



XYZ
RESEARCH

2023

专业
深度

北京研精毕智信息咨询有限公司

中国主题乐园行业报告

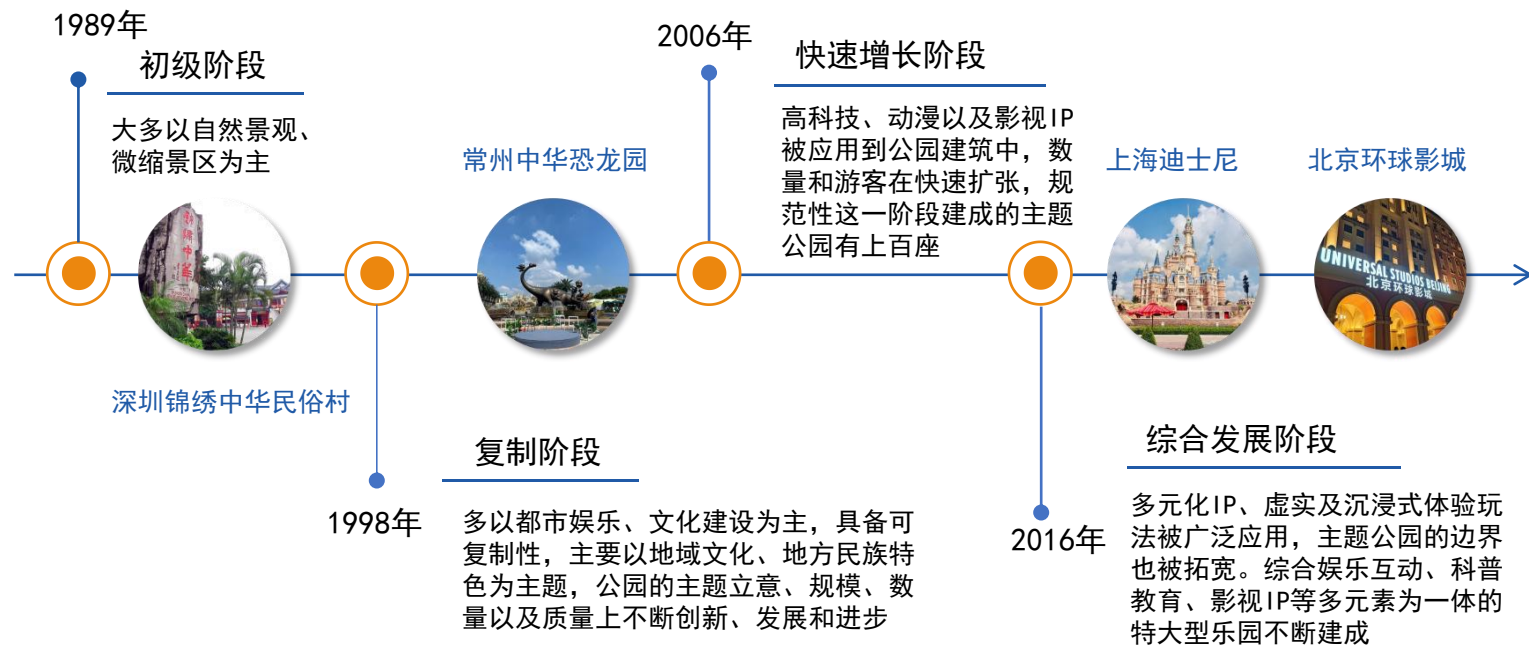
CONTENTS 目录

- 一、主题乐园行业概念及我国发展现状**
- 二、中国主题乐园发展前景广阔，经济发展和人口红利是推手**
- 三、顶级主题乐园优势各显，中国品牌乐园发展缺乏核心力量**
- 四、本土主题乐园发展受限，IP体系和流量变现是破局关键**



主题公园是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。主要包括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。

来源：《关于规范主题公园建设发展的指导意见》



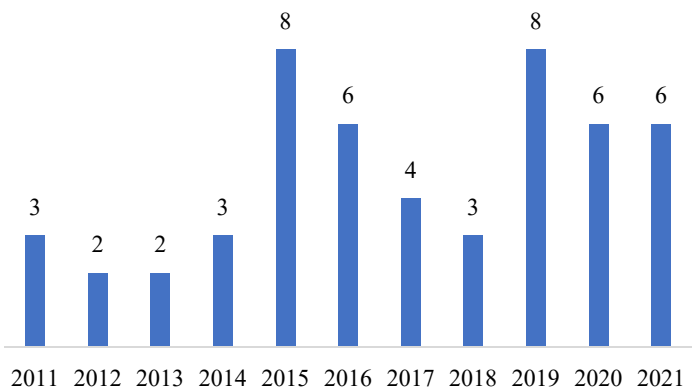
我国主题乐园产业起步较晚，2006年以后，随着影视产业的快速成长，更多的角色IP和影视技术融入到主题乐园项目中，互动娱乐项目加入到乐园设计中，游客游玩体验感升级，主题乐园逐渐成为休闲旅游的主要目的地。

据统计，截至2022年，国内主题乐园数量超过 1000 家，其中规模性的主题乐园大约有 200 家左右。

国内主题乐园的游客量在不断增长，根据中国主题乐园协会公布的数据，2019年主题乐园的总接待人数达到了 2.95 亿人次，相比于 2018 年的 2.39 亿人次有显著增长。

中国主题乐园发展前景广阔，经济发展和人口红利是推手

图：2011-2021年中国大型主题公园样本新增数量



来源：历年《中国主题公园竞争力评价报告》，北京研精毕智分析整理

从每年纳入中国主题公园竞争力评价的样本数量来看，2011-2021年共新增51家主题公园纳入评价，即使在2020-2021年新冠疫情防疫管控期间，仍有12家主题公园被增列为评价对象，样本数量的增加从侧面反映了主题公园行业正在进入快速发展的阶段，引起越来越多的重视。

表：2019-2022年中国头部主题公园接待游客数量

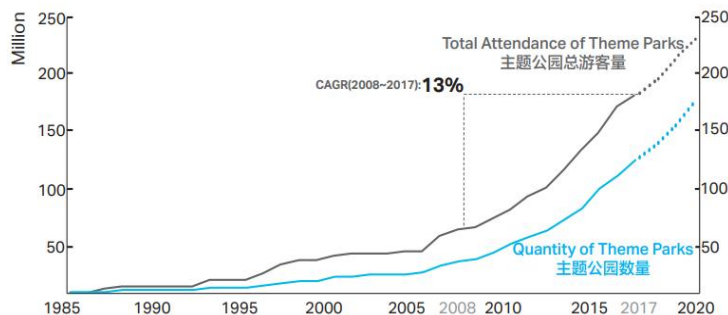
主题公园	游客量 (万人)			
	2019年	2020年	2021年	2022年
长隆海洋王国	1173	480	745	1950
上海迪士尼乐园	1121	55	848	560
北京欢乐谷	516	395	493	375
长隆欢乐世界	491	268	389	230
香港迪士尼乐园	570	170	280	338
香港海洋公园	570	220	140	140
北京环球影城	\	\	210	438
合计	6460	3608	5126	6053

来源：公开资料，北京研精毕智分析整理

2020和2021年受疫情管控措施的影响，主题公园游客量整体较2019年大幅缩水。为降低出行受限的影响，更多的主题公园重点瞄准本地客源市场，吸引本地游客重复到访，一定程度上提升了游玩热度。2022年，防疫限制措施解除后，人们长期被压抑的休闲娱乐活动需求得到满足，主题公园立刻迎来了大量游客回归。由此可见，主题公园项目市场吸引力强劲。

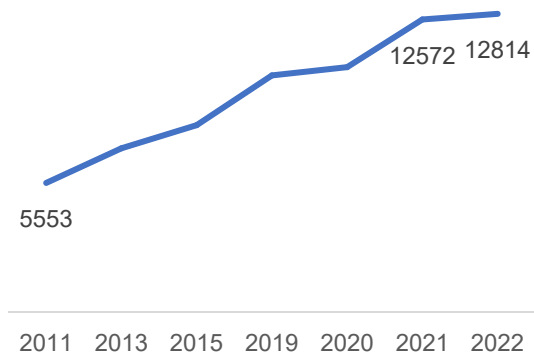
从全球主题乐园的发展特征看，**人口基数**和**经济发展水平**是推动主题乐园市场增长的主要动力。中国人口数从2011年的13.47亿人增长到2021年的14.13亿人，年平均增长率0.53%。根据AECOM《中国主题公园项目发展预测报告》数据，中国主题公园游客量平均每年增长13%，远高于人口增长速度。以2019年为例，全年主题乐园接待游客7927.3万人，对应人均游玩主题公园的比例约为5.66%，相较于美国等主题公园发达地区60%左右的比例，中国主题乐园未来仍有较大提升空间。

图：1989-2020年中国主题乐园接待游客数量



来源：AECOM《中国主题公园项目发展预测报告》，北京研精毕智分析整理

图：2011-2022年中国人均GDP



来源：世界银行，北京研精毕智分析整理

国际经验表明，人均GDP超5000美元后，居民对于休闲娱乐的需求将持续增长。根据世界银行统计数据，中国人均GDP在2011年达到了5614美元，2022年已经达到了12814美元，有助于文旅消费的持续增长。

另外，考虑我国交通网络发达，大型主题公园可以吸引更远距离的游客。

迪士尼 超强IP属性，差异化吸引超高复游率

迪士尼电影公司成立于1926年，针对不同群体打造各类经典IP，是迪士尼乐园成功的关键因素。迪士尼乐园拥有米老鼠、唐老鸭等经典卡通形象，不断推出的动画电影也备受欢迎，这些形象深受孩子和成年人的喜爱。

图：美国华特迪士尼公司热门形象IP



来源：公开资料，北京研精毕智分析整理

上海迪士尼乐园建成营业至今已多次上调门票价格，2023年6月暑期单日票价已达799元，仍然挡不住游客趋之若鹜的游玩热情。2023迪士尼公司上半年度最新财报数据显示，美国华特迪士尼总收入约453.27亿美元，同比增长10.37%。其中，乐园、体验和产品收入约165.12亿美元，同比增长18.91%，占比超过公司总营收的三分之一。

表：上海迪士尼主题乐园门票价格

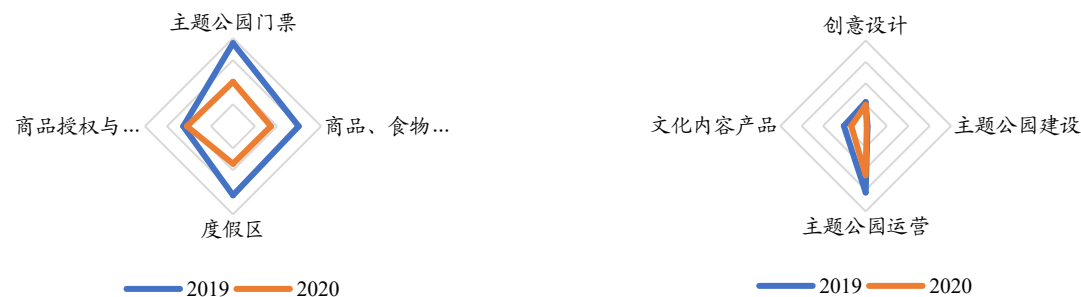
时段	2016年4月	2018年4月	2022年1月	2023年6月	较上次涨价
常规日	370	399	435	475	40
特别常规日	\	\	545	599	54
高峰日	499	575	659	719	60
特别高峰日	\	665	769	799	30

来源：新浪财经，公开资料，北京研精毕智分析整理

挖掘非门票收益，实现价值转换

迪士尼主题乐园门票收入仅占总收入的30%-40%，另外商品授权与零售占比高达18.61%，国内主题乐园运营商与之相比差距很大，手握大量IP的价值尽显。

图：迪士尼(左)VS华强方特(右) 2019和2020年主题乐园收入结构



来源：公司年报，北京研精毕智分析整理

除IP周边产品收益外，开发**高端体验**（优速通、后台体验等）和利用**节假日**推出特定美食、服饰、商品也是迪士尼主题乐园运营商实现丰厚利润的重要手段。

图：上海迪士尼乐园增值服务



来源：公开资料，北京研精毕智分析整理

环球影城 依托经典电影IP，打造沉浸式体验感

作为环球电影旗下的公司，依托于环球的优秀内容，环球影城同样拥有广泛的IP头部资源，IP包括电影、电视剧、动漫、游戏等。除自有IP外，环球影城还购买其他公司的内容版权进行改造。同时，在环球影城的各个国家的游乐园中，还基于本国的特点进行项目设计。

图：环球影城IP属性代表性项目



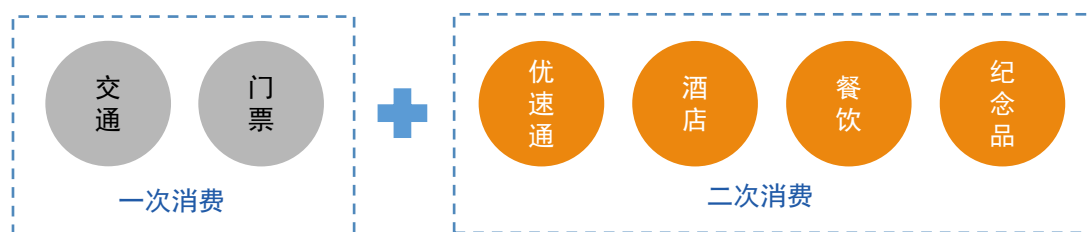
来源：公开资料，北京研精毕智分析整理

与迪士尼乐园不同的是，环球影城是**线下乐园和电影有机结合**为特色，以再现和体验景点电影中、的情节为核心项目，构建了内容丰富引人入胜的游乐园。北京环球影城共有七大主题景区，分别为功夫熊猫盖世之地、变形金刚基地、小黄人乐园、哈利·波特的魔法世界、侏罗纪世界努布拉岛、好莱坞和未来水世界。

丰富商圈衍生业态，拔高消费频次和客单价

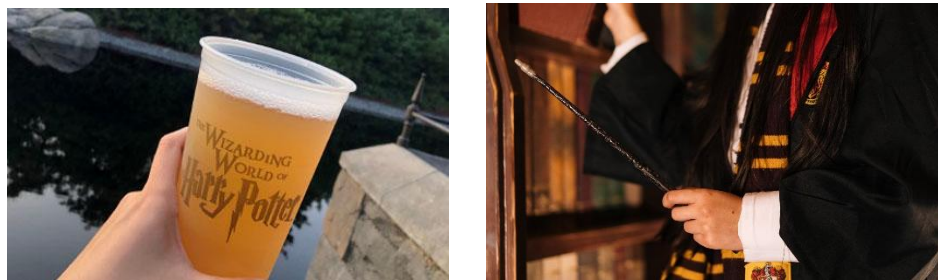
如今的主题乐园早已不再是单纯的“门票经济”，尤其是像环球影城这种“**超重型投资**”的主题乐园，游客的衍生消费收益在主题乐园的总营收中所占比重越来越大，其中备受关注的就是IP衍生品的消费和配套设施的消费等。

图：环球影城消费结构



来源：公开资料，北京研精毕智分析整理

图：北京环球影城衍生消费代表项目



来源：公开资料，北京研精毕智分析整理

环球影城，把门票视为第一次消费。入园后的餐饮、纪念品等收入视为二次消费，是环球影城盈利的重中之重。比如，环球城市大道上的餐饮服务以及哈利波特的魔法棒等。据央视财经报道，十一假期来北京环球影城打卡的游客，人均消费在**3300元**左右。

本土主题乐园发展受限，IP体系和流量变现是破局关键

建立新IP体系，独创+引进两手准备

打造有影响力的IP体系，让游客产生认同感，通过不断推出新活动和产品刺激复游是主题公园提升核心竞争力关键。国内案例如华强方特“熊出没”小镇等。

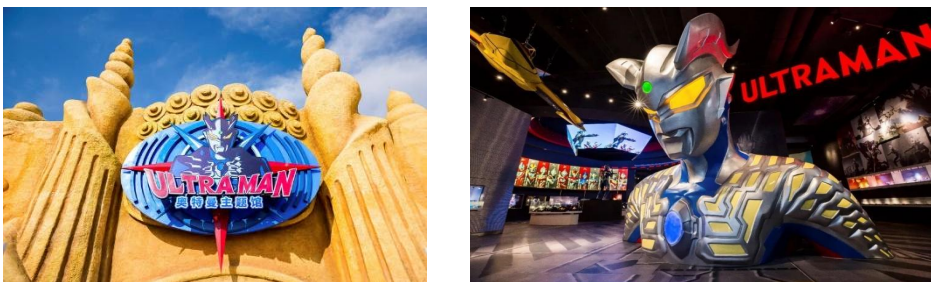
图：华强方特“熊出没”IP和主题乐园



来源：公开资料，北京研精毕智分析整理

外购IP可以规避自制IP沉淀时间长，风险大的风险。海昌海洋公园2022年2月-9月获得了奥特曼、航海王、贝贝瓶等知名IP使用权，并基于此打造了第一个奥特曼主题乐园。华侨城分别在2016年和2019年签约“饼干警长”和“第五人格”、“梦幻西游”等。

图：海昌海洋公园“奥特曼主题乐园”场景



来源：公开资料，北京研精毕智分析整理

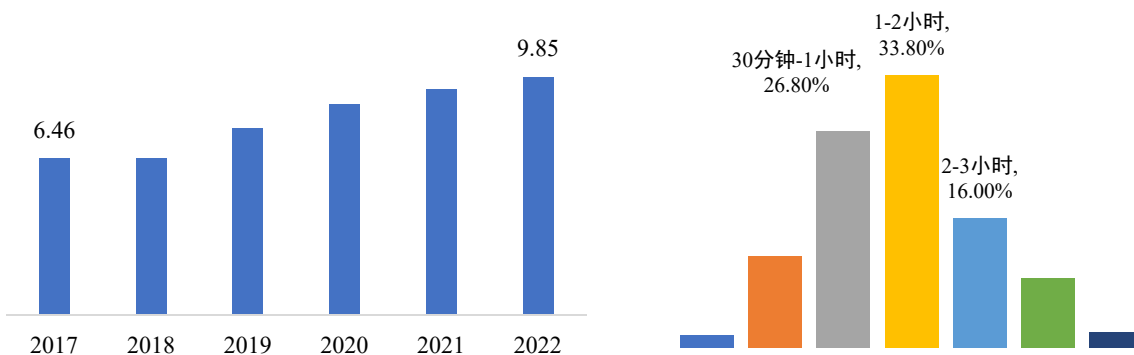
升级记忆点，延长旧IP生命周期



短视频社交媒体已成为流量制造和变现的重要途径

玲娜贝儿的爆火是流量密码变现非常成功的案例，上海迪士尼推出玲娜贝儿IP前期，在社交媒体平台上布下天罗地网的资源，积累流量，后期通过粉丝进行二次创作及传播，实现创作权转移，延长生命力，形成良性循环。

图：2017-2022年中国短视频用户数(亿人) 图：2022年短视频用户日均使用时长



来源：中商产业研究院，北京研精毕智分析整理

来源：2022年短视频用户价值研究报告，北京研精毕智分析整理

分析师声明

负责本研究报告的分析师在本报告中所采用的数据均来自合规渠道，报告的观点、逻辑和论据均为分析师本人研究成果，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

公司声明

本报告的著作权归北京精毕智信息咨询有限公司(简称为“研精毕智”)所有。本报告是研精毕智研究与统计成果，所载的观点、结论和建议仅代表行业基本状况，仅为市场及客户提供基本参考。

本报告调研方法主要是桌面研究、行业访谈等，结合公司内部逻辑算法，通过定量和定性分析分析，客观阐述行业的现状，科学预测行业未来的发展趋势。

我们力求报告内容客观、公正，但受到调研方法及调查资料收集范围的局限，本报告所述的观点、数据并不一定完全准确。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式篡改、复制和发布。如引用、转载需注明出处，且不得对本报告进行有悖原意的引用和修改。

本研究报告仅供北京研精毕智信息咨询有限公司客户和经本公司授权机构的客户使用，未经授权私自刊载的机构以及其阅读和使用者应慎重使用报告，本公司不承担由此所产生的相关风险和责任。

服务号	订阅号	联系方式
		<p>电话：010-53322951 E-mail：info@xyz-research.com 官网：https://www.yjbzr.com/ 地址：北京市海淀区中关村E世界财富中心C座879</p>