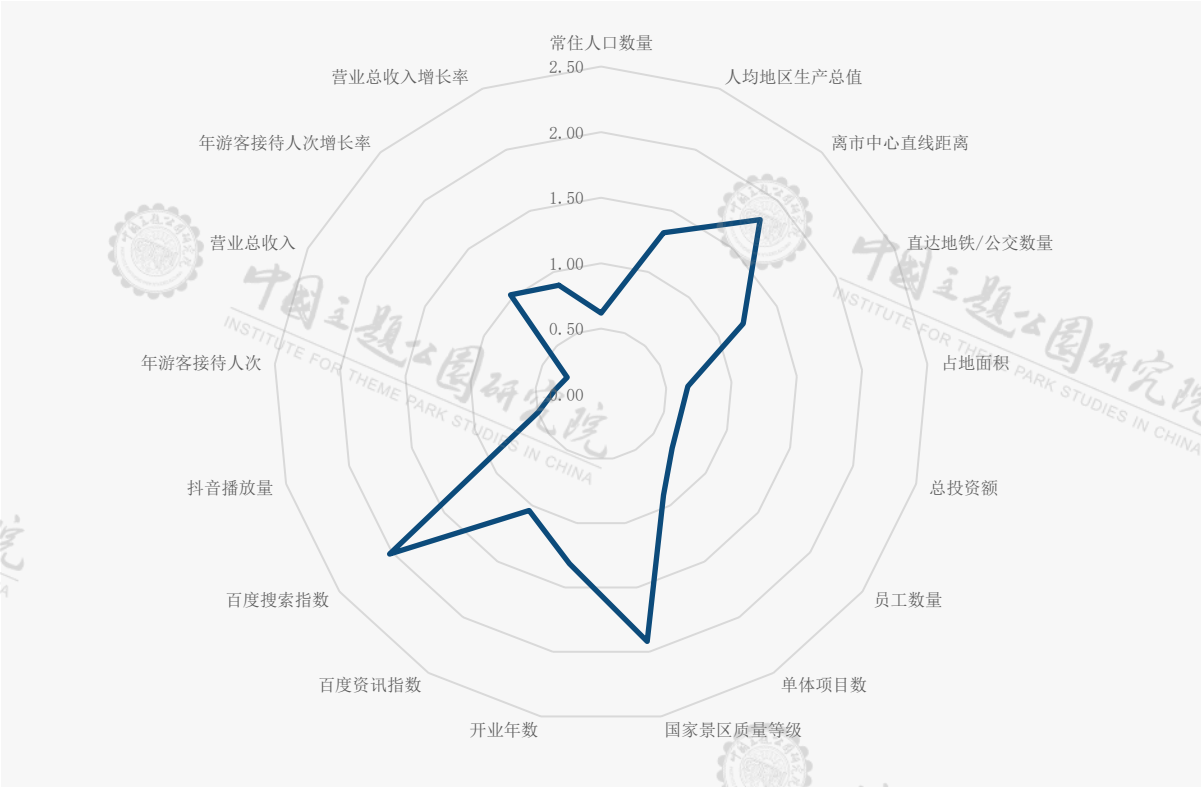
从数据分析看，泰安方特欢乐世界17个指标水平值在0-3之间，平均水平为1.02。高于平均水平的有7个指标，占总指标的41.2%。具体有离市中心直线距离、直达地铁/公交数量、国家景区质量等级、开业年数、百度资讯指数、百度搜索指数和年游客接待人次增长率，其中最高的是开业年数，为2.63，其次是百度搜索指数，为2.02。低于平均水平的10个指标中营业总收入最低，只有0.24，其次是年游客接待人次（0.29）。从中可以看出，泰安方特欢乐世界最具有竞争力的是开业年数和百度搜索指数。相较而言，营业总收入和年游客接待人次是其竞争力的弱项。



泰安方特欢乐世界17个指标水平排列图

株洲方特梦幻王国是继株洲方特欢乐世界之后深圳华强方特文化科技集团在华中地区兴建的又一个现代综合性主题乐园，它以中国神话为背景，将动漫卡通、电影特技等国际时尚娱乐元素和中国传统文化符号精妙融合，创造出充满幻想和创意的神奇天地，是对华强方特“文化+科技”核心理念的又一次完美演绎。

从数据分析看，株洲方特梦幻王国17个指标水平值在0-2.5之间，平均水平为1.01。高于平均水平的有8个指标，占总指标的47.1%。具体有所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、直达地铁/公交数量、国家景区质量等级、开业年数、百度资讯指数、百度搜索指数和年游客接待人次增长率，其中最高的是百度搜索指数，为2.02，其次是国家景区质量等级，为1.92。低于平均水平的9个指标中营业总收入最低，只有0.29，其次是年游客接待人次（0.35）。从中可以看出，株洲方特梦幻王国最具有竞争力的是百度搜索指数和国家景区质量等级。相较而言，营业总收入和年游客接待人次是其竞争力的弱项。

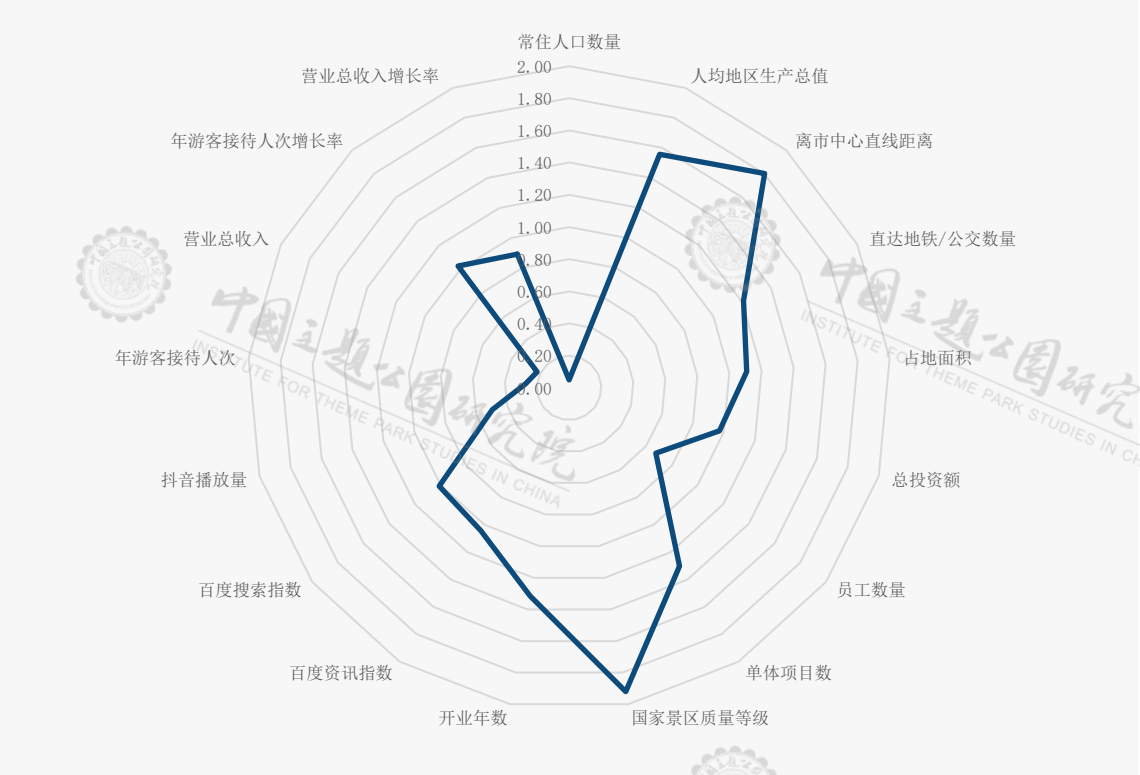


株洲方特梦幻王国17个指标水平排列图

68 嘉峪关方特丝路神画

嘉峪关方特丝路神画是一座综合展现丝路文化、长城文化、边塞古城文化、民俗文化等多元文化的高科技主题乐园，众多主题项目将带领游客梦回西域，重走丝绸之路，欣赏丝路文化艺术瑰宝。

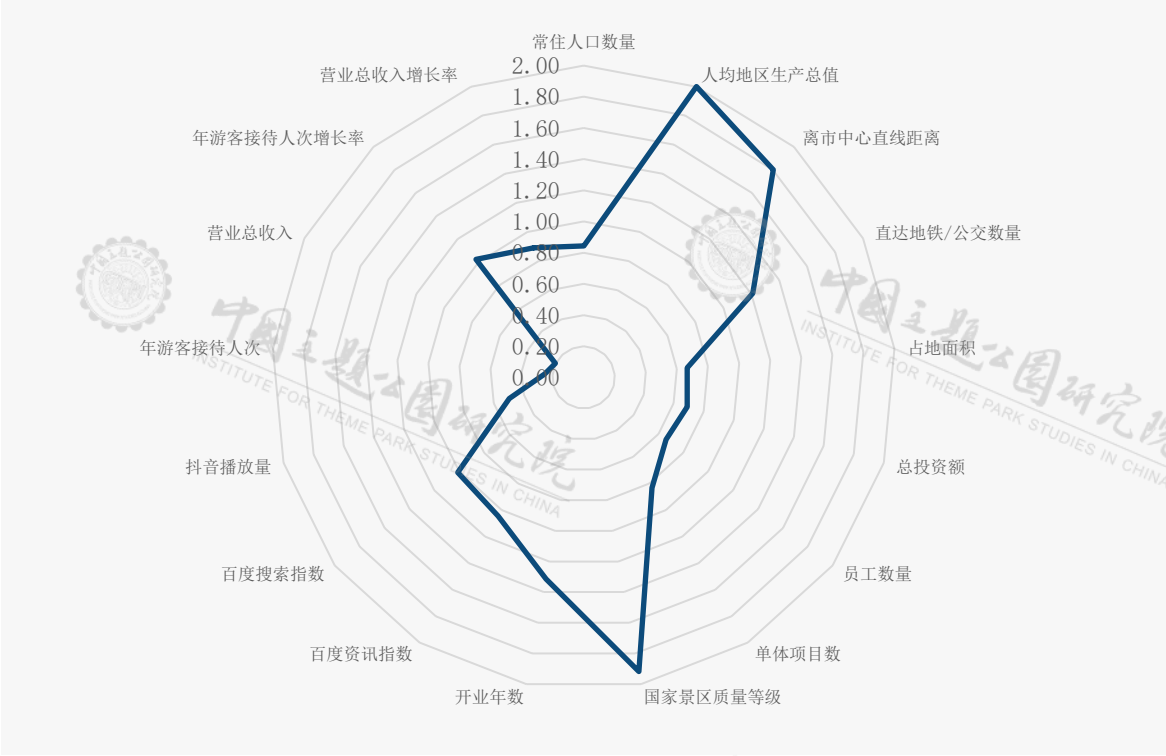
从数据分析看，嘉峪关方特丝路神画17个指标水平值在0-2之间，平均水平为0.99。高于平均水平的有10个指标，占总指标的58.8%。具体有所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、直达地铁/公交数量、占地面积、单体项目数、国家景区质量等级、开业年数、百度资讯指数、百度搜索指数和年游客接待人次增长率，其中最高的是国家景区质量等级，为1.92，其次是离市中心直线距离，为1.80。低于平均水平的7个指标中所在城市常住人口数量最低，只有0.05，其次是营业总收入（0.22）。从中可以看出，嘉峪关方特丝路神画最具有竞争力的是国家景区质量等级和离市中心直线距离。相较而言，所在城市常住人口数量和营业总收入是其竞争力的弱项。



嘉峪关方特丝路神画17个指标水平排列图

作为方特又一全新概念的主题乐园，厦门方特东方神画着重在VR、MR、AR等现代科技中融合中国优秀传统历史文化，以参与、体验、互动的创新展示方式来讲述华夏五千年文明故事。

从数据分析看，厦门方特东方神画17个指标水平值在0-2.5之间，平均水平为0.99。高于平均水平的有8个指标，占总指标的47.1%。具体有所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、直达地铁/公交数量、国家景区质量等级、开业年数、百度资讯指数、百度搜索指数和年游客接待人次增长率，其中最高的是所在城市人均国内生产总值，为2.00，其次是国家景区质量等级，为1.92。低于平均水平的9个指标中营业总收入最低，只有0.20，其次是年游客接待人次（0.25）。从中可以看出，厦门方特东方神画最具有竞争力的是所在城市人均国内生产总值和国家景区质量等级。相较而言，营业总收入和年游客接待人次是其竞争力的弱项。

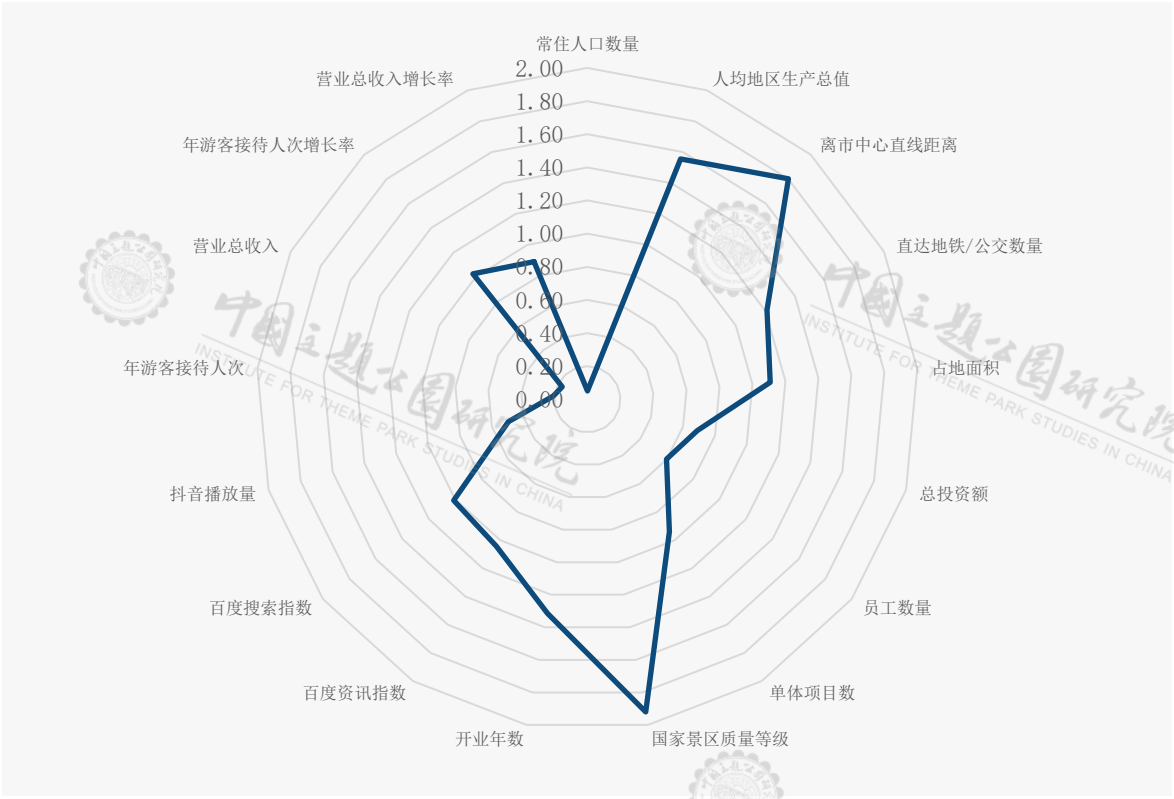


厦门方特东方神画17个指标水平排列图

70 嘉峪关方特欢乐世界

嘉峪关方特欢乐世界位于嘉峪关市南市区方特大道，由深圳华强集团投资打造。它是甘肃规模最大的高科技第四代主题公园，被誉为“东方丝路明珠”，同时它也是嘉峪关华强文化科技产业基地的重要组成部分。

从数据分析看，嘉峪关方特欢乐世界17个指标水平值在0-2之间，平均水平为0.94。高于平均水平的有9个指标，占总指标的52.9%。具体有所在城市人均国内生产总值、离市中心直线距离、直达地铁/公交数量、占地面积、国家景区质量等级、开业年数、百度资讯指数、百度搜索指数和年游客接待人次增长率，其中最高的是国家景区质量等级，为1.92，其次是离市中心直线距离，为1.80。低于平均水平的7个指标中所在城市常住人口数量最低，只有0.05，其次是营业总收入（0.17）。从中可以看出，嘉峪关方特欢乐世界最具有竞争力的是国家景区质量等级和离市中心直线距离。相较而言，所在城市常住人口数量和营业总收入是其竞争力的弱项。



嘉峪关方特欢乐世界17个指标水平排列图

中国主题公园研究院

021-65060586

http://www.our-themepark.com

华东师范大学工商管理学院休闲研究中心

021-62233333

http://fem.ecnu.edu.cn/

上海师范大学休闲与旅游研究中心

021-57126268

https://www.sitsh.edu.cn;

图片来源：各主题公园公众号、官网，特此鸣谢！