



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

2024 中国主题公园 竞争力评价报告



中国主题公园研究院
INSTITUTE FOR THEME PARK STUDIES IN CHINA

目录



前言.....	1
评价背景.....	2
评价对象.....	4
竞争力测度指标体系与评价方法.....	8
主题公园竞争力评价.....	13
主题公园的发展特征.....	30
2024年中国主题公园的 行业观察	33
2025年中国主题公园 发展预测.....	36

前言

在全球旅游市场竞争日益加剧、游客消费需求不断升级以及市场环境持续变化的背景下，我国主题公园行业正进入快速增长的新阶段。投资规模、市场影响与经营业绩已成为衡量主题公园竞争力的核心指标。然而，如何在激烈的市场竞争中脱颖而出，推动行业实现可持续发展，已成为运营者、投资者和政策制定者亟待解决的关键课题。

《2024中国主题公园竞争力评价报告》（以下简称《报告》）由中国主题公园研究院发布。

《报告》通过系统化、多维度的分析，为行业提供了关键市场洞察。《报告》不仅全面剖析了主题公园的市场表现与运营成效，还揭示了行业内部的层次结构与差异化特征。此外，《报告》还从多个角度深入阐述和预测未来主题公园面临的挑战与机遇。

《报告》系统分析了我国主题公园的优势与不足，为管理者和投资者提供科学的决策支持，帮助其在资源优化配置、品牌影响力提升等方面做出更加明智的判断。与此同时，《报告》进一步探讨了差异化战略在竞争激烈的市场环境中的重要作用，助力企业在市场中脱颖而出。

《报告》不仅提供了详实的数据支持与丰富的实践经验，还为我国主题公园行业的可持续发展奠定了坚实的理论与实践基础。我们希望，通过本报告的发布，能够为行业未来发展提供战略性建议，推动我国主题公园行业迈向新的发展高度。



二、评价背景

近年来，我国经济和社会发展经历了复杂而深刻的转型，旅游业和主题公园市场也面临着前所未有的机遇与挑战。尽管宏观经济增速有所放缓，但民众对文化娱乐和休闲旅游的需求依然旺盛，并呈现出品质化、多元化与个性化的趋势。作为融合文化、娱乐与探索于一体的综合性产业，主题公园在满足人们精神文化需求和促进区域经济发展方面，依然发挥着不可替代的重要作用。然而，在快速发展的过程中，行业也暴露出一系列制约因素。全球新冠疫情的冲击使旅游业遭受重创，主题公园的客流量和经营收益显著波动，行业的不确定性大幅增加。同时，市场竞争愈发激烈，同质化现象突出，部分主题公园因缺乏鲜明的特色和创新能力，难以满足游客日益增长的个性化和差异化需求。此外，

区域发展不均衡、资源配置不合理等结构性问题也在一定程度上限制了行业整体的提升与可持续发展。

尽管面临诸多挑战，科技进步与数字化转型为主题公园行业注入了新的活力。如何运用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、人工智能（AI）和大数据分析等先进技术提升游客体验与满意度，已成为行业发展的核心议题。同时，数字化运营与智能管理也在逐步提升主题公园的运营效率与服务水平。随着文化自信的增强和国家政策的大力支持，越来越多的主题公园深入挖掘中华优秀传统文化元素，致力于打造具有中国特色和国际竞争力的品牌。这一趋势不仅为行业发展创造了良好的政策环境，也拓展了未来的市场空间。

随着市场竞争加剧和消费者需求不断变化，对我国主题公园行业进行系统性的竞争力评价显得尤为重要。一方面，科学的评价有助于全面了解行业现状，深入分析其优势与不足，识别影响竞争力的关键因素，从而找到提升行业整体水平的有效路径。另一方面，系统性的评估能够引导行业健康、有序发展，推动主题公园在创新驱动、品质提升和品牌建设等方面取得新的突破，更好地满足市场需求和时代发展的要求。

《报告》采用科学、客观、严谨的分析方法，建立了一套完善的竞争力评价指标体系，从投入规模、市场影响和经营绩效等多个维度，对我国主题公园行业进行了全面而深入的评估。《报告》不仅为行业提供了权威的数据支持和决策参考，也为

政府部门、投资者和学术界了解行业动态与发展趋势提供了重要依据。希望通过这份报告，能够助力我国主题公园行业实现高质量发展，满足人民对美好生活的向往，并进一步提升我国主题公园在全球市场中的竞争力和影响力。



三、评价对象



《报告》涉及的主题公园概念，依然是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。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。



©襄阳华侨城奇幻谷

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。

《报告》的评价对象为特大型和大型主题公园，即总占地面积600亩及以上或总投资15亿元及以上的中国内地主题公园（港澳台地区的主题公园暂不纳入评价）。符合本年度评价条件的主题公园87家。鉴于竞争力评价所需资料的可获得性，最终有86家被纳入本年度评价中。其中，特大型主题公园有4家：上海迪士尼乐园、北京环球影城、珠海长隆海洋王国、广州长隆欢乐世界，大型主题公园82家。相比去年，样本数量净增加了5家，分别是襄阳华侨城奇幻谷、自贡方特恐龙王国、淮安方特东方欲晓、台州方特·狂野大陆、延吉恐龙王国。

特大型主题公园

总占地面积 ≥ 2000 亩 或 总投资 ≥ 50 亿元

大型主题公园

$2000\text{亩} > \text{总占地面积} \geq 600\text{亩}$ 或 $50\text{亿} > \text{投资额} \geq 15\text{亿}$

中小型主题公园

$600\text{亩} > \text{总占地面积} \geq 200\text{亩}$ 或 $15\text{亿} > \text{投资额} \geq 2\text{亿}$

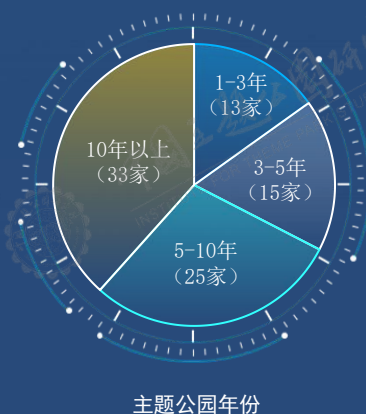
86家 纳入评价



纳入评价的86家主题公园分布在27个省（直辖市或自治区），具体为：东北地区7家（辽宁5家、黑龙江1家、吉林1家），华北地区8家（北京3家、河北1家、山西2家、天津2家）、西北地区5家（甘肃2家、青海1家、陕西1家、新疆1家），西南地区7家（重庆1家、四川5家、云南1家），华中地区14家（河南4家、

湖北4家、湖南6家），华东地区36家（安徽3家、福建3家、江苏10家、江西2家、山东8家、上海3家、浙江7家），华南地区9家（广东6家、广西2家、海南1家）。

在这86家主题公园中，开园1—3年的有13家，开园3—5年的15家，开园5—10年的25家，开园10年以上33家，其中开园年份最长的是深圳锦绣中华，至今已经35年。



13014.198万人次

纳入本年度评价的86座特大型和大型主题公园
2023年总接待游客量

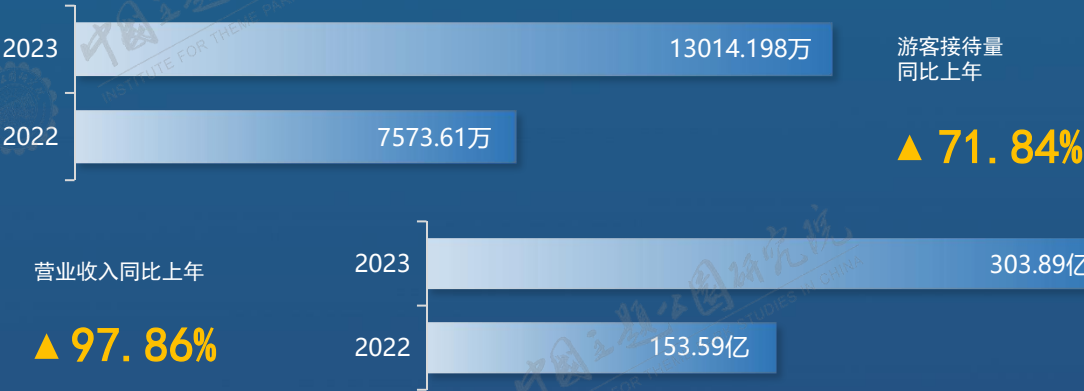
303.89亿元

纳入本年度评价的86座特大型和大型主题公园
2023年总营业收入

纳入本年度评价的86座特大型和大型主题公园均为2023年1月之前开业的项目，统计数据为2023年一整年的数据。2023年，这86家主题公园共接待游客13014.198万人次，实现累计营业收入303.89亿元人民币。与上一年度相比，游客接待量同比增长71.84%，营业收入同比增长97.86%，呈现出显著的增长态势。

从上述数据可以看出，随着2022年底公共卫生事件的结束及防控措施的全面解除，我国主题公园行业迅速恢复正常运营。在这一有利的宏观环境下，各大主题公园积极应对市场变化，锐意进取，不断进行创新与变革，展现出强劲的发展动力。游客数量和营业收入的显著提升，既表明被抑制的旅游需求得到了充分释放，也反映了主题公园在提升服务质量、丰富游乐项目、加强品牌建设等方面取得的显著成效。

数据对比示意图（2023年与2022年纳入评价的主题公园）



进一步分析2022年和2023年均纳入评价的80家特大型和大型主题公园的数据，可以清晰看到经营效益显著的增长。2022年，这80家主题公园共接待游客7573.61万人次，累计实现营业收入153.59亿元人民币。到了2023年，这80家主题公园接待游客总数达到12214.81万人次，营业收入升至291.89亿元人民币。与上一年度相比，游客接待量同比增长61.28%，营业收入同比增长90.04%，反映出市场需求的快速回暖和行业活力的持续提升。

这一增长趋势表明，主题公园作为旅游业的重要组成部分，正迎来新的发展机遇。通过深入挖掘文化内涵、引入先进科技手段以及优化运营管理策略，主题公园行业有望稳步发展。这一现象也为行业政策制定者提供了重要的启示：应进一步加强对主题公园的政策支持和市场引导，鼓励企业在创新和品质提升方面不断探索，以促进主题公园在满足人民群众对美好生活需求、推动经济社会发展过程中发挥更大的作用。

对比类目	2022年（80家）	2023年（80家）	同比
游客接待量（万人次）	7573.61	12214.81	↑ 61.28%
营业收入（亿元人民币）	153.59	291.89	↑ 90.04%

2022年和2023年均纳入评价的主题公园数据对比表

四

竞争力测度指标体系 与评价方法



(一) 多维度指标体系的构建与优化

1. 评价体系的优化与构建

经过深入研究和多次严谨的论证，我们对原有的评价体系进行了系统性的优化，最终构建了一个更为全面和细致的主题公园竞争力评估体系。该体系由三个核心维度组成，即投入规模、市场影响和经营绩效三个一级指标，进一步细化为十一个关键性的二级指标。

通过对这些指标的综合分析，可以全方位评估主题公园的综合实力和市场竞争力，从而为行业的发展和企业的战略规划提供科学的参考依据。

一级指标	二级指标
投入规模	占地面积
	总投资额
	员工数量
市场影响	携程热度
	携程评分
	美团评分
	大众点评评分
	抖音评分
	游客增长率
经营绩效	游客接待量
	营业收入



©太原方特东方神画

主题公园的经营绩效评估是一个多维度的系统性过程，不仅涉及资源投入的合理性，还要考察市场表现与盈利能力的综合表现。通过科学的评估体系全面反映主题公园在不同层面的运营现状，揭示其未来发展的潜力与风险点。为了更准确地衡量公园的综合竞争力，从三个核心维度展开分析：

2. 核心维度的深入分析与优化

第一个维度：投入规模

这一维度旨在评估主题公园的规模效应与资源利用效率，重点分析主题公园如何将有形资产转化为无形的竞争优势。占地面积反映了主题公园的物理规模与空间容量，是基础设施投入的直接体现；总投资额代表了资本投入的规模与力度，反映项目的资金实力与建设水平；员工数量则体现了人力资源配置与管理规模。这一维度不仅揭示了主题公园的现有运营实力，还为其未来的发展潜力提供了重要的参考依据。

第二个维度：市场影响

该维度侧重评估主题公园满足游客需求、提升用户满意度和塑造品牌形象的能力。通过创新地融合新兴数字化指标，全面反映了主题公园在社交媒体与在线平台上的表现，从而揭示其在数字时代的市场渗透力与品牌影响力。携程热度和评分、美团评分、大众点评评分等用户评价指标，直接体现了游客的认可度与满意度。游客通过各平台获得主题公园信息之后产生造访主题公园的行动，使主题公园游客量上升。因此，在市场影响的评价中，除了公众平台的评分之外，最能够反映出品牌影响的指标便是游客增长率。所以，游客增长率是主题公

园市场影响的重要评价指标。这种多维度的指标组合，使评估体系能够从线上到线下、从传统渠道到新媒体，全面分析主题公园的市场表现与品牌价值。

第三个维度：经营绩效

经营绩效维度是衡量主题公园运营效率与盈利能力的核心。该维度重点考察游客接待量和营业收入等关键数据。游客接待量直接反映了主题公园的市场吸引力与客流水平，是评估其市场竞争力与运营状况的重要指标；营业收入则体现了公园的盈利能力与财务健康状况。通过对这些数据的深入分析，不仅可以评估主题公园的当前经营状况，还能揭示其长期的可持续发展潜力及在行业中的地位 and 影响力。

游客接待量和营业收入是密切相关、相辅相成的关键指标。游客接待量的增加为主题公园创造更多收入机会，同时，优化收入结构和运营策略能提升游客的体验满意度，进而吸引更多游客，实现良性循环。





©珠海长隆海洋王国

(二) 数据采集与处理的严谨方法论

为确保评估结果的客观性与准确性，本报告采用了多元化的数据采集策略与严格的数据处理流程，构建了科学、系统的评价体系。数据采集与处理的方法论包括以下几个方面：

1. 权威统计数据

《报告》采用国家统计局、文化和旅游部等官方机构发布的年度统计数据作为基础数据来源。这些数据具有高度的权威性与可靠性，为评价提供了坚实的统计支持。官方数据涵盖了宏观经济指标、旅游业发展状况及主题公园运营数据等关键信息，有助于从宏观层面把握行业的整体发展趋势。

2. 行业报告分析

通过对主题公园相关协会以及各大主题公园运营机构发布的专业报告和公开资料进行深入挖掘，获取行业内部的深度洞察。这些报告通常包含了最新的行业动态、市场分析、技术创新和运营策略等内容，为评价提供了丰富的行业背景和专业见解。

3. 实地调研监测

除了与相关管理部门和主题公园运营单位进行了密切的沟通，并通过实地考察、实时监测等方式，

获取了第一手资料。实地调研能够直观地了解主题公园的实际运营状况、设施建设、服务质量和游客体验等方面的信息，为评估提供了重要的实证依据。

4. 大数据分析

利用各大网络平台的大数据资源，对消费者行为和市场趋势进行了实时的动态捕捉。通过对网络搜索指数、社交媒体讨论热度、在线评价和预订数据等信息的分析，深入了解消费者偏好、市场需求和品牌影响力等关键因素。

5. 交叉验证

为了最大限度地确保数据的准确性和客观性，对多渠道获取的数据进行了交叉比对和相互验证。通过不同数据源之间的对比分析，识别并校正可能存在的数据偏差和异常值，提高了数据质量和研究结果的可信度。

基于上述严谨的数据采集与处理方法，构建了全面而科学的指标体系，力求为中国主题公园行业提供最具洞察力和参考价值的竞争力评估报告。同时，考虑到原始数据之间可能存在的数量级差异以及对评价结果的影响，对部分指标数据进行了标准化和赋值处理，以确保各指标在综合评价中的合理性和可比性。

（三）评价方法

1. 指标权重赋值方法

《报告》在指标权重赋值方面采用了创新性的方法，融合了主观判断的灵活性和客观分析的严谨性。以“差异驱动”原理为核心，构建了一个精密而全面的权重计算模型，最大程度地提升评价结果的科学性和可靠性。如下将指标权重记为：

$$\lambda_i = V_j / \sum_{j=1}^{11} V_j \quad (A)$$

其中 $V_j = S_j / \bar{X}_j$, $\bar{X}_j = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N X_{ij}$, $S_j = \sqrt{\frac{1}{N} \sum_{i=1}^N (X_{ij} - \bar{X}_j)^2}$ ($i=1, 2, 3, \dots, N$; $j=1, 2, 3, \dots, 11$; 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

在构建主题公园综合竞争力评价指标体系 (Theme Park Comprehensive Competitiveness Index, 简称TPI) 时，采用了变量集聚方法。不仅简化了评估过程，更重要的是，它能够全面捕捉复杂的竞争动态。模型构建的核心理念：

(1) 多维度整合：TPI不仅考虑每个独立指标的单独贡献，还量化了各指标之间的相互作用和集聚效应。这种方法能够更准确地反映主题公园竞争力的整体性和复杂性。

(2) 非线性机制的识别：模型突破了传统线性评估的局限，引入了非线性机制的概念，更好地捕捉现实中复杂的因果关系和相互影响。

(3) 协同效应的量化：特别关注发展基础 (DF)、

市场影响 (PM) 和经营绩效 (OP) 这三大核心维度之间的协同作用。模型设计充分考虑了这些维度如何相互促进、相互影响，从而产生超越单一维度叠加的整体效果。

(4) 动态评估框架：模型不是静态的，而是能够随时间和环境变化而调整。这种动态性使得评估结果能够更好地反映市场的实时变化和长期趋势。

根据柯布道格拉斯函数式构建如下评价模型：

$$TPI_j = DF_j^a PM_j^b OP_j^c \quad (B)$$

式中，a、b、c依次代表基础、市场影响和经营绩效的偏弹性系数。

(B) 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3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比较大。因此本报告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：

$$Y_{ij} = (X_{ij} / \max_{1 \leq i \leq N} [X_{ij}])$$

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：

$$TPI_i = \prod_{j=1}^3 Y_{ij}^a \prod_{j=4}^9 Y_{ij}^b \prod_{j=10}^{11} Y_{ij}^c \quad (C)$$

从式 (C) 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。

©北京环球影城



五、主题公园竞争力评价

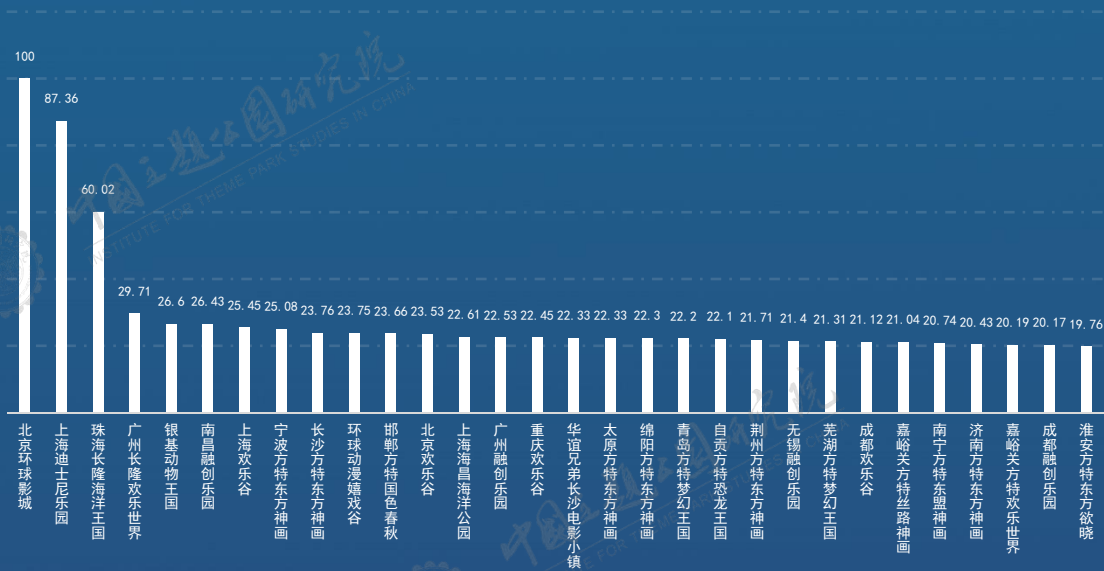


(一) 分类评价

1. 投入规模

在主题公园行业中，投入规模作为评价体系的组成部分，主要涵盖占地面积、总投资额和员工数量等指标。这些指标不仅反映了主题公园的基础实力与资源配置水平，也在一定程度上揭示了其市场潜力与竞争能力。然而，庞大的用地面积和高额资本投入虽然奠定了物理和财务基础，但并不直接保证经营业绩的卓越表现。因此，如何将资源投入有效转化为市场吸引力与盈利能力，才是衡量主题公园竞争力的核心挑战。

投入规模评价排名（前30名）



排名	主题公园	得分
31	长影环球100奇幻乐园	19.75
32	乐华恒业欢乐世界	19.38
33	热高乐园丛林欢乐世界	19.30
34	锦绣中华民俗文化村	19.05
35	徐州乐园欢乐世界	18.99
36	中华恐龙园	18.92
37	大连老虎滩海洋公园	18.77
38	襄阳华侨城奇幻谷	18.75
39	株洲方特欢乐世界	18.60
40	南京欢乐谷	18.34
41	哈尔滨融创乐园	18.08
42	苏州华谊兄弟电影乐园	18.01
43	沈阳方特欢乐世界	17.87
44	柳州克里湾欢乐世界	17.86
45	合肥融创乐园	17.64
46	淹城春秋乐园	17.60
47	大同方特欢乐世界	17.38
48	赣州方特东方欲晓	17.13

排名	主题公园	得分
49	深圳世界之窗	17.13
50	大连海昌发现王国	17.01
51	七彩云南·欢乐世界	16.96
52	济南融创乐园	16.72
53	皇家海洋乐园	16.48
54	台州方特·狂野大陆	16.41
55	泰安太阳部落主题公园	16.37
56	芜湖方特东方神画	16.11
57	武汉欢乐谷	16.10
58	建业·华谊兄弟电影小镇	16.08
59	淮安西游乐园	16.02
60	宁波方特东方欲晓	15.93
61	天津欢乐谷	15.66
62	贵安欢乐世界	15.62
63	天津方特欢乐世界	15.45
64	郑州方特梦幻王国	14.93
65	深圳欢乐谷	14.80
66	常德卡乐星球欢乐世界	14.78
67	苏州乐园森林世界	14.76

排名	主题公园	得分
68	泉城欧乐堡梦幻世界	14.74
69	延吉恐龙王国	14.72
70	厦门方特梦幻王国	14.60
71	阿唛龙幻想乐园	14.46
72	杭州hello kitty乐园	14.36
73	郑州方特欢乐世界	14.04
74	株洲方特梦幻王国	13.88
75	北京世界公园	13.82
76	厦门方特东方神画	13.66
77	蓬莱欧乐堡梦幻世界	13.64
78	长沙世界之窗	13.51
79	成都国色天乡一期童话世界	13.19
80	泰安方特欢乐世界	13.18
81	梦外滩影视主题公园	12.91
82	（金华横店）梦幻谷	11.19
83	杭州宋城	10.95
84	西宁新华联童梦乐园	10.09
85	青岛极地海洋公园	9.18
86	武汉极地海洋公园	8.32

投入规模评价排名（第31-86名）

从投入规模评价排名可以看出，尽管资源投入规模较大的主题公园（如南昌融创乐园、环球动漫嬉戏谷等）拥有可观的发展潜力，但大规模的投入并不足以保证长期的市场成功。资本和物理规模的扩张虽然奠定了发展的物质基础，但若缺乏精准的市场定位和灵活的运营策略，主题公园在激烈的市场竞争中仍可能陷入困境。高额投入并非市场成功的决定性因素，经营效益还需依赖于主题公园在市场需求变化中的应变能力等因素。

投入规模的资源有效转化

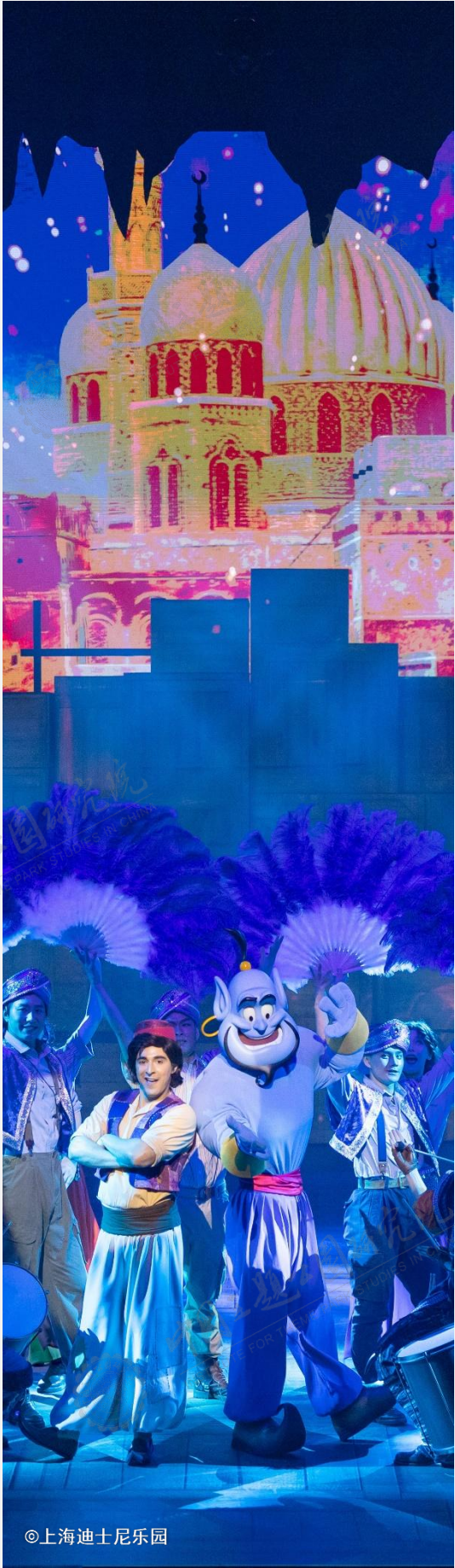
在主题公园行业，投入规模虽能奠定发展的基础，但真正的市场成功依赖于资源的有效转化。这一过程需要通过科学规划和灵活运营，将土地、资本与人力资源转化为市场吸引力和盈利能力。用地面积的合理利用至关重要，仅靠扩大面积并不足以提高市场表现。开发多样化项目和沉浸式体验有助于优化空间价值，使游客停留时间和消费意愿同步提升。

资源投入与经营业绩的非线性关系

通过分析本年度的投入规模排名与经营业绩排名，可以发现投入规模并不总是与经营成果呈正相关关系。例如，上海海昌海洋公园（投入规模第13位）与深圳世界之窗（第49位），尽管在资源投入上处于中游，但在经营业绩的排名中均进入了前十名，展现出卓越的运营能力和市场适应性。相比之下，南昌融创乐园（第6位）与环球动漫嬉戏谷（第10位）虽然在资源投入上名列前茅，但其经营业绩排名分别位列第71位和第33位。这一现象表明，单纯依赖大规模投入无法确保市场成功，主题公园必须通过灵活多样的运营模式和高效的市场策略，才能真正转化资源优势，实现卓越的经营表现。

资源投入与市场表现的关键平衡

虽然投入规模为主题公园的发展奠定了必要的物质基础，但这并不足以保证更多的游客量和高收益。市场表现的关键在于如何将资源与创新的运营模式和灵活的市场策略相结合，实现资源的高效转化。在激烈的市场竞争中，仅靠资本和物理规模难以维持市场地位的稳固。主题公园的成功不仅依赖于资源的充足投入，更取决于其高效管理和市场策略的灵活应变，以确保在动态市场中长期保持竞争优势和可持续发展。



©上海迪士尼乐园

2. 市场影响

从市场影响的评价来看，主题公园的成功不再仅仅依赖于娱乐设施的丰富性，而是与品牌塑造、文化传播、IP资源和市场渗透力密切相关。除了平台的得分之外，主题公园的IP和品牌知名度对市场的影响和游客对主题公园的认可度也至关重要。能够脱颖而出的主题公园往往具备国际化视野，拥有强大的IP资源，并通过本土化运营与文化认同的策略赢得了广泛的市场支持。同时，市场的竞争格局也愈发多元化，不同层级的主题公园通过品牌推广、游客互动以及独特的娱乐体验，在区域市场中形成了各自的竞争力。分析市场影响的指标有助于厘清主题公园在品牌传播、IP运营、游客体验和市场表现方面的优劣势，为其长期的品牌发展和运营策略提供方向。



排名	主题公园	得分
31	厦门方特梦幻王国	40.45
32	台州方特·狂野大陆	40.43
33	成都融创乐园	40.33
34	哈尔滨融创乐园	40.23
35	株洲方特欢乐世界	40.18
36	七彩云南·欢乐世界	40.18
37	（金华横店）梦幻谷	40.09
38	华谊兄弟长沙电影小镇	40.02
39	郑州方特梦幻王国	39.90
40	淮安西游乐园	39.81
41	长沙方特东方神画	39.78
42	大连老虎滩海洋公园	39.76
43	绵阳方特东方神画	39.48
44	无锡融创乐园	39.43
45	大连海昌发现王国	39.42
46	徐州乐园欢乐世界	39.42
47	赣州方特东方欲晓	39.41
48	济南融创乐园	39.41

排名	主题公园	得分
49	建业·华谊兄弟电影小镇	39.23
50	芜湖方特梦幻王国	39.10
51	大同方特欢乐世界	39.10
52	合肥融创乐园	39.00
53	延吉恐龙王国	38.93
54	环球动漫嬉戏谷	38.86
55	邯郸方特国色春秋	38.84
56	梦外滩影视主题公园	38.66
57	淮安方特东方欲晓	38.51
58	泉城欧乐堡梦幻世界	38.47
59	蓬莱欧乐堡梦幻世界	38.27
60	苏州乐园森林世界	38.22
61	株洲方特梦幻王国	38.18
62	济南方特东方神画	38.17
63	青岛方特梦幻王国	38.16
64	宁波方特东方神画	38.14
65	南昌融创乐园	38.08
66	厦门方特东方神画	37.78
67	杭州hello kitty乐园	37.76

排名	主题公园	得分
68	嘉峪关方特丝路神画	37.65
69	芜湖方特东方神画	37.63
70	北京世界公园	37.42
71	嘉峪关方特欢乐世界	37.05
72	宁波方特东方欲晓	36.85
73	苏州华谊兄弟电影乐园	36.83
74	皇家海洋乐园	36.77
75	泰安方特欢乐世界	36.60
76	淹城春秋乐园	35.91
77	西宁新华联童梦乐园	35.73
78	泰安太阳部落主题公园	35.22
79	长影环球100奇幻乐园	35.00
80	乐华恒业欢乐世界	34.87
81	贵安欢乐世界	34.36
82	常德卡乐星球欢乐世界	34.28
83	热高乐园丛林欢乐世界	34.18
84	成都国色天乡一期童话世界	32.65
85	阿唛龙幻想乐园	32.63
86	柳州克里湾欢乐世界	32.34

市场影响评价排名（第31-86名）

通过对市场影响指标的排名，可以全面洞察各大主题公园在品牌传播、游客互动以及市场响应能力方面的表现。这些数据表明，市场影响力的提升并非一蹴而就，而是长期品牌建设与持续创新营销的结果。成功的主题公园不仅需要深耕品牌形象，还要通过灵活的市场策略和丰富的互动体验，不断提升市场认可度与竞争力。

从市场影响的整体分析来看，可将主题公园的市场表现划分为三类。

· 领先品牌的优势

在市场影响分类评价排名方面，上海迪士尼乐园以绝对优势位居榜首，充分表明其在品牌影响力、市场覆盖率及文化传播等方面的领先地位。上海迪士尼不仅凭借全球知名IP（如米老鼠和漫威角色）吸引大量游客，还通过本土化战略成功融合了中国文化元素，进一步巩固了其在国内市场的主导地位。这种全球品牌与本土文化的有机结合，使其在市场竞争中具备了独特而持久的优势。

· 市场主要竞争者

紧随其后的第二名和第三名分别是北京环球影城和珠海长隆海洋王国。北京环球影城依托其国际知名电影IP（如《哈利·波



©珠海长隆海洋王国



©上海迪士尼乐园

特》、《变形金刚》等）和先进的娱乐设施，迅速获得市场的广泛认可与青睐。而珠海长隆海洋王国则凭借其海洋主题展示和独特的娱乐体验，打造了强大的本土品牌影响力。这三家主题公园的成功表明，品牌IP与国际化运营模式在提升市场影响力方面发挥了重要作用。

· 区域市场的中坚力量

排名第四至第十的主题公园分别是：北京欢乐谷、上海海昌海洋公园、上海欢乐谷、南宁方特东盟神画、广州长隆欢乐世界、武汉欢乐谷、深圳世界之窗和自贡恐龙王国也展现出强劲的市场影响力和竞争力。

在市场影响排名中，武汉欢乐谷进入了第9位。武汉欢乐谷依托华侨城的品牌优势，结合本地文化特色和多元化的娱乐项目，以及有效的市场营销策略，成功打造了在华

中地区具备显著影响力的主题公园品牌。其品牌影响力不仅体现在游客数量的增长上，也体现在对区域旅游产业的带动作用和对城市文化形象的提升上。通过持续的品牌建设和创新，武汉欢乐谷在区域市场的地位得到了进一步巩固和发展。



©武汉欢乐谷城



· 市场影响的三类定位

从主题公园市场影响分析，可将市场影响的分类评价分值划分为三类：

第一类：得分50分以上的11家，占总数的12.79%。这部分主题公园在各个方面都展现出了卓越的实力，不仅拥有先进的娱乐设施和独特的主题设计，还在品牌塑造、数字传播和游客体验等方面树立了行业标杆。

第二类：得分40-50分的27家，占总数的31.40%。这些主题公园代表了行业的主流水平，并在市场上扮演着关键的稳定力量。尽管与第一类公园相比，它们的市

场影响力稍显不足，但这并不完全归因于其经营能力的欠缺。部分属于同一品牌的主题公园已跻身第一类，导致同品牌下的其他主题公园分数略低。此外，区域城市知名度、交通条件、设施创新、运营效率及市场营销等因素也对这些公园的市场表现造成一定影响。尽管如此，这些公园在游客体验和市场表现上仍取得了不俗成绩，并对行业的长期稳定与可持续发展发挥了重要作用。

第三类：得分40分以下的48家，占总数的55.81%。尽管这些主是公园目前的市场影响力相对较弱，但它们在提供多样化的娱乐体验和创新性方面发挥着不

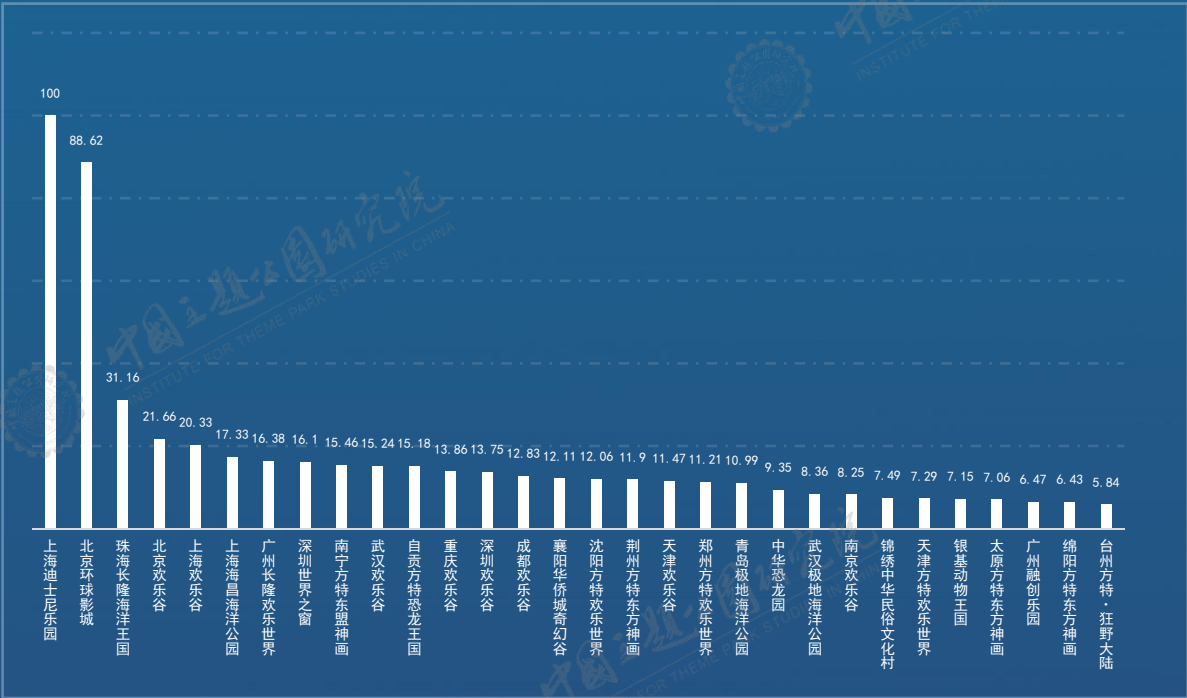
可或缺的作用。通过独特的主题定位和灵活的运营策略，这些公园为行业带来了新的活力和增长空间，满足了不同游客群体的需求，具有巨大的潜在发展潜力。

通过对以上三类主题公园的划分，可以更清晰地了解行业的现状和各大主题公园所处的市场地位。第一类公园以其卓越的综合实力引领行业前进；第二类公园作为中坚力量，代表了行业的主流水平，具备进一步提升的潜力；第三类公园虽然目前影响力较弱，但在创新和多样性方面仍然有提升的空间，未来有望通过提升自身实力而实现突破。

3. 经营绩效

本年度经营绩效评价深入分析了我国主题公园行业的不同经营绩效，揭示了行业的竞争态势。通过对不同绩效主题公园的经营特点、发展瓶颈和未来机遇的系统化分析，《报告》为行业的优化和可持续发展提供了重要参考。这一评价不仅为理解行业现状提供了关键洞察，也为主题公园的战略规划和竞争力提升提供了建议。

经营绩效评价排名（前30名）



排名	主题公园	得分
31	淮安西游乐园	5.29
32	无锡融创乐园	5.15
33	环球动漫嬉戏谷	4.95
34	芜湖方特梦幻王国	4.87
35	苏州乐园森林世界	4.85
36	厦门方特梦幻王国	4.80
37	合肥融创乐园	4.75
38	杭州宋城	4.74
39	长沙世界之窗	4.70
40	邯郸方特国色春秋	4.60
41	成都国色天乡一期童话世界	4.55
42	哈尔滨融创乐园	4.44
43	大同方特欢乐世界	4.34
44	（金华横店）梦幻谷	4.31
45	延吉恐龙王国	4.00
46	青岛方特梦幻王国	3.90
47	郑州方特梦幻王国	3.89
48	宁波方特东方神画	3.87

排名	主题公园	得分
49	长沙方特东方神画	3.86
50	杭州hello kitty乐园	3.67
51	株洲方特欢乐世界	3.63
52	济南融创乐园	3.63
53	建业·华谊兄弟电影小镇	3.62
54	蓬莱欧乐堡梦幻世界	3.59
55	北京世界公园	3.57
56	七彩云南·欢乐世界	3.53
57	华谊兄弟长沙电影小镇	3.48
58	成都融创乐园	3.48
59	苏州华谊兄弟电影乐园	3.37
60	常德卡乐星球欢乐世界	3.35
61	徐州乐园欢乐世界	3.35
62	赣州方特东方欲晓	3.35
63	芜湖方特东方神画	3.33
64	泉城欧乐堡梦幻世界	3.29
65	大连海昌发现王国	3.28
66	贵安欢乐世界	3.27
67	济南方特东方神画	3.21

排名	主题公园	得分
68	淹城春秋乐园	3.18
69	淮安方特东方欲晓	3.17
70	大连老虎滩海洋公园	3.15
71	南昌融创乐园	3.07
72	梦外滩影视主题公园	2.89
73	长影环球100奇幻乐园	2.87
74	宁波方特东方欲晓	2.75
75	泰安太阳部落主题公园	2.63
76	西宁新华联童梦乐园	2.63
77	热高乐园丛林欢乐世界	2.61
78	乐华恒业欢乐世界	2.57
79	皇家海洋乐园	2.39
80	厦门方特东方神画	2.37
81	阿婆龙幻想乐园	2.30
82	嘉峪关方特丝路神画	2.24
83	柳州克里湾欢乐世界	2.16
84	株洲方特梦幻王国	1.71
85	泰安方特欢乐世界	1.52
86	嘉峪关方特欢乐世界	0.85

经营绩效评价排名（第31-86名）

从主题公园经营绩效的评价排名可以看出，不同主题公园在游客接待量和营业收入上的表现差异显著，这些差异不仅反映了其市场竞争力的强弱，还揭示了其在资源配置、运营管理和市场响应策略上的优劣。



· 经营绩效层次

绩效是主题公园竞争力评价的重要指标，根据游客接待量和营业收入进行综合分析，经营绩效分为三个：

领先绩效主题公园：得分在20分以上的主题公园共有5家，占总样本的5.81%。这一层级代表了行业的标杆公园，包括上海迪士尼、北京环球影城、珠海长隆海洋王国、北京欢乐谷和上海欢乐谷。这些主题公园凭借卓越的运营效率、强大的市场吸引力，在品牌影响力和盈利能力上保持领先地位。然而，它们的成功路径各具特色：国际品牌依托全球IP资源打造影响力，而国内品牌则通过深挖本土特色、创新项目和市场适应性运营策略取得突破。

上海迪士尼和北京环球影城主要依托全球知名的IP吸引了大量游客。这些IP赋予了主题公园强大的品牌号召力和持续的市场热度。与此同时，两大国际品牌通过精准市场定位和大规模资本投入，不断创新娱乐项目，并采用智能化设施提升游客体验，巩固了其在国内市场中的龙头地位。珠海长隆海洋王国、北京欢乐谷和上海欢乐谷作为国内领先的主题公园品牌，则通过本土化运营策略与持续创新构建了自己的竞争优势。这些国内品牌的成功路径表明，即便没有依赖国际IP资源，国内主题公园也可以通过创新项目、本地化策略和品牌深耕，在市场中取得显著的竞争优势。



稳健绩效主题公园：在本次评价样本中，共有27家主题公园的得分位于5至20分之间，占总样本的31.40%，属于稳健绩效。这些公园已成为市场的中坚力量，在运营表现和市场覆盖方面展现出一定的竞争力与韧性。这一层级的主题公园虽然依靠成熟的运营模式与传统项目，确保了稳定的客流基础，但其潜力尚未完全释放。



这些主题公园在品牌拓展、创新能力和收入结构优化方面有广阔的发展空间。依赖传统设施的持续运营虽能维持短期内的市场稳定，但若能进一步引入前沿技术、创新主题IP资源和数字化互动体验，这部分主题公园有望大幅提升其市场吸引力。同时，优化客户服务、个性化体验以及探索多元化的收入模式（如线上平台、联名营销和沉浸式消费）将为其开辟新的增长路径。这类公园不仅在巩固现有市场地位的基础上能够与时俱进，更有机会在未来的市场竞争中脱颖而出，实现长足发展。



基础绩效主题公园：基础绩效的主题公园共有54家，得分低于5分，占总样本的62.79%。尽管部分主题公园已有超过十年的运营历史，它们在盈利能力、游客流量和品牌影响力方面仍面临诸多挑战。这类主题公园的业绩不太理想，通常受到多种因素的制约，包括区域位置、IP资源稀缺、管理能力不足及创新匮乏等关键瓶颈。



首先，从地理因素来看，部分主题公园在吸引游客方面存在明显劣势。这是由于地理位置限制了游客的可达性，或者潜在市场规模较小。此外，如果在经营策略上主题公园缺乏独特的体验，难以吸引长期客流，导致项目更新乏力、吸引力不足。与此同时，创新能力的欠缺也使得这些主题公园未能及时迎合快速变化的市场需求。

其次，在内部管理和运营层面，部分主题公园的管理模式较为滞后，缺乏对新兴市场趋势的敏锐把握与灵活应对。这种滞后性常表现为市场定位不清晰，未能找到精准的目标客户群体，或是缺乏有效的品牌战略与营销手段。

· 主题公园绩效差异的关键洞见

对行业内不同绩效的特大型和大型主题公园的分析揭示了多个影响其市场表现的关键因素：

差异化优势与IP资源的核心作用：领先绩效的主题公园展现出强大的市场竞争力，这归功于其有效利用独特IP资源和打造差异化体验。无论是引入知名IP、打造沉浸式项目，还是提升客户服务水平，这些公园都通过独特吸引力在激烈市场中占据有利地位。

规模经济与多元化经营的协同效应：高效运营的主题公园往往受益于规模经济和多元化经营模式的结合。大规模投资不仅带来了设备与管理的成本优势，还通过扩展至餐饮、零售和住宿等领域，提升了整体盈利能力。

创新驱动与传统优势的平衡：市场竞争力不能依赖传统项目的吸引力维系。稳健绩效的

主题公园展现出在保留经典项目的基础上，通过持续创新与新技术引入，不断吸引游客的能力。这种创新与传统的平衡，为园区提供了长期的吸引力和市场活力。

区域市场的精准定位：市场需求的多样化和不平衡性凸显了精准定位的重要性。区域性主题公园根据当地消费习惯制定个性化策略，并与地方政府和社区建立紧密合作，不仅提升了交通便利性和区域配套设施的水平，也增强了区域市场的吸引力。

这些洞见表明，主题公园的市场表现不仅取决于规模和资源投入，还受到多方面因素的影响，包括IP资源的利用、多元化经营模式、创新与传统的平衡、区域市场定位以及管理效率。这些因素共同决定了主题公园在市场中的竞争力与可持续发展能力。



（二）综合评价排名

主题公园的综合排名结合了投入规模、市场影响和经营绩效等评价结果。通过这一排名，可以看出品牌影响力、创新能力、市场营销策略和区域优势在行业竞争中的关键作用。这些因素不仅决定了主题公园的市场吸引力和游客数量，还直接影响其经营业绩。强大的品牌影响力能够提升主题公园的知名度和美誉度，使其在众多竞争者中脱颖而出；创新能力则使主题公园能够不断推出新颖的项目和体验，满足游客多样化和个性化的需求。有效的市场营销策略可以扩大主题公园的影响范围，吸引更多潜在游客，并增强与现有游客的互动和黏性。



2024年中国主题公园竞争力评价 综合评价排名（前30名）



2024年中国主题公园竞争力评价
综合评价排名（第31-86名）

综合排名	公园名称	得分
31	无锡融创乐园	14. 64
32	淮安西游乐园	14. 54
33	长沙世界之窗	14. 53
34	环球动漫嬉戏谷	14. 46
35	杭州宋城	14. 45
36	芜湖方特梦幻王国	14. 34
37	厦门方特梦幻王国	14. 29
38	邯郸方特国色春秋	14. 20
39	哈尔滨融创乐园	14. 16
40	合肥融创乐园	14. 05
41	长沙方特东方神画	13. 92
42	苏州乐园森林世界	13. 78
43	大同方特欢乐世界	13. 77
44	（金华横店）梦幻谷	13. 68
45	华谊兄弟长沙电影小镇	13. 65
46	成都融创乐园	13. 61
47	株洲方特欢乐世界	13. 60
48	宁波方特东方神画	13. 58
49	郑州方特梦幻王国	13. 53
50	青岛方特梦幻王国	13. 47
51	七彩云南·欢乐世界	13. 45
52	延吉恐龙王国	13. 35
53	济南融创乐园	13. 31
54	徐州乐园欢乐世界	13. 23
55	建业·华谊兄弟电影小镇	13. 23
56	大连老虎滩海洋公园	13. 16
57	赣州方特东方欲晓	13. 14
58	大连海昌发现王国	13. 08

综合排名	公园名称	得分
59	南昌融创乐园	13. 07
60	淮安方特东方欲晓	12. 92
61	济南方特东方神画	12. 91
62	蓬莱欧乐堡梦幻世界	12. 84
63	杭州hello kitty乐园	12. 81
64	泉城欧乐堡梦幻世界	12. 74
65	芜湖方特东方神画	12. 63
66	北京世界公园	12. 62
67	苏州华谊兄弟电影乐园	12. 55
68	梦外滩影视主题公园	12. 41
69	淹城春秋乐园	12. 16
70	嘉峪关方特丝路神画	12. 11
71	成都国色天乡一期童话世界	12. 08
72	宁波方特东方欲晓	12. 01
73	厦门方特东方神画	11. 86
74	长影环球100奇幻乐园	11. 82
75	皇家海洋乐园	11. 76
76	贵安欢乐世界	11. 74
77	常德卡乐星球欢乐世界	11. 73
78	乐华恒业欢乐世界	11. 56
79	泰安太阳部落主题公园	11. 54
80	株洲方特梦幻王国	11. 51
81	热高乐园丛林欢乐世界	11. 41
82	西宁新华联童梦乐园	11. 35
83	嘉峪关方特欢乐世界	10. 95
84	泰安方特欢乐世界	10. 94
85	阿唛龙幻想乐园	10. 56
86	柳州克里湾欢乐世界	10. 56

本年度的主题公园综合评价排名展现了行业内的新格局。除了投入规模、市场影响和经营绩效所体现的结果之外，这些排名还反映了各大主题公园在品牌实力、创新能力、市场策略和区域影响力等方面的不同表现。通过对这些排名的解读，可以深入了解行业的发展趋势和竞争态势。下面将从国际品牌的市场领先地位、本土品牌的强劲竞争力，以及综合评价与绩效排名高度一致的现象三个方面进行分析。

1. 国际品牌的市场领先地位

在本年度的主题公园综合排名中，上海迪士尼乐园依然稳居第一。凭借强大的IP资源和高品质的娱乐体验，上海迪士尼通过持续推出新项目和特色活动，如季节性庆典和主题巡游，保持了游客的新鲜感与忠诚度。北京环球影城位列第二，依靠全球知名电影IP（如《哈利·波特》《变形金刚》）和高水准的服务，精准定位并迅速赢得市场认可。这些国际品牌展示了IP资源与卓越服务在巩固市场领先地位方面的关键作用。

2. 本土品牌的强劲竞争力

排名第三的珠海长隆海洋王国，以海洋生物展示和大型游乐设施为特色，结合精彩的表演和互动体验，吸引了大量家庭游客。持续的设施升级和优质的游客服务，进一步提升了其市场竞争力。

位居第四的北京欢乐谷，作为国内知名的主题公园品牌，通过引进创新的游乐设备和举办多



©北京环球影城

样的主题活动，保持了较高的游客热度和市场份额。其持续的创新和市场营销策略，使其在激烈的市场竞争中稳步前进。

排名第五至第十的主题公园依次为上海欢乐谷、上海海昌海洋公园、广州长隆、南宁方特东盟神画、深圳世界之窗和自贡方特恐龙王国。上海欢乐谷凭借多元化的游乐项目和便捷的地理位置，吸引了众多都市年轻人和家庭游客。上海海昌海洋公园丰富了上海地乃至长三角地区的主题公园选择，以海洋生物展示和互动体验为特色，且引进了著名IP“奥特曼”，增加主题演艺的娱乐内容，延长了游客的游玩时间。广州长隆欢乐世界与周边自营的野生动物世界和水上乐园相结合，满足了不同年龄层游客的需求，综合性的旅游度假区模式提高了游客的停留时间和消费水平。

特别值得关注的是深圳世界之窗的突出表现，成功跻身前十名。以全球著名景观的微缩景观和文化体验为主题，深圳世界之窗提供了独特的旅游体验，吸引了大量游客。南宁方特东盟神画以



©上海迪士尼乐园

东盟文化为主题，融合高科技的游乐项目，展现了良好的市场潜力。

令人瞩目的是自贡方特恐龙王国的横空出世。这座主题公园于2022年6月18日开业，凭借“恐龙之乡”的区域优势和独特的主题定位，在短短一年多的时间内攀升至年度竞争力排名的第十位。其精准的产品定位和新鲜的主题体验，展现出了强大的市场潜力与运营能力。

3. 综合评价与经营绩效排名的高度一致性

在主题公园的竞争力评价体系中，经营绩效占据了较高的权重，对综合排名起到关键性的作用。因此，综合评价排名与经营绩效排名近似度较高。分析表明，这种情况主要归因于经营绩效在评价体系中的核心地位。当某家主题公园的经营绩效表现优异时，其综合排名也会随之提升。

然而，经营绩效的优异表现并非孤立存在，而是多重因素的共同作用结果。品牌实力是促进经营绩效的关键要素之一。强大的品牌不仅能提升知名度和美誉度，还能有效吸引游客。通过打造独特的主题形象和提供高质量的服务，主题公园能够增强游客的品牌认同感，促使游客产生积极的消费体验。

此外，持续创新也是提高经营绩效和市场竞争力的重要途径。创新不仅吸引新顾客，还能提高游客的重游率。例如，引入新颖的游乐



©上海迪士尼乐园

项目、科技互动体验以及特色主题活动，可以有效提升游客的满意度和忠诚度。

与此同时，精准的营销策略在提高市场渗透力方面发挥着重要作用。多渠道推广、明确的市场定位以及吸引力强的优惠活动，能有效吸引不同层次的消费群体，扩大市场覆盖范围。此外，区域优势也对经营绩效产生了深远影响。地理位置的优越性、交通的便捷性，以及区域内其他旅游资源的协同效应，都有助于提高游客流量，进而提升主题公园的经营表现。

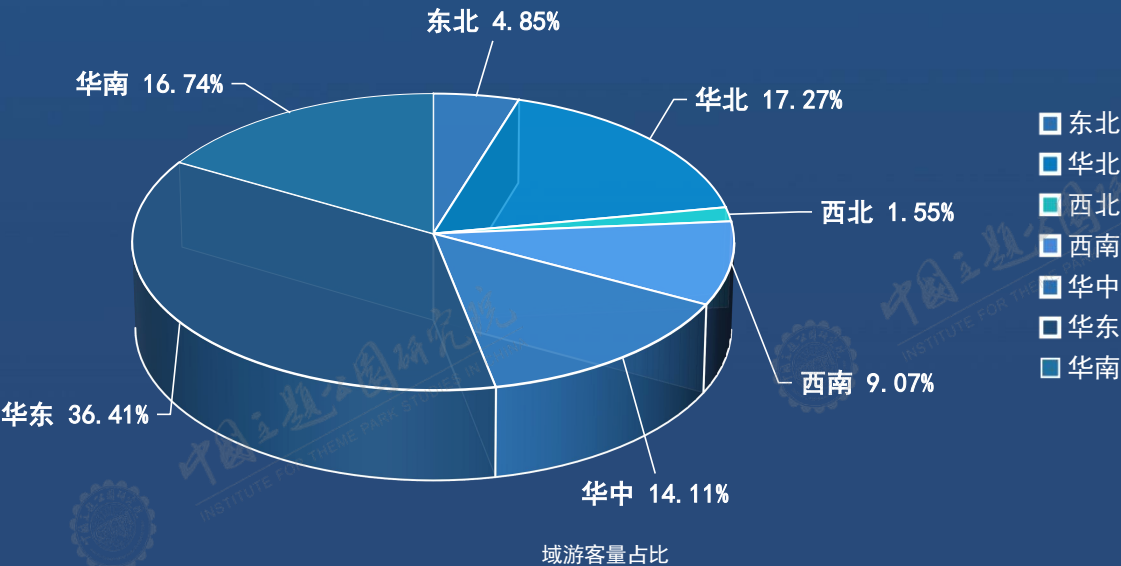
综上所述，虽然经营绩效是决定综合评价排名的核心因素，但品牌实力、持续创新、营销策略与区域优势等因素共同作用于经营绩效的提升。只有在各个方面协同发展，主题公园才能在竞争激烈的市场中保持领先地位。



©沈阳方特欢乐世界

(三) 主题公园区域分布及游客量分析

我国地域辽阔，各区域的经济发展水平、人口分布、气候条件和文化特色对主题公园的经营业绩产生了显著影响。通过分析86家特大型和大型主题公园的区域分布和游客量数据，可以发现区域因素在影响主题公园的市场表现和吸引力方面发挥了关键作用。



从我国主题公园的区域分布和游客量来看，主题公园的经营业绩显著受到区域经济水平、人口密度、文化特色和市场竞争等多重因素的影响。首先，区域经济与人口密度直接影响游客数量；经济发达、人口密集的地区往往吸引更多游客。其次，区域内主题公园的数量和分布会导致游客分流，影响单个公园的经营业绩。再次，区域文化特色对主题公园的市场定位和吸引力具有重要作用，能够增强游客的黏性和重游率。综合这些因素，分析区域性特点对于理解主题公园经营业绩的差异至关重要。

1. 区域经济与人口 对主题公园游客量的影响

区域经济水平直接影响居民的消费能力，并进一步影响主题公园的游客数量。数据表明，华东地区以36家大型主题公园和4737.98万人次的游客量遥遥领先，占全国游客总量的显著比重。作为中国经济最发达的地区之一，华东拥有高度发达的城市群，如上海、杭州和南京，这些城市不仅经济水平较高，还具备强大的旅游基础设施。特别是上海迪士尼等旗舰乐园的设立，极大地提升了该地区的游客吸引力。

西北地区虽然有5家大型主题公园，但年游客量仅为201.51万人次。这一现象反映了区域经济发展滞后和人口密度较低对大型主题公园吸引力的制约。此外，西北地区的气候条件和交通不便也对游客流量产生了一定的限制，导致公园经营业绩不如东部地区。

2. 区域竞争与游客分流现象

区域内大型主题公园的数量和分布也会影响其经营业绩。华东地区36家大型主题公园之间的竞争异常激烈，尽管游客量整体较高，但单个大型主题公园可能面临游客分流的问题。同样，华南地区拥有9家大型主题公园和2178.98万游客，广州长隆等头部项目在一定程度上垄断了游客资源，导致区域内的其他公园较难获取大量游客。

相比之下，华中地区的14家大型主题公园迎来了1836.43万游客，显示出该地区的市场潜力。华中地区的中等经济水平和较大的人口基数为主题公园提供了稳定的客源。然而，这些大型主题公园仍需提升品牌知名度和娱乐设施的吸引力，以在更广泛的市场中竞争。

3. 区域文化与市场定位的协同作用

区域文化特色也影响着主题公园的市场定位和经营策略。华南和西南地区以其独特的民族文化和自然景观为基础，为主题公园提供了差异化的经营优势。然而，在东北和西北等较为偏远的地区，主题公园需要更加依赖本地特色和文化创新，以突破地域限制，提高游客的粘性和回访率。

4. 区域性发展对经营策略的启示

区域经济发展和旅游业的政策支持是主题公园未来增长的重要驱动力。在经济发达且游客基础庞大的地区，如华东和华南，主题公园应注重提高游客体验和品牌忠诚度，以应对激烈的市场竞争。在经济欠发达的西北和西南地区，政策扶持和区域联动发展有望带动游客数量的增长。



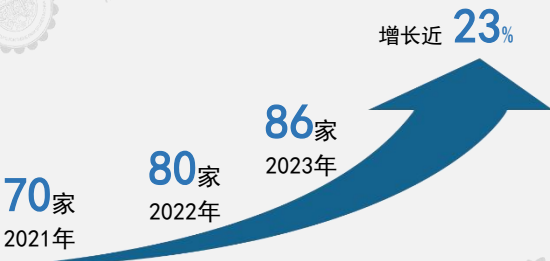
©上海海昌海洋公园

六、主题公园的发展特征



（一）主题公园数量稳步增长，科技深度融合

近年来，我国主题公园的数量和质量都呈现出显著的提升态势，充分反映了市场需求的扩展与行业竞争力的增强。据统计，纳入2024年评价的我国特大型和大型主题公园的数量已经从2021年的70家增加到2023年的86家，两年内增长率接近23%。这样的增长不仅体现在数量上，更重要的是，科技的广泛应用已成为行业发展的核心驱动力。AR、VR、AI和5G等尖端技术逐渐成为主题公园的标配，显著提升了游客的沉浸式体验。这些技术不仅改善了传统游乐设施的互动性，还拓展了虚拟与现实结合的可能性，为游客提供了更多定制化的服务与娱乐内容。这种科技的深度融合，不仅吸引了大量游客，也提升了家庭娱乐的市场份额，推动了主题娱乐体验的全面升级。



（二）国内品牌竞争力上升，差异化战略凸显

方特、欢乐谷、海昌等国内品牌通过持续的品

牌扩展与市场布局，逐步增强了市场竞争力。方特系列的文化IP深耕以及在二三线城市的广泛布局，使其在国内市场上的地位日益稳固。通过差异化的战略，这些品牌避免了与国际巨头直接竞争，转而发展独特的文化娱乐体验。

（三）城市群效应加强，区域文旅产业协同发展

我国主题公园的地理分布呈现出高度的城市群集中趋势，大部分特大型和大型主题公园位于长三角、珠三角、京津冀、长江中游及成渝五大城市群。这些城市群作为经济、文化、旅游中心，形成了区域性文旅产业的协同发展模式。各大主题公园在区域内通过共享资源和市场互补，实现了更高的运营效率和游客满意度。城市群效应不仅促进了区域文化旅游资源的整合，还加强了区域内主题公园之间的合作与竞争，从而推动了整体行业的高质量发展。



©自贡方特恐龙王国

（四）新开业主题公园质量提升，市场适应能力增强

近年来，新开业的主题公园在整体质量和市场竞争力上显著提升。通过数字化营销、社交媒体推广和先进的运营管理手段，新的主题公园在短时间内迅速获得市场认可。例如，自贡方特恐龙王国通过有效的市场策略和独特的恐龙主题IP，在开业首年就取得了显著的市场表现。新技术的应用、数字化运营和本土文化元素的结合，使这些新建公园在市场中具备了更强的适应能力和竞争力。

（五）国内品牌快速追赶，竞争力不断差距缩小

尽管上海迪士尼乐园和北京环球影城依然保持着行业领先地位，但国内品牌如长隆、欢乐谷、方特、海昌通过技术创新和IP开发和引进，正在快速缩小与国际品牌之间的竞争力差距。特别是在本土文化IP的开发和智能化管理上，国内品牌展现出了

强大的创新能力，逐渐形成了与国际品牌并驾齐驱的局面。这种本土品牌的崛起不仅推动了我国主题公园行业的多元化发展，也为行业未来的国际化进程奠定了基础。

（六）文化与科技的深度融合

文化与科技的结合成为我国主题公园发展的重要趋势之一。越来越多的主题公园利用先进技术展示历史文化内涵，如全息投影、AR技术和VR体验等，使游客能够在娱乐中探索和体验中国的丰富文化遗产。

综合来看，我国主题公园行业在数量增长、科技创新、区域平衡和文化融合等方面均展现出积极的发展态势。这不仅反映了我国文旅产业的快速发展，还预示着主题公园行业在未来将朝着更加多元化、智能化和可持续的方向迈进。



©广州长隆欢乐世界

七、2024年中国主题公园 的行业观察



（一）客流量下滑

截至2024年10月，我国主题公园行业的整体表现较2023年有所回落，游客数量出现明显下滑。这一趋势的出现是受到多重因素的共同影响所造成的。首先，经济增长放缓导致居民可支配收入增速下降，消费者在支出上变得更加谨慎，非必要的娱乐和休闲消费成为优先削减的项目。与此同时，物价持续上涨和生活成本的增加进一步压缩了游客的消费能力，使他们在安排家庭和个人预算时更为保守，减少了到主题公园的频率或缩短了游玩的天数。

除经济压力外，气候因素也是游客流量下滑的重要原因。今年部分地区的高温天气不仅降低了

游客的出行意愿，也直接影响了他们在主题公园内的停留时间和消费行为。在炎热的天气里，游客更倾向于选择室内活动或缩短行程，从而减少了园区内的消费和参与体验的深度。高温还可能导致部分项目暂停运营或减少游客的互动意愿，进一步影响了主题公园的吸引力。宏观经济压力与气候因素的叠加效应使得主题公园在吸引游客和提升营收方面面临双重挑战。

- 经济压力
- 气候因素



（二）二次消费降低

2024年，主题公园的二次消费（如餐饮、纪念品和特色体验项目）同样呈现下降趋势，降幅在10%-30%之间。游客的消费趋于保守，倾向于削减园区内的高端消费。这一现象在品牌主题公园中尤为明显，虽然这些公园仍能吸引大批游客，但园区内的高附加值消费项目的增长幅度未达预期。

2024年中国主题公园行业的表现反映了经济压力、消费行为变化和市场竞争力加剧的多重挑战。客流量的减少与二次消费的下降不仅揭示了宏观经济环境对旅游娱乐行

业的深远影响，也表明了游客对性价比和消费体验的更高要求。在未来发展中，主题公园需要通过创新项目、精准营销和优化管理来应对这些挑战。

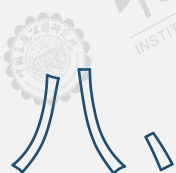
10%-30%

2024年主题公园的二次消费降幅





©沈阳方特欢乐世界



2025年中国主题公园发展预测

(一) 有利因素

1. 市场规模有望扩大

2025年，我国主题公园市场预计将会有小幅度增长，且随着居民对休闲娱乐需求的增加，主题公园将成为越来越多家庭和个人的主要选择。预计年游客量会增长10%–20%，经营收入增加5%–15%。特别是在节假日和周末，主题公园作为吸引亲子家庭和年青游客的首选娱乐项目将会有一定大幅增强。这一趋势不仅限于一、二线城市，三、四线城市的主题公园也将随着交通设施的改善和城市发展迎来快速增长。

2. 本土品牌崛起

虽然迪士尼、环球影城等国际品牌依然会在市场上占据重要位置，但我国主题公园品牌将在2025年迎来高速发展期。以方特、欢乐谷、长隆、海昌等为代表的本国品牌，加上国内新进入主题公园行业的企业，通过在内容、设计和运营模式上的创新，加速市场份额的提升。这些品牌不仅注重引入先进技术，更将中华文化融入其中，以更好地吸引国内外游客。我国的品牌还会逐步拓展海外市场，展示中国的文化和娱乐创新实力。

3. 科技与文化的深度融合

2025年我国主题公园将更大范围地引入尖端科技，为玩家提供身临其境的娱乐体验。虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、智能机器人、全息投影等科技元素将成为主流，提供互动性更强的娱乐项目。此外，中国传统文化元素将融入到更多主题和项目，如利用中国神话、中国科幻、历史事件、文学作品等打造具有文化深度的沉浸式体验，满足游客对“文化+科技”相结合的需求。这一趋势不仅提升了游客的娱乐价值，也助推了中华文化的传播与弘扬。

4. 个性化和沉浸式体验成为主流

游客对个性化和沉浸式体验的需求越来越高。通过大数据和AI技术的应用，主题公园能够为每位游客提供量身定制的游览路线和互动体验。游客的

行为和偏好数据将成为设计个性化行程的基础，从而提升体验的满意度。此外，沉浸式叙事手法将越来越普遍，游客不再是被动的观众，而是会直接融入到主题故事之中，成为故事的一部分。这种沉浸式娱乐不仅增强了游客的参与感，也有助于主题公园打造独特的品牌形象。

5. 可持续发展理念深入人心

随着环保意识的提升和政策的推动，2025年我国主题公园将更加强调可持续发展。主题公园的设计将从源头上考虑能源使用效率、资源回收和减少碳排放，更多的主题公园将采用绿色能源和环保材料。还将有更多环保主题的游乐项目和知识性活动，让玩家在享受娱乐的同时，学习可持续发展的重要性。这不仅符合社会责任感的要求，还能提升主题公园的品牌形象，吸引对环保有强烈关注的游客群体。



©自贡方特恐龙王国

6. 区域联动发展

2025年，随着我国交通基础设施的进一步完善，主题公园与周边旅游资源的联动将更加紧密。主题公园将不再是单一的目的地，而是与周边的自然景区、文化遗址、度假村等形成综合性的旅游区域。主题公园+度假酒店、主题公园+商业综合体等模式将更加普及，游客不仅可以在公园中享受娱乐，还可以享受一系列配套服务，从而延长游玩的时间，提升整体消费体验。这样的区域联动发展不仅增加了公园的吸引力，还促进了地方经济的协同发展。

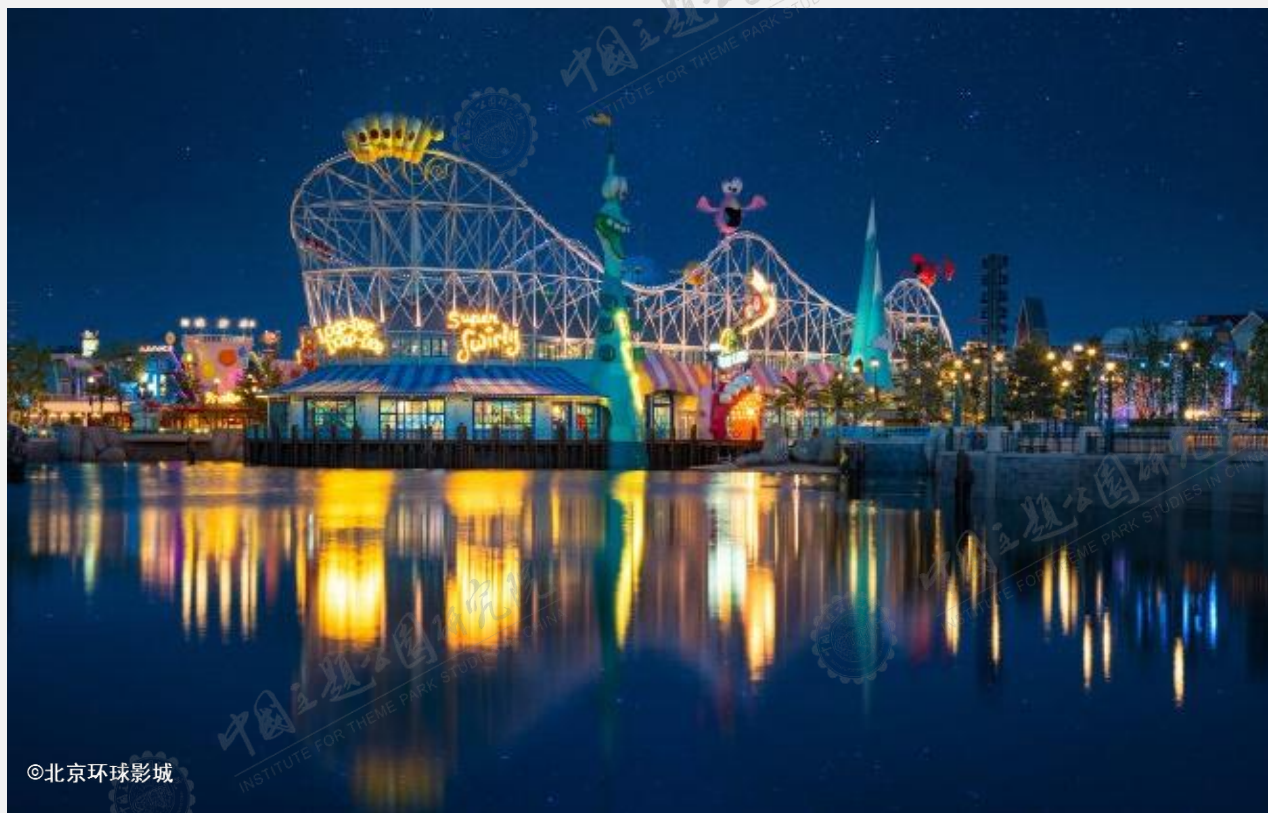
7. 数字化运营全面铺开

2025年，我国主题公园的数字化运营将变得更加成熟和普及。在线票务、无接触入园、虚拟排队、智能导航等一系列数字化功能将全面提升游客的体验。从预约系统到园区内的实时导航，甚至个性化的购物和餐饮推荐，数字技术将帮助游客享受更加流畅和便捷的游园体验。对于运营方来说，数

字化手段也将大大提升管理效率，优化资源配置，减少运营成本，同时为玩家提供更加精准的服务。

综上所述，2025年我国主题公园行业将展现出更多数量、更高品质、更具创新性的面貌。在科技进步和消费需求增长的双重驱动下，主题公园有望成为中国乃至全球主题娱乐行业的新标杆。通过不断提升体验、创新内容和高效管理，我国主题公园将在全球竞争中占据重要地位，为玩家带来全新的娱乐体验。

- 更多数量
- 更高品质
- 更具创新性



©北京环球影城

（二）不利因素

1. 经济增长放缓带来的消费压力

尽管中国经济长期保持增长，但近年来增速有所放缓，导致消费者的娱乐支出受到抑制。中低收入家庭尤其会减少非必需品的消费支出，这可能导致游客量下降。经济放缓的压力会对主题公园的客流和收入增长造成直接影响。

2. 受房地产市场影响的连带效应

我国主题公园的发展与房地产、商业地产项目相结合。如果房地产市场继续下滑，将会影响到与主题公园相关的投资环境。例如，主题公园周边的商业开发、酒店、配套设施等项目可能面临融资难度增加，从而对主题公园的整体运营和扩展产生不利影响。

3. 资本市场波动影响投资

主题公园是重资产行业，前期投入巨大，通常需要大量资本支持。如果资本市场波动较大，企业从资本市场获得融资的难度便会增加，导致主题公园的建设投资放缓。此外，债务融资成本上升也会增加企业的财务负担，影响项目的推进速度。

4. 消费升级步伐放缓

我国主题公园行业近年来的快速发展，得益于居民消费升级和对娱乐需求的增长。然而，如果经济不确定性增加，消费者信心受挫，将会出现消费升级步伐放缓的现象。部分消费者可能将娱乐支出转向更为经济的选择，这将直接影响主题公园的营业收入，特别是高端主题公园可能面临更大的挑战。

5. 劳动力成本上升

随着我国经济发展，劳动力成本持续上涨，这将增加主题公园的运营成本。主题公园依赖大量的服务人员进行运营和管理，劳动力成本上升将会压缩利润空间，尤其是中小型主题公园可能面临更加艰难的生存环境。



6. 地方政府财政压力

主题公园通常需要地方政府的政策支持和资金投入，包括基础设施建设、土地供应和税收优惠等。如果地方政府财政压力增大，将会减少对主题公园项目的支持，尤其是在二线和三线城市，这将影响新项目的落地和现有项目的扩展。

7. 国际品牌竞争压力

我国作为全球第二大主题公园市场，依然展现出巨大的增长潜力。尽管当前经济环境面临压力，但庞大的人口基数使得国际品牌对中国市场保持高度关注。在拓展我国市场的过程中，国际品牌不仅依赖自身的IP吸引力，还积极寻求本地化的合作模式。通过与我国企业共同投资或合资经营，国际品牌能够更好地适应本地市场需求，减少进入壁垒。此外，为了增强游客的吸引力，国际品牌还将提供更多元化的体验，如沉浸式娱乐、主题酒店和互动演出等，满足我国游客多样化的娱乐需求。

综上所述，2025年我国主题公园行业的发展将面临机遇与挑战并存的局面。在科技创新与市场需求的推动下，行业将呈现出更大数量、更高品质和更强创新性的发展态势。同时，本土品牌的崛起与“科技+文化”深度融合的发展模式，将推动行业的进一步升级。

然而，经济增长放缓、资本市场波动和劳动力成本上升等不利因素也可能对行业的扩展造成压力，加上众多国际品牌进入中国的竞争压力。在这种环境下，主题公园企业需要通过创新管理、灵活运营和精准市场定位，增强抗风险能力，并确保长期稳定发展。

通过不断提升游客体验、优化运营管理和加强与区域资源的联动，中国主题公园不仅将在国内市场中继续扩大影响力，还将迈向国际市场，为全球主题娱乐行业贡献新的“中国智慧”。



©上海迪士尼乐园

中国主题公园研究院

021-65060586

<http://www.our-themepark.com>



图片来源：各主题公园公众号、官网，特此鸣谢！

版权所有，引用请注明来源。