



主题公园  
报告  
博物馆  
博报告 2021



全球主题景点  
游客报告

AECOM



TEA

THEMED  
ENTERTAINMENT  
ASSOCIATION

## 封面：

北京环球度假区，于2021年9月20日开业，包括北京环球影城主题公园、两家主题度假酒店和北京环球城市大道商业区。

照片由环球主题乐园及度假区提供

## 致谢

TEA/AECOM 2021年主题公园报告和博物馆报告：全球主题景点游客报告

出版商：主题娱乐协会 (TEA)

调研：AECOM经济咨询团队

编辑：Martin Palicki

出版人：Francisco Refuerzo and Linda Cheu

首席设计师：Josue Thur de Koos

出版团队：Cristian Bevington, Beth Chang (张本韵), Linda Cheu, Lucia Fischer, Lillian Holmes, Doris Li (李瑜丰), Rachel Li (李栎), Jodie Lock, Andrew Logan, Daisy Long (龙慧), Jason Marshall, Martin Palicki, Michael Posso, Francisco Refuerzo, John Robinett, Pedro Spindler-Ruiz, Chris Yoshii.

©2021年TEA/AECOM版权所有。保留所有权利。

## 联系信息

如需了解有关AECOM经济咨询团队以及本报告的更多信息，请联系：

### John Robinett

AECOM经济咨询高级副总裁

john.robinett@aecom.com

T +1 213 593 8785

### Linda Cheu

AECOM美洲区经济咨询副总裁

linda.cheu@aecom.com

T +1 415 955 2928

### Jodie Lock

AECOM亚太区和欧洲/中东/非洲区经济咨询副总监

jodie.lock@aecom.com

T +44 207 061 7000

### Chris Yoshii 吉井贵思

AECOM亚太区经济咨询副总裁

chris.yoshii@aecom.com

T +852 3922 9000

### Beth Chang 张本韵

AECOM亚太区经济咨询执行总监

beth.chang@aecom.com

T +852 3922 8109

### Francisco Refuerzo

AECOM美洲区经济咨询资深分析师

francisco.refuerzo@aecom.com

T +1 213 593 8490

## 有关主题娱乐建筑和设计的信息，请联系：

Jeff Damron, AIA

建筑师

Jeff.damron@aecom.com

T +714 5677-2400

Zak Nawrocki, AIA, NCARB

奥兰多常务负责人

Zachary.nawrocki@aecom.com

T +1 407 843 6552

## 有关主题娱乐协会 (TEA) 的信息，请联系：

### Martin Palicki

全球主题景点游客报告编辑及媒体联系人

martin@inparkmagazine.com

T +1 262 412 7107

### Lindsey Nelson

TEA 执行总监

lindsey@teaconnect.org

T +1 818 843 8497

TEAconnect.org

# 主题公园 博物馆 博 物 馆 2021 博 物 馆 报 告

## 全球主题景 点游客报告

权威的全球主题公园和博物馆行业游客报告。

由“主题娱乐协会” (TEA) 和 AECOM经济咨询团队共同出版。



# 目录

全球纵览	6
美洲区	18
亚太区	36
欧洲/中东/非洲区	50
博物馆	62
关于本报告的说明	84
常见问题与解答	85

作为迪士尼50周年开园庆典的一部分，迪士尼魔法王国的夜间烟火秀于  
2021年10月魅力亮相。

© 迪士尼

# 全球纵览

---

**主题公园行业于2021年开始了复苏之路。与前一年相比，全球主题公园的游客人数显著提升，总体增幅达72%，成绩亮眼。**

环球主题娱乐市场在部分地区游客到访量已恢复到了接近疫情前的水平。复苏的速度在很大程度上受到以下因素影响：各地政府对于出游的限制程度、疫苗接种大范围推广的成功与否，以及消费者总体的信心水平。

作为近年来亚洲市场增长引擎的中国市场，仍然受到封城、隔离和出行限制的影响，游客总量仅比2020年增长25%。而北美市场表现亮眼，较2020年游客总量增长达136%。这主要是因为出游限制放宽后，此前积累的需求得到了释放所引发的。此次需求反弹在夏季特别明显。

除了中国市场以外，全球主题公园市场这一年陆续出现游客量反弹。不可否认的是，行业仍然在劳动力短缺、供应链和通货膨胀等方面面临挑战，但行业整体有望在2022年到2023年持续复苏。



**John Robinett**

AECOM经济咨询高级副总裁

“

**全球主题娱乐市场在部分地区游客量已恢复到了接近疫情前的水平。**





美国俄亥俄州桑达斯基杉点乐园150周年庆典  
© 雪松娱乐

# 有关游客量排名

由于世界各地公园的运营条件存在巨大差异，并非处于同等的竞争环境，因此我们决定延续去年使用2019年排名的方法，并展示公园相较于2019年和2020年的市场表现。我们乐观地认为，市场环境的持续向好将让我们能够尽快恢复以往对主题公园和博物馆进行排名的做法。

## 数字解析

总体而言，季节性运营并主要吸引当地居民的乐园其市场恢复情况更好。这主要是因为2021年夏季，普遍来说各地政府对出游的限制减少，但是国际游客仍然较少。而以往通常接待大量中国游客的乐园和博物馆则受到尤为严重的影响。

虽然游客到访量仍然普遍低于疫情前水平，许多乐园表示游客人均消费水平大幅增长，反而乐园总体收入得到了提高。这是因为消

费者的旅游出行需求自2020年开始受抑制，因此2021年迎来了“报复性”文旅消费。同时，主题运营商也尝试通过提供附加的零售和餐饮选择来迎合客群需求，并采用了更先进的技术。

在疫情期间，票务、运载量和排队时长等乐园运营的难题都通过更新技术方案得到了优化。动态定价、提前预定、电子门票和排队管理都展现了乐园运营商如何就提高效率做出有效尝试。且在这一过程中，部分以往免费的福利现在变成了一种额外收费的选项。对于游客来说虽然总体花费增加，但是整体的游园体验变得更加舒适而轻松。

# 1.41亿

2021年全球排名前25位  
主题公园的游客量

# 8,326万

2020年全球排名前25位  
主题公园的游客量







行业持续面临劳动力短缺的问题。在当前劳动力市场紧缩的情况下，大量的季节性、入门级别职位的招聘尤其挑战。对此各乐园运营商采用了多种解决方案，包括调整运营时间、提供可观的入职奖金，以及在某些情况下减少服务人员数量。

不得不提到目前全球经济形势，与往常一样有着不可控外部因素会影响行业发展。例如目前的全球通胀和经济紧缩无可避免将成为中短期内本行业最大的风险因素。尽管如此，这些是商业周期自然规律的一部分，而主题娱乐行业将一如既往地提供高品质产品和专业的服务，以应对和抵御周期性风险。

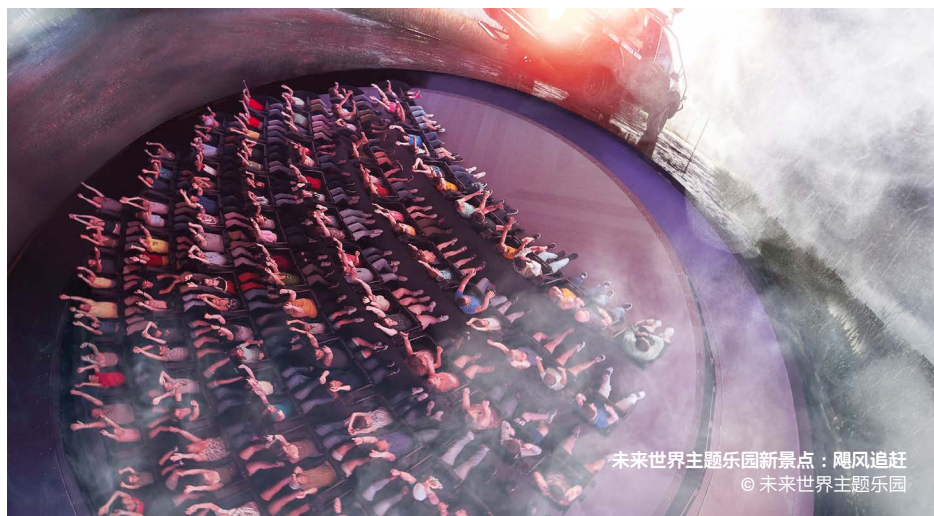
## 亚太区

有关疫情的管控措施因国家而异，中国是世界上防疫政策最严的国家之一。由于中国市场在行业中有着举足轻重的作用，其持续的出行限制对主题公园带来的负面影响亦无可避免，因此2021年区域整体游客量仅为2019年水平的55%。而中国的华侨城集团是个例外，其整体游客量已达到疫前97%的水平，很大程度是源于华侨城这一年9个乐园的新增和其激进的折扣策略。

随着亚洲主题娱乐市场日趋成熟，我们观察到对新项目的投资建设仍然强劲，且现有项目的重组整合也露出端倪。可以预见当防疫政策放松之后，将会看到市场强势反弹。



**中国的华侨城集团其整体游客量已达到疫前97%的水平。**



未来世界主题乐园新景点：飓风追赶  
© 未来世界主题乐园

## 欧洲/中东/非洲区

由于大多数欧洲的主题公园是季节性运营的，因此2021年夏季能够恢复运营对于当地市场是极为有利的。我们关注到默林集团旗下部分乐园录得收入甚至已超过了2019年水平。另外，欧洲主题公园和艾夫特琳主题公园游客到访量均超过300万人次，可与巴黎迪士尼乐园相媲美。而巴黎迪士尼在欧洲乐园中游客量排名第一，达350万。

我们认为这一区的需求仍然强劲，体现在未来几年仍有多项主题娱乐的建设投资仍在紧密规划中。如果这一趋势延续，可以预见2022和2023年将有极大的改善。

由于疫苗接种的顺利推进和较宽松的入境条件，中东地区的主题公园，特别是阿联酋的乐园在疫情期间较早对国际游客敞开大门。“2020年迪拜世博会”成为了2021年底国际游客到访迪拜的主要吸引力，充分体现了该地区的旅游发展潜力。我们很期待部分位于迪拜和阿布扎比的主题公园也能很快进入我们的主题公园排名名单。



**我们认为这一区的需求仍然强劲，体现在未来几年仍有多项主题娱乐的建设投资仍在紧密规划中。**

## 美洲区

2021年夏季，此前被抑制的需求得以释放且对于新冠疫情的市场忧虑减少，使得美洲区市场表现优于其他所有市场。这一表现令人瞩目，因为在疫情前中国的乐园游客量迅猛增长已超越了美国的主题公园。特别值得关注的是，北美的水上乐园游客量明显复苏且已经接近2019年的水平。

北美佛罗里达州的奥兰多是主题公园的大本营，多个顶级主题公园运营商都集中在此。这些运营商成功地吸引了大量迫切希望到访主题公园的忠实客群，但是他们仍然需要配合当地政府对疫情控制的政策及适应没有国际游客的市场。当观察到这些市场现状时，我们会把主题娱乐业和“韧性”这个词联想到一起。例如，在近期遭受飓风伊恩袭击之后，

该地区的乐园能很快就安全而有序的重新开放，就是很好的证明。

值得关注的是，仍有许多主题娱乐运营商都在按原定计划继续推进主题乐园的扩展投资，说明2022年将会是迎来复苏的一年。满足游客对新增游乐景点的期待和扩大投资将会是2023年及以后赢得市场的关键所在。





## 博物馆

全球排名前列的博物馆较2020年同比增长了32%，但到访人次仍仅为2019年水平的29%。因为博物馆以室内场馆为主，所以博物馆在2021年的复苏情况不如户外的主题公园。由于疫情原因，许多博物馆在运营上更为谨慎；其参观者亦对到访室内场馆更为犹豫，这是与其他主题娱乐市场的恢复情况有所差异的原因。事实上，具有雕塑花园等户外空间的博物馆在过去一年中其参观人数增长明显。

部分博物馆在疫情期间，非常巧妙地利用现有资源进行线上节目的制作，与游客进行远程互动，迅速且成功地转型为数字化博物馆。我们已经看到2022年的博物馆参观人数出现反弹，并预计这种情况会持续下去。



**部分博物馆在疫情期间，非常巧妙地利用所拥有的资源进行了线上节目的制作，与游客进行远程互动。**

# 致未来

在展望未来时，有一些行业亮点值得特别关注，真正具有沉浸式体验的景点受欢迎程度越来越高。这个特征曾经只是主题公园和一些特色景点小范围应用，而目前则影响着更广泛的领域，从动物园、零售到主题酒店等。同时游客对于此类景点的期待值也越来越高。

VIP服务一向是乐园运营的重要组成，许多主题公园长期以来一直为部分愿意额外付费并获取更优更独家体验的客群提供尊享服务。但行业目前正在尝试扩大这一客户群体，进一步提升每位游客的消费从而拉升收入。事实上，去年所观察到的多个乐园实现人均花费增长，都是源自于多种独家体验或尊享服

务的额外付费收入增长。

旅游业在过去两年中面临着巨大的挑战。人们对于航空旅行的需求已明显回归，航空公司正努力应对劳动力方面的挑战以满足这一需求。预计旅行将基本恢复至正常模式，这对景点以及休闲市场来说无异于是个好消息。

事实证明，我们的行业具有韧性，在疫情最严重时期的管理工作做得十分到位。运营方看到了业务恢复的积极现象，并开始重新投资。我们相信主题娱乐行业肩负的使命，即：不论顺境、逆境，我们持续为大家带来欢声笑语与美好希望。我们的行业在过去几年坚守这一承诺，今后我们将继续恪尽己任、信守承诺。



# 全球排名前25位 娱乐/主题公园

2019 排名	公园, 所在国家 (地区) 和城市	2020-2021年 变化%	2021年 游客量	2020年 游客量	2019年 游客量
1	迪士尼魔法王国, 美国, 佛罗里达州, 布纳维斯塔湖	82%	12,691,000	6,941,000	20,963,000
2	迪士尼乐园, 美国, 加利福尼亚州, 安纳海姆	133%	8,573,000	3,674,000	18,666,000
3	东京迪士尼乐园, 日本, 东京	51%	6,300,000	4,160,000	17,910,000
4	东京迪士尼海洋, 日本, 东京	71%	5,800,000	3,400,000	14,650,000
5	日本环球影城, 日本, 大阪	12%	5,500,000	4,901,000	14,500,000
6	迪士尼动物王国, 美国, 佛罗里达州, 布纳维斯塔湖, 华特迪士尼世界	73%	7,194,000	4,166,000	13,888,000
7	迪士尼未来世界, 美国, 佛罗里达州, 布纳维斯塔湖, 华特迪士尼世界	92%	7,752,000	4,044,000	12,444,000
8	长隆海洋王国, 珠海横琴湾	55%	7,452,000	4,797,000	11,736,000
9	迪士尼好莱坞影城, 美国, 佛罗里达州, 布纳维斯塔湖, 华特迪士尼世界	134%	8,589,000	3,675,000	11,483,000
10	上海迪士尼乐园, 上海	54%	8,480,000	5,500,000	11,210,000
11	环球影城, 美国, 佛罗里达州, 奥兰多	119%	8,987,000	4,096,000	10,922,000
12	冒险岛, 美国, 佛罗里达州, 奥兰多环球影城	127%	9,077,000	4,005,000	10,375,000
13	迪士尼加州冒险乐园, 美国, 加利福尼亚州, 安纳海姆	159%	4,977,000	1,919,000	9,861,000
14	巴黎迪士尼乐园, 法国, 马恩拉瓦	34%	3,500,000	2,620,000	9,745,000
15	环球影城, 美国, 加利福尼亚州, 环球城	324%	5,505,000	1,299,000	9,147,000

2021年的游客量下降主要是由于疫情下监管机构限制乐园运营天数及接待人数。因此, 我们在2021年的报告中沿用了2019年的排名用作乐园的列示顺序。

2019 排名	公园, 所在国家 (地区) 和城市	2020-2021年 变化%	2021年 游客量	2020年 游客量	2019年 游客量
16	爱宝乐园, 韩国, 京畿道	34%	3,710,000	2,760,000	6,606,000
17	乐天世界, 韩国, 首尔	58%	2,460,000	1,560,000	5,953,000
18	长岛温泉乐园, 日本, 桑名市	50%	3,600,000	2,400,000	5,950,000
19	欧洲主题公园, 德国, 鲁斯特	20%	3,000,000	2,500,000	5,750,000
20	海洋公园, 香港特别行政区	-36%	1,400,000	2,200,000	5,700,000
21	香港迪士尼乐园, 香港特别行政区	65%	2,800,000	1,700,000	5,695,000
22	艾夫特琳主题公园, 荷兰, 卡特斯维尔	14%	3,300,000	2,900,000	5,260,000
23	华特迪士尼影城, 法国, 马恩拉瓦, 巴黎迪士尼乐园	34%	1,884,000	1,410,000	5,245,000
24	欢乐谷, 北京	25%	4,930,000	3,950,000	5,160,000
25	长隆欢乐世界, 广州	45%	3,890,000	2,681,000	4,905,000
<b>2021年全球排名前25位主题公园总游客量</b>		<b>70%</b>	<b>141,351,000</b>	<b>83,258,000</b>	<b>253,724,000</b>
<b>2021年全球排名前25位主题公园之于2019年 (疫情前) 总游客量的比例</b>					<b>56%</b>

© 2021 TEA / AECOM

**70%**

2020-21年全球排名前25位  
娱乐/主题公园的游客量增长率

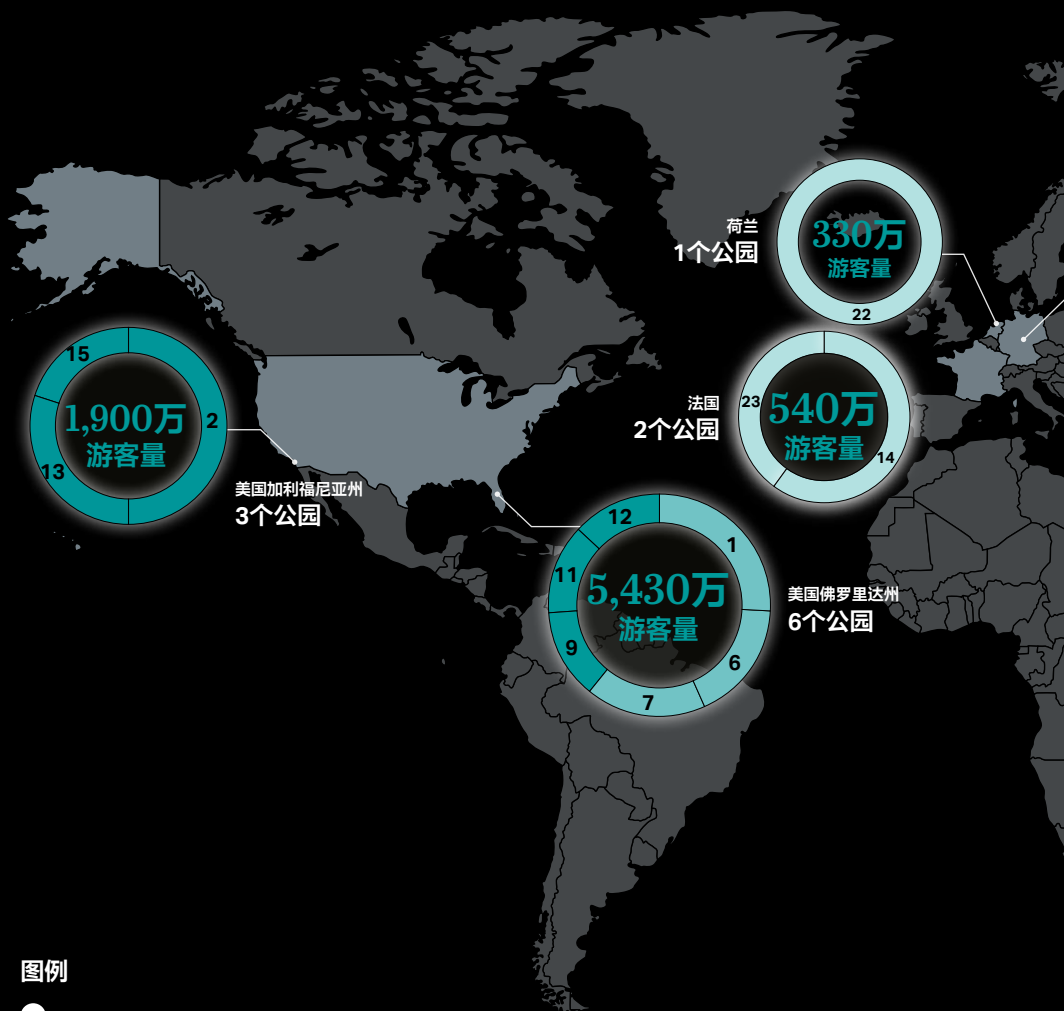
**1.414亿**

2021年全球排名前25位  
娱乐/主题公园的游客量

**8,330万**

2020年全球排名前25位  
娱乐/主题公园的游客量

# 全球排名前25位 娱乐/主题公园

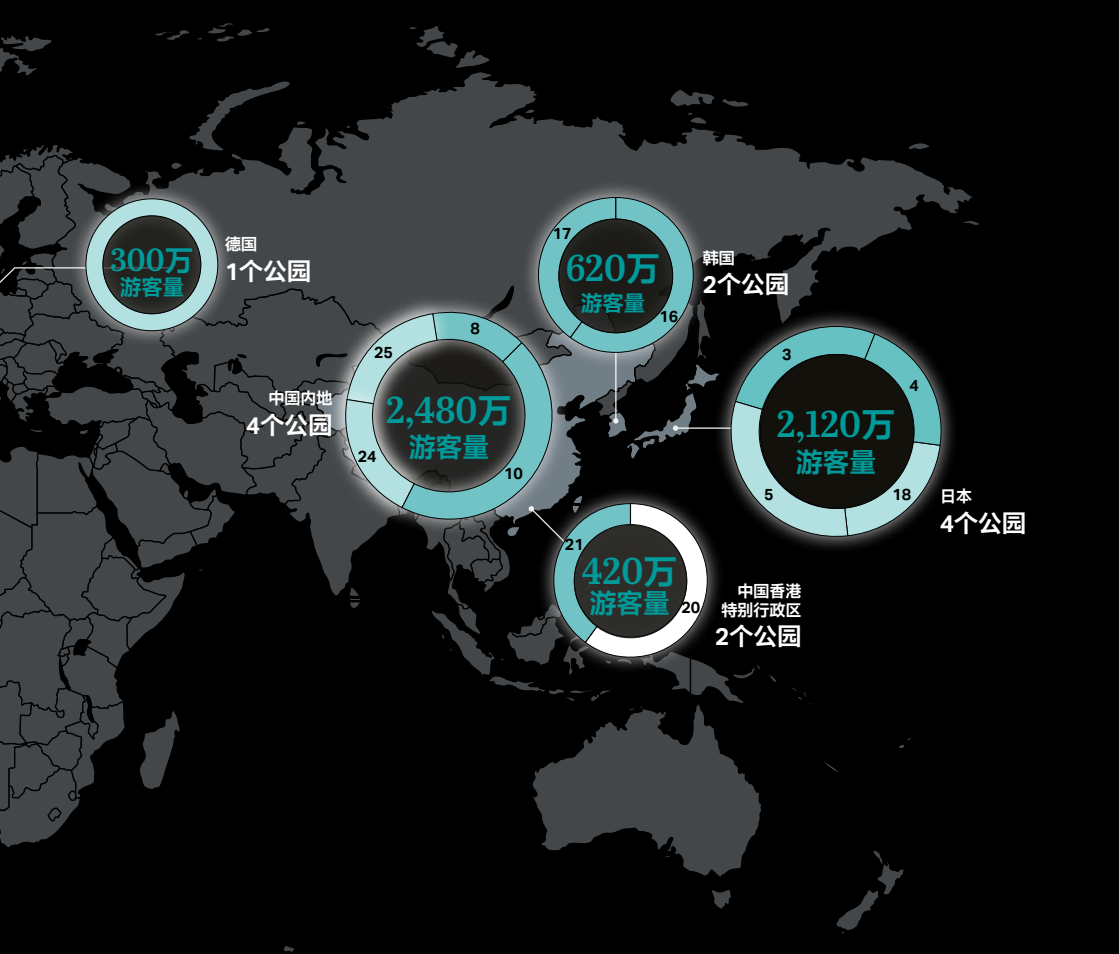


## 图例

- < 0 %
- 0.1% - 50%
- 51% - 100%
- > 100%
- 不适用-未定义变化

饼图代表入榜主题公园的游客量规模。图中各圆环上数字表示该公园排名，环形面积表示该公园在此区域的游客人次占比。色度代表该主题公园的游客量增长率与其他所有入榜主题公园对比。





70%

2020-21年全球排名前25位娱乐/主题乐园的游客量增长率

1.414 亿

2021年全球排名前25位娱乐/主题乐园的游客量

8,330万

2020年全球排名前25位娱乐/主题乐园的游客量

# 美洲区

---

## 步入新常态... 还是“昙花一现”？

**与大多数人所预期一致，2021年是从新冠病毒疫情中复苏的一年。**

位于南北美的主题公园及水上乐园其经营表现各不相同，具体表现取决于各地政府政策、居民及游客市场到访意愿和支付力，以及乐园经营者所采取的策略。然而，随着疫苗接种计划不断推进，承载量限制不断放宽，消费者对旅游及聚集的态度发生了转变，游客人数自2021年初至年底呈不断上升趋势。

2021年疫后美洲区的乐园复苏之路由几个重要趋势组成，一些与运营方应对政府限制的举措不断变化相关，或是对疫情下消费者行为及消费选择优先级的变化。另一些可被视为对长期以来对文化及时代转变的加速反应。下文提及的趋势主要展现了2021年美洲区市场特点，虽不确定目前应对疫情的举措是否会成为未来乐园经营及游客游玩的新常态，但至少能够在一定程度上反应当下现状。



### Francisco Refuerzo

资深经济规划师，  
AECOM经济咨询

复仇者联盟主题区，加州迪士尼乐园度假区  
安纳海姆，加利福尼亚州  
© 迪士尼



# 主题乐园行业的复苏

2020年夏季，新冠病毒确诊数呈下降趋势，主题乐园行业开始看到希望的曙光。政府部门亦较为谨慎，允许主题乐园在限流的基础上重新对外开放。但假日旅游高峰以及病毒变异株很快带来了新一轮关停及封锁措施，对部分地区举办大型活动及室内聚会产生负

面影响。2021年，该地区主题乐园游客量表现“开局艰难”，部分乐园仍处于关闭状态，而一些乐园亦受到政府规划或其自定的游客承载量限制。总体游客量在初夏时迅速增长，至2021年第四季度，一些乐园经营方报告称其游客量已恢复至疫情前水平。



海洋世界的鲨鱼观赏体验  
加利福尼亚，圣地亚哥  
© 海洋世界娱乐公司

到2021年7月，北美排名前20位的主题公园全数对外开放，2021年整体游客量同比上涨136%，其表现远超全球其他地区。北美排名前20位的水上乐园的表现则更为强劲，2021年整体游客量较2020年上涨177%。拉丁美洲的高品质主题乐园和水上乐园其游客量较去年增长了54%及74%，虽未达到北美地区三位数的强势增长，但其亦有不俗的表现。

主要运营商面临着严峻的挑战，需在不同层级政府制定的限制举措中探索乐园的重启之路，甚至有时需要在完全不同的州政策及时间进程下进行。以环球影城在佛罗里达州及加利福尼亚州的乐园为例，在2021年第三季度，其位于奥兰多及加州好莱坞的乐园均在未限流的情况下运营，但佛罗里达州这一年来于更早些时候取消了其他州级政府限制，从而导致该州乐园运营表现更佳。

加拿大奇幻乐园是北美排名前20的主题乐园中最后一个在2021年恢复运营的，其关停时间长于该区域内其他乐园。该乐园冬季通常暂停运营，其上次开园为2019年。其所在省相关政策限制了该乐园在2021年的重新开

放，重新开放的日期从5月延至6月，此后又推迟至7月，一再推迟的重开日期使乐园粉丝大为失望。墨西哥亦有对主题公园的相关限制，墨西哥六旗主题乐园于2020年12月暂停运营，受政府批准于2021年3月以20%的限流举措重新对外开放，且游客无法进入其室内游乐区域。

美国市场整体表现突出，主题乐园游客量较2020年上涨了134%。美国主题乐园整体游客量为2019年高峰水平的67%。

1.044亿

2021年北美排名前20位  
主题公园游客量

4,430万

2020年北美排名前20位  
主题公园游客量

“

**主要运营商面临着严峻的挑战，需在不同层级政府制定的限制举措中探索乐园的重启之路，甚至有时候需要在完全不同的州政策及时间安排下进行。**



雪松娱乐的嘉年华主题活动  
© 雪松娱乐

## 游客的回归

2021年，主题公园尤为重视其本地客源市场，并努力建立可持续盈利的重复到访机制。某种程度上来说，疫情巩固了主题公园作为区域旅游出行目的地的地位，到访本地乐园可感受其怀旧氛围、花费更低，同时也是更安全的户外体验活动，可作为疫情之下距离较远旅游目的地的替代品。

承担目的地型主题公园重要角色的国际游客恢复速度较慢。直至2022年年中，繁杂的新冠病毒检测要求阻碍了到访多国的国际旅行。根据“到访奥兰多”网站的数据，奥兰多2019年国际游客数量占总游客量的9%，而2021年这一数字则降至4%。2021年奥兰多接待国内及国际旅游到访总量恢复至2019年水平的78%，这与佛罗里达中部主题乐园报告的游客量比例一致。尽管美元走势强劲的整体趋势可能会增加海外游客到访乐园的成本，但国际游客量预计将于2022年年底前恢复至疫情前水平。

季卡在这一复苏浪潮中发挥了重要作用，几乎所有大型乐园都视疫情闭园为重新审视并设计其季卡的机会。一些运营商，如六旗为其多次入园卡提供了巨大折扣，以吸引游客重新到访。其他运营商，如迪士尼则完全改变其季卡计划并提高价格。奥兰多环球影城提供了面向佛罗里达居民的门票及多次入园计划优惠，以填补国际游客的数量上的不足。将重点置于季卡销售经证明行之有效，以海洋世界娱乐公司为例，其游客量自2019年至2021年下降了10%，但其季卡购买量同期仅下降3%。

由于开园限制的减少及本地市场愈发活跃，雪松娱乐在俄亥俄州的两个乐园（杉点乐园及国王岛游乐园）2021年表现十分出色。作为区域型目的地主题乐园的高知名度亦帮助其快速恢复。尚未做好搭乘飞机外出旅游的游客，更倾向自驾前往知名度较高的区域型主题公园。杉点乐园打造了全新的季卡计划，该季卡使用范围更广，延伸了核心市场覆盖范围。

# “押注”IP

业内不同领域对IP的依赖正不断扩大。大型乐园内IP存在已久，且不断出现在其他娱乐形式中，如家庭娱乐中心、水上乐园、咖啡馆及酒店等其他主题娱乐场所。继2019年首次成功推出《星球大战：银河边缘》主题区后，迪士尼于2021年在加州冒险乐园推出了复仇者联盟园区。迪士尼亦计划于2022-2023年在巴黎及香港推出全新主题园区。

IP在我们与主题乐园产生连接及创造体验中变得愈发重要，游客亦与IP有着很深的情感连接和共鸣。超级任天堂世界于2021年在日本环球影城开放，所受好评如潮。未来将于加州好莱坞环球影城及史诗宇宙主题乐园复制该园区；该乐园亦开设了全新梦工厂主题景点，游客在这里可以与梦工厂中的人物见面及互动。加州好莱坞环球影城打造了荣获西娅奖的

《宠物的秘密生活》黑暗骑乘游乐设施，该设施于2020年已准备就绪，将于运营条件更加成熟时正式对外开放。该乐园2021年游客量较2020年水平增长了323%。

# 出乎意料的疫情 “副作用”

自2020年疫情爆发以来，乐园需迅速思考并对其运营进行调整，以安全地接待游客到访。乐园需适应因疫情带来的变化，并寻求运营效率的提升。为更好的遵守防疫规定，亦引入了无接触式电子支付及数字化排队等技术，这些技术的引入也为游客提供了更好的体验，并有助于提高人均消费。各乐园在疫情前已朝着数字及科技化方向发展，但疫情的到来加速了这一进程。



宠物的秘密生活：解开枷锁，加州好莱坞环球影城  
© 环球主题乐园及度假村



各乐园使用动态定价及提前预订系统对游客到访进行管理，经证明亦可增加利润。在疫情期间，消费者已变得愈发习惯使用先进的售票系统。

劳动力短缺及成本上升仍是乐园运营方在2021年所面临的难题。许多乐园提升了其人员薪酬福利，或更多的使用科技手段进行招聘。帝王之城游乐园因其员工数量减少，对运营时间进行了调整。而海洋世界则在更多场景引入自动化手段，以减少对人员的需求与依赖。

许多乐园在疫情期间评估如何改善游客体验并进行战略投资，以保持或提升其市场地位。海洋世界于2021年为旗下各乐园推出了新的iOS和Android应用程序。与其他运营商不同的是，海洋世界选择将其2020年及2021年的几乎所有投资推迟至2022年。该决定长远来看已初见成效，2022年旗下各乐园游客

量增长迅速。

六旗集团于疫情爆发前宣布了一项转型计划，将以现代化的技术提升游客体验从而促进增长。该集团在疫情期间评估其原有产品及战略，如定价及会员计划，发现门票打折虽然有利于提升游客量，但吸引了过多园内消费潜力有限的青少年群体。除了在2022年花费1.22亿美元用于新项目及景点，目前该集团正在对运营及产品进行改革，希望“以客户为中心”的文化将提高其竞争地位。

## 大幅增长的人均支出

尽管2021年整体游客量较2019年有所下降，但其收入与2019年同期持平，在某些情况下甚至超过了2019年同期的水平。财务报告显示，北美排名前20的主题乐园中有19家游客消费大幅增长。人均花费的增长得益于疫情



下人们长期被压抑需求的释放、长期累计的休闲娱乐活动的预算以及通货膨胀。

这些乐园也想出了增加收益的方法：经过调整定价，促进游客提前预定门票并提供零售及食品的升级版选项。2021年第四季度，华特迪士尼世界首次推出了Genie+，该应用程序可为游客提供定制化的个人行程安排推荐

“

**财务报告显示，北美排名前20的主题乐园中有19家游客消费大幅增长。**



服务，有效地取代其原先免费的快速通关服务计划，提供基础的免费服务及需付费的尊享服务。

从运营层面来讲，这一趋势至关重要。游客入园消费的增加促使乐园收入增长，乐园能够将资金投资于打造新的景点及体验，进一步促使游客重复到访。游客人均支出的增加是否代表着消费者行为长久的变化？或者这仅是从疫情中恢复的副作用，这些也许并不重要。因为这些乐园经受了疫情这场“风暴”的洗礼，并在这个过程中变得愈发擅长满足游客的需求。

## 北美的主题乐园

2021年的几个大型的纪念日庆典活动备受瞩目。2021年10月，随着雷米的《料理鼠王大冒险》黑暗骑乘在艾波卡特乐园的法国馆对外开放，拉开了庆祝华特迪士尼世界度假区开幕50周年的序幕。迪士尼亦为50周年庆典打造了全新的夜间演出，如奥兰多迪士尼魔法王国及未来世界乐园的夜间烟火秀。衫点乐园截至2020年已开园150年，但其主要庆典活动被推迟至2021年。此外，诺氏百乐坊乐园亦于2021年庆祝其开园100周年。

作为2021年开业最受关注的主题乐园，乐高20年来首次在美国开设乐园，但围绕其开园的关注似乎被媒体对疫情及世界重大事件的新闻报道盖过了风头。海洋世界将其圣地亚哥水上乐园改建为芝麻街主题乐园，该项目已于2022年开业。位于奥兰多的冒险岛乐园首次推出了以侏罗纪公园为主题的过山车，大大提高了乐园游客量，使其游客量一跃高于佛罗里达环球影城。正在开发的乐园包括位于奥兰多的环球史诗宇宙主题乐园，该乐园将于2025年开业。

# 拉美的主题乐园

拉美排名前十的主题乐园中有两家已于2021年永久关闭，位于墨西哥城的La Feria de Chapultepec主题乐园亦于2019年关闭，该项目正经历再开发，将建成一个名为Parque Urbano Aztlan的新主题公园。而另一乐园Parque Plaza Sesamo，已被重新命名为Parque Fiesta Aventuras。

墨西哥六旗在首次推出世界上最大的大摆锤项目——“疯狂”后，继续保持该地区顶级乐园的地位，该项目高50米，速度可达每小时120公里。贝托·卡雷罗世界仍为拉丁美洲最大的乐园项目，其2021年预估游客量达190万，是该地区排名前10的乐园项目中较2020年预测游客量增长最多的乐园。

## 水上乐园

总体而言，独立运营的水上乐园项目与主题乐园相比表现更佳。因为水上乐园较短的运营季与疫情管控放宽的时间线较为一致、同时与疫苗接种变得更为普及，以及奥密克戎大规模传播前的普遍乐观心态有关。

美国排名前两位的水上乐园均位于华特迪士尼世界度假区，迪士尼做出战略决定：在疫情期间暂停开放台风湖水上乐园，保持暴风雪水上乐园运营从而削减成本。本报告北美榜单2019年排名第一的台风湖水上乐园2021年全年关闭。2022年年初，暴风雪水上乐园因翻新暂停营业，而台风湖水上乐园时隔近两年终对外开放。

在拉丁美洲，水上乐园与主题乐园的竞争表现比在美国更为均衡。部分原因是：该地区缺乏占主导地位的大型乐园运营集团。

墨西哥的西卡莱特集团则是例外，该集团计

划于2022年开放Xibalbá乐园。该乐园将加入其位于里维埃拉玛雅海岸由7个乐园组成的景点集群，目前其旗舰项目为拉美排名第三的Xcaret生态乐园。西卡莱特集团旗下项目包括主题公园、水上乐园以及生态自然公园。该集团通过持续大量投资巩固并拓展其自然及生态的概念。规划于7年内将其酒店客房数增至5,400间，作为该规划的一部分，于2021年开设了两家主要面向成人客群的奢华型酒店。

整个加勒比地区对酒店及乐园正进行重大投资开发。位于巴哈马的海滨水上乐园巴哈湾于2021年开放，作为巴哈马度假村的组成部分，占地15英亩。位于多米尼加共和国的埃尔多拉多乐园开工动工，该乐园被称为该地区最大的水上乐园集群。

1,070万

2021年北美排名前20位  
水上乐园游客量

380万

2020年北美排名前20位  
水上乐园游客量

700万

2021年南美排名前10位  
水上乐园游客量

400万

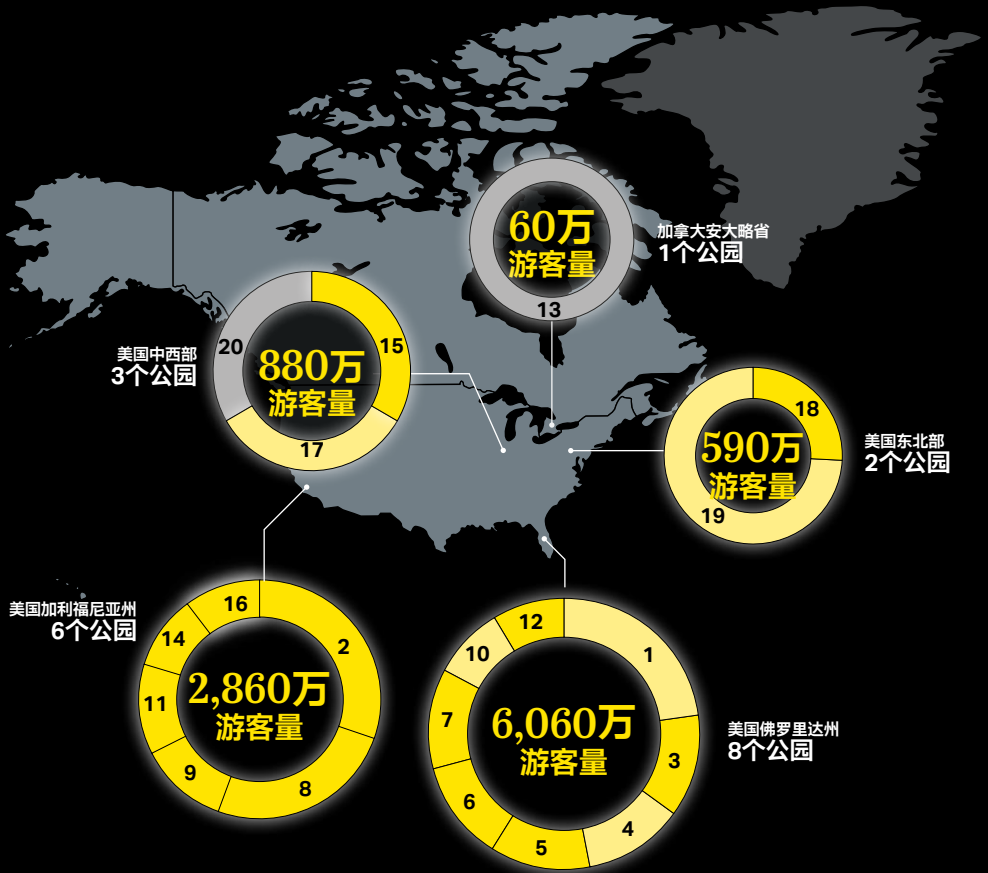
2020年南美排名前10位  
水上乐园游客量

德克萨斯台风水上乐园  
德克萨斯州，卡蒂  
© Pyek集团



海滩公园  
巴西，阿基拉斯  
© 海滩乐园

# 北美排名前20位 娱乐/主题公园



2021年的游客量下降主要是由于疫情下监管机构限制乐园运营天数及接待人数。因此，我们在2021年的报告中沿用了2019年的排名用作乐园的列示顺序。

## 图例

- < 0%
- 0.1% - 50%
- 51% - 100%
- > 100%
- 不适用-未定义变化

饼图代表上榜主题公园的游客量规模。图中各圆环上数字表示该公园排名，环形面积表示该公园在此区域的游客人次占比。色度代表该主题公园的游客量增长率与其它所有上榜主题公园对比。

2019 排名	公园, 所在国家 (地区) 和城市	2020-2021年 变化%	2021年 游客量	2020年 游客量	2019年 游客量
1	迪士尼魔法王国, 美国, 佛罗里达州, 布纳维斯塔华特迪士尼世界	83%	12,691,000	6,941,000	20,963,000
2	迪士尼乐园, 美国, 加利福尼亚州, 安纳海姆	133%	8,573,000	3,674,000	18,666,000
3	迪士尼动物王国, 美国, 佛罗里达州, 布纳维斯塔湖, 华特迪士尼世界	73%	7,194,000	4,166,000	13,888,000
4	未来世界, 美国, 佛罗里达州, 布纳维斯塔湖, 华特迪士尼世界	92%	7,752,000	4,044,000	12,444,000
5	迪士尼好莱坞影城, 美国, 佛罗里达州, 布纳维斯塔湖, 华特迪士尼世界	134%	8,589,000	3,675,000	11,483,000
6	环球影城, 美国, 佛罗里达州, 奥兰多	119%	8,987,000	4,096,000	10,922,000
7	环球影城冒险岛, 美国, 佛罗里达州, 奥兰多	127%	9,077,000	4,005,000	10,375,000
8	迪士尼加州冒险乐园, 美国, 加利福尼亚州, 安纳海姆	159%	4,977,000	1,919,000	9,861,000
9	好莱坞环球影城, 美国, 加利福尼亚州, 环球市	324%	5,505,000	1,299,000	9,147,000
10	奥兰多海洋世界, 美国, 佛罗里达州, 奥兰多	91%	3,051,000	1,598,000	4,640,000
11	诺氏百乐坊乐园, 美国, 加利福尼亚州	354%	3,681,000	811,000	4,238,000
12	坦帕湾布希乐园, 美国, 佛罗里达州, 坦帕	149%	3,210,000	1,288,000	4,180,000
13	加拿大奇幻乐园, 加拿大, 安大略省, 枫叶市	-	587,000	-	3,950,000
14	圣地亚哥海洋世界, 美国, 加利福尼亚州, 圣地亚哥	146%	2,800,000	1,139,000	3,731,000
15	杉点乐园, 美国, 俄亥俄州, 桑达斯基	187%	3,327,000	1,020,000	3,610,000
16	六旗魔术山公园, 美国, 加利福尼亚州, 瓦伦西亚	344%	3,047,000	686,000	3,521,000
17	国王岛, 美国, 俄亥俄州	96%	3,181,000	1,626,000	3,485,000
18	六旗大冒险乐园, 美国, 新泽西州, 杰克森市	387%	2,913,000	598,000	3,451,000
19	好时公园, 美国, 宾夕法尼亚, 赫尔希镇	75%	3,012,000	1,717,000	3,384,000
20	六旗大美国乐园, 美国, 伊利诺伊州, 格尼	-	2,675,000	-	3,169,000
2021年北美排名前20位主题公园总游客量		136%	104,427,000	44,302,000	159,108,000
2021年北美排名前20位主题公园之于2019年 (疫情前) 总游客量的比例					66%

© 2021 TEA / AECOM

**136%**

2020-21年北美排名前20位娱乐/  
主题公园游客量增长率

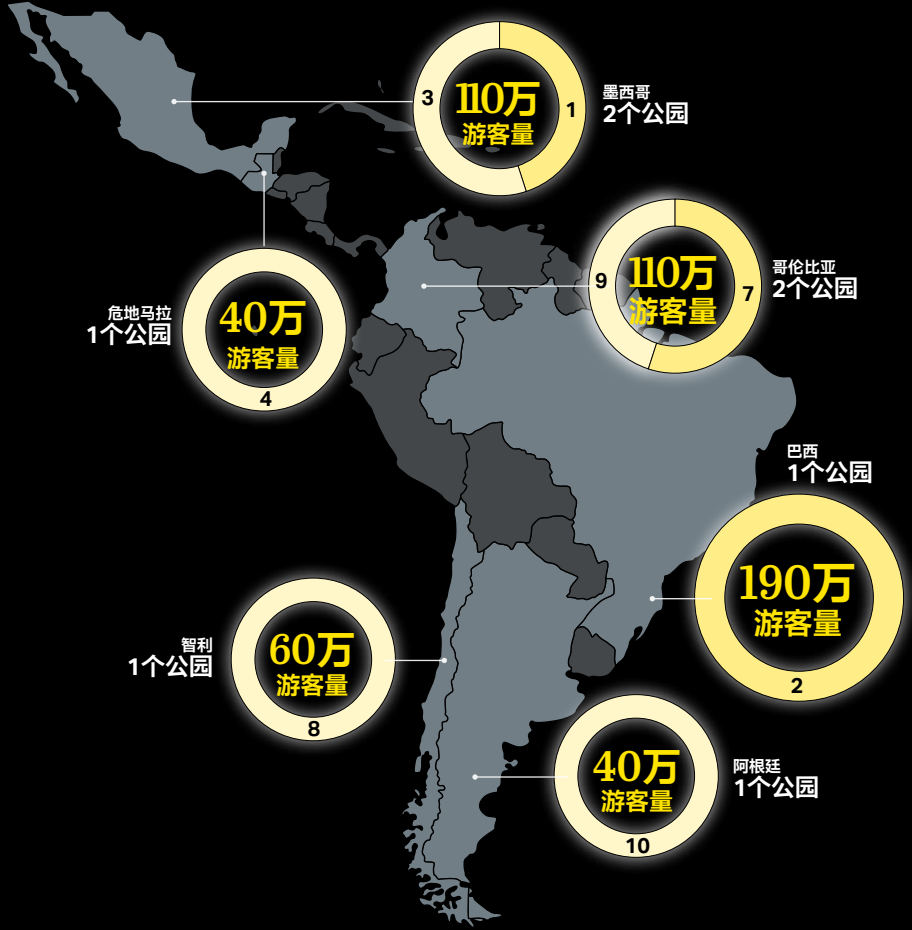
**1.044亿**

2021年北美排名前20位  
娱乐/主题公园游客量

**4,430万**

2020年北美排名前20位  
娱乐/主题公园游客量

# 拉美和加勒比海地区 排名前10位 娱乐/主题公园



2021年的游客量下降主要是由于疫情下监管机构限制乐园运营天数及接待人数。

因此，我们在2021年的报告中沿用了2019年的排名用作乐园的列示顺序。

## 图例

- < 0%
- 0.1% - 50%
- 51% - 100%
- > 100%
- 不适用-未定义变化

饼图代表上榜主题公园的游客量规模。图中各圆环上数字表示该公园排名，环形面积表示该公园在此区域的游客人次占比。色度代表该主题公园的游客量增长率与其它所有上榜主题公园对比。

2019 排名	公园, 所在国家 (地区) 和城市	2020-2021年 变化%	2021年 游客量	2020年 游客量	2019年 游客量
1	墨西哥六旗公园, 墨西哥, 墨西哥城	60%	1,125,000	701,000	2,803,000
2	贝托·卡雷罗世界, 巴西, 圣卡塔琳娜	51%	1,895,000	1,252,000	2,241,000
3	伊施卡瑞特主题公园, 墨西哥, 坎昆	50%	1,104,000	736,000	1,960,000
4	MUNDO PETAPA主题公园, 危地马拉, 危地马拉城	50%	402,000	268,000	1,330,000
5	查布尔泰佩克公园, 墨西哥, 墨西哥城	-	-	-	1,306,000
6	芝麻街主题公园, 墨西哥, 蒙特雷	-	-	-	1,173,000
7	世界探险乐园, 哥伦比亚, 波哥大	83%	631,000	344,000	1,151,000
8	幻想世界游乐园, 智利, 圣地亚哥	43%	615,000	430,000	1,100,000
9	国立咖啡公园, 哥伦比亚, 金迪奥	50%	482,000	321,000	1,043,000
10	科斯塔公园, 阿根廷, 布宜诺斯艾利斯	50%	395,000	263,000	968,000
2021年拉丁美洲排名前10位娱乐/主题公园游客量		54%	6,649,000	4,315,000	15,075,000
2021年拉美排名前10位主题公园之于2019年 (疫情前) 总游客量的比例					44%

© 2021 TEA / AECOM

**54%**

2020-21年拉美排名前10位娱乐/  
主题公园游客量增长率

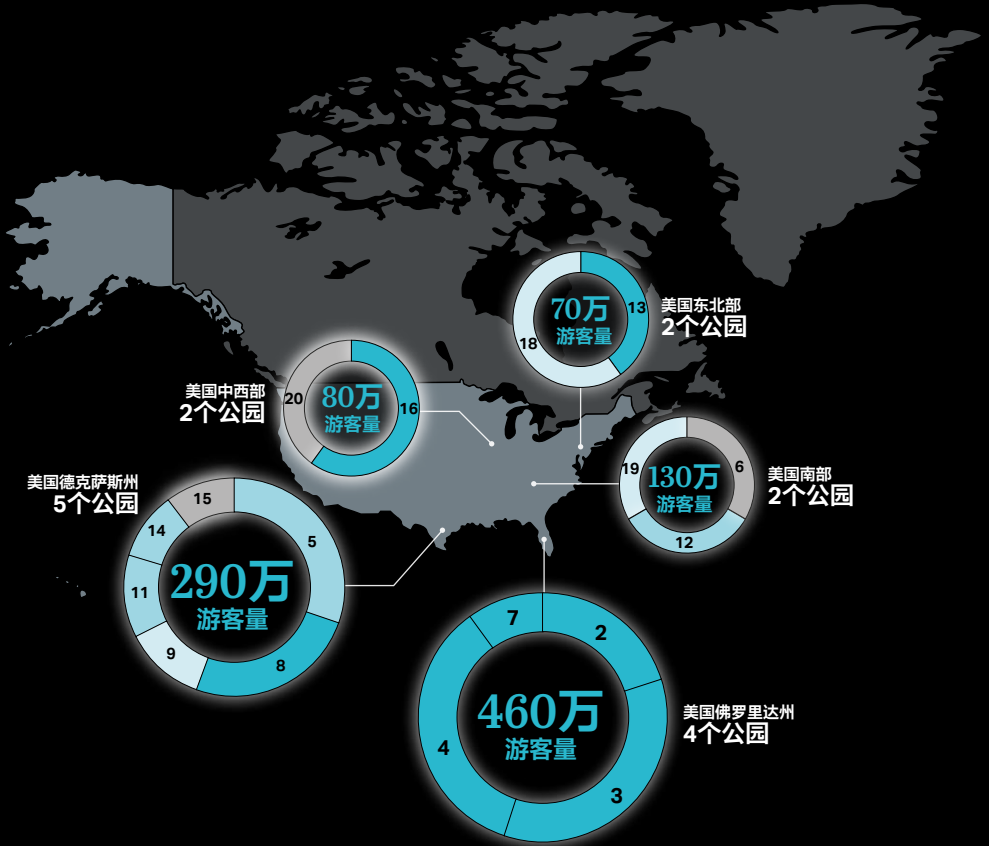
**660万**

2021年拉美排名前10位娱乐/主题  
公园游客量

**430万**

2020年拉美排名前10位娱乐/主题  
公园游客量

# 北美 排名前10位 水上乐园



2021年的游客量下降主要是由于疫情下监管机构限制乐园运营天数及接待人数。

因此，我们在2021年的报告中沿用了2019年的排名用作乐园的列示顺序。

## 图例

- < 0 %
- 0.1% - 50%
- 51% - 100%
- > 100%
- 不适用-未定义变化

饼图代表上榜水上乐园的游客量规模。图中各圆环上数字表示该水上乐园排名，环形面积表示该水上乐园在此区域的游客人次占比。色度代表该水上乐园的游客量增长率与其它所有上榜水上乐园对比。



2019 排名	公园, 所在国家 (地区) 和城市	2020-2021年 变化%	2021年 游客量	2020年 游客量	2019年 游客量
1	台风湖水上乐园, 美国, 佛罗里达州, 奥兰多, 华特迪士尼世界	-	-	-	2,248,000
2	暴风雪水上乐园, 美国, 佛罗里达州, 奥兰多	280%	1,201,000	316,000	1,983,000
3	火山湾水上乐园, 美国, 佛罗里达州, 奥兰多	207%	1,691,000	551,000	1,811,000
4	海洋世界水上乐园, 美国, 佛罗里达州, 奥兰多	117%	1,147,000	528,000	1,533,000
5	斯里特班水上乐园, 美国, 德克萨斯州, 新布朗费尔斯	97%	888,000	451,000	996,000
6	美国水世界, 美国, 弗吉尼亚州, 威廉姆斯堡	-	700,000	-	736,000
7	冒险岛, 美国, 佛罗里达州, 坦帕	374%	593,000	125,000	656,000
8	圣地亚哥水上乐园, 美国, 德克萨斯州, 圣安东尼奥	123%	586,000	263,000	651,000
9	斯里特班水上乐园, 美国, 德克萨斯州, 加尔维斯顿	19%	402,000	337,000	567,000
10	水花四溅水上乐园, 美国, 纽约州, 卡尔弗顿	-	-	-	542,000
11	六旗飓风港, 美国, 德克萨斯州, 阿灵顿	60%	377,000	235,000	538,000
12	六旗白水公园, 美国, 佐治亚州, 玛丽埃塔	55%	368,000	238,000	526,000
13	六旗飓风港, 美国, 新泽西州, 杰克逊	427%	448,000	85,000	482,000
14	德克萨斯台风水上乐园, 美国, 德克萨斯州, 卡蒂	67%	340,000	203,000	478,000
15	六旗飓风港水上乐园, 美国, 德克萨斯州, 斯普林	-	333,000	-	475,000
16	祖贝兹湾水上乐园, 俄亥俄州, 鲍威尔	112%	373,000	176,000	466,000
17	六旗飓风港凤凰城, 美国, 亚利桑那州, 格伦代尔	-	309,000	-	441,000
18	骆驼滩水上乐园, 美国, 宾夕法尼亚州, 坦纳斯维尔	49%	225,000	151,000	439,000
19	多莱坞公园与水上乐园, 美国, 田纳西州, 福特鸽	49%	281,000	188,000	433,000
20	杉点海滨水上乐园, 美国, 俄亥俄州, 桑达斯基	-	402,000	-	424,000
<b>2021年北美排名前20位水上乐园总游客量</b>		<b>177%</b>	<b>10,664,000</b>	<b>3,847,000</b>	<b>16,425,000</b>
<b>2021年北美排名前20位水上乐园之于2019年 (疫情前) 总游客量的比例</b>					<b>70%</b>

© 2021 TEA / AECOM

# 177%

2020-21年北美排名前20位水上乐园游客量增长率

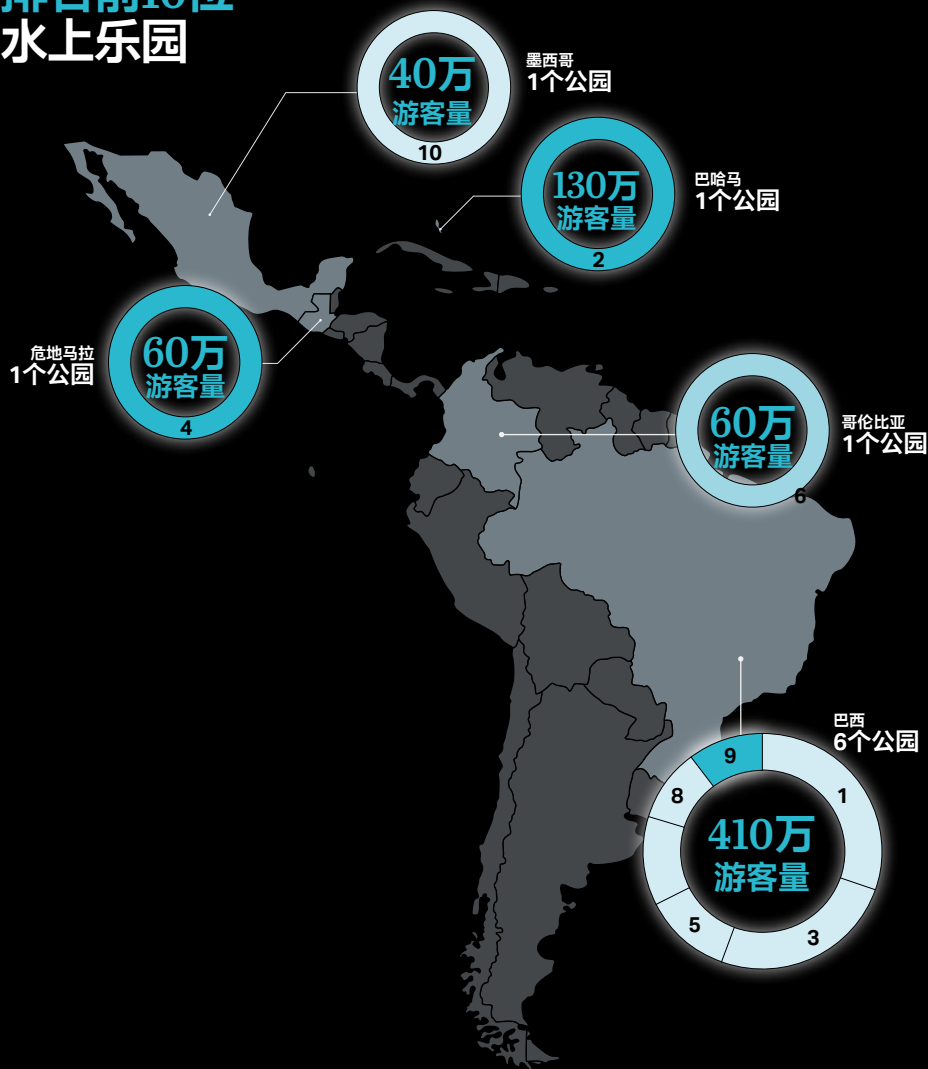
# 1,070万

2021年北美排名前20位水上乐园游客量

# 380万

2020年北美排名前20位水上乐园游客量

# 拉美和加勒比海地区 排名前10位 水上乐园



2021年的游客量下降主要是由于疫情下监管机构限制乐园运营天数及接待人数。

因此，我们在2021年的报告中沿用了2019年的排名用作乐园的列示顺序。

## 图例

- < 0 %
- 0.1% - 50%
- 51% - 100%
- > 100%
- 不适用-未定义变化

饼图代表上榜水上乐园的游客量规模。图中各圆环上数字表示该水上乐园排名，环形面积表示该水上乐园在此区域的游客人次占比。色度代表该水上乐园的游客量增长率与其它所有上榜水上乐园对比。

2019 排名	公园, 所在国家 (地区) 和城市	2020-2021年 变化%	2021年 游客量	2020年 游客量	2019年 游客量
1	THERMAS DOS LARANJAIS水上乐园, 巴西, 奥林匹亚	28%	1,179,000	922,500	1,845,000
2	巴哈马水上冒险乐园, 巴哈马, 天堂岛	157%	1,269,000	494,000	1,813,000
3	HOT PARK RIO QUENTE水上乐园, 巴西, 卡尔达斯	27%	933,000	734,500	1,469,000
4	PARQUE ACUATICO XOCOMIL水上乐园, 危地马拉, 拉雷塔卢莱乌省, 圣马丁萨波蒂特兰	417%	626,000	121,000	894,000
5	海滩公园, 巴西, 阿基拉斯	60%	500,000	312,000	890,000
6	PISCILAGO水上乐园, 哥伦比亚, 波哥大	98%	609,000	307,000	876,000
7	魔术城水上乐园, 巴西, 苏萨诺	32%	467,000	355,000	681,000
8	THERMAS WATER PARK, 巴西, 圣保罗	43%	452,000	315,000	641,000
9	HOTA BEACH水上乐园, 巴西, 奥林匹亚	144%	594,000	243,200	608,000
10	PARQUE ACUATICO EL ROLLO乐园, 墨西哥, 莫雷洛斯	75%	368,000	210,000	525,000
2021年拉美排名前10位水上乐园总游客量		74%	6,997,000	4,014,200	10,242,000
2021年拉美排名前10位水上乐园之于2019年 (疫情前) 总游客量的比例					68%

© 2021 TEA / AECOM

# 74.0%

2020-21年拉美排名前10位  
水上乐园游客量增长率

# 700万

2021年拉美排名前10位  
水上乐园游客量

# 400万

2020年拉美排名前10位  
水上乐园游客量

# 亚太区

与世界其他区域相比，亚太区旅游市场的复苏程度各不相同。2021年亚太区各地政府对新冠病毒新变种做出的反应亦有所不同，一些国家的乐园在关停和重开之间不断挣扎。

而另一些国家的乐园已实行限流开放，基本恢复全年运营。以上海迪士尼乐园为例，2021年仅闭园两天，这一年大部分时间均采取了严格的限流措施。

一般来说，限制措施解除后将迎来大量游客的回归。若重开恰逢节假日，景点将从中受益更多。国际及区域间旅游出行限制仍持续影响着有意愿到访的游客群体规模。

与主要依赖远途游客的主题娱乐景点相比，以本地居民为主要客源的景点表现更佳。就亚太区来说，游客量已恢复至2019年水平的40%-80%，平均已恢复至2019年水平的55%。

展望未来，尚未确定何时能够恢复正常的旅游模式，而中国的情况则更为不确定。由于中国持续推行“动态清零政策”，上海于2022年经历了数月的疫情封控。截至目前，亚太区乐园及景点持续受到跨区域旅游政策的限制，中长途游客流动受限。而东南亚各国经调整开始采取与欧美相似的防疫政策，其发展前景更趋乐观。



**Beth Chang**  
**张本韵**

AECOM亚太区  
经济咨询执行总监



**Chris Yoshii**  
**吉井贵思**

AECOM亚太区  
经济咨询副总裁



米奇和朋友们庆祝  
东京迪士尼海洋20周年庆  
© 迪士尼

变形金刚基地——霸天虎过山车，北京环球影城

© 环球影城主题乐园及度假区



## 亚洲的主题公园与水上乐园

### 中国

中国2021年主题公园平均游客量大约恢复至疫情前水平的50%-55%，大致相当于此前2014-2015年的市场规模。这一年度相较于2020年游客量有所提高，更加凸显中国主题娱乐市场在新冠疫情爆发前的迅猛增长态势。

游客量数字看似朝着积极方向发展，但并不一定意味着旅游收入的全面复苏。中国地方政府与其他国家的政府一样，通过向乐园提供补助，从而促使其对门票大力打折促销。这类补助有助于在短期内人为提高游客量。

备受期待的北京环球影城于2021年9月底盛大开园，其开幕标志着第二家大型国际主题公园集团于中国开设主题娱乐度假区。乐园开幕以来深受市场欢迎，其中与威震天互动尤其受游客热捧，该《变形金刚》角色与北京幽默诙谐的城市特点相得益彰。为防止疫情扩散并确保北京冬奥会的成功举办，北京政府提倡在冬奥举办期间非必要不进京，此举对北京环球影城的运营产生了负面影响。北京环球影城将需要为全面开放后接待大量游客到访做好全方位的准备。

中国主题公园行业虽发展时间不长但增长迅速，同时，这场疫情似乎促使了该行业更加迈向成熟发展，即出现了现有主题公园的合并与收购。

海昌海洋公园虽未录入本报告排名榜单，其旗下四个主题公园项目及一个正在开发的主题公园项目于2021年12月被出售给私募股权投资公司MBK Partners。海昌海洋公园将继续为MBK Partners管理已出售的主题公园，并以轻资产模式持有并运营其中一个主题公园。此类新型轻资产运营模式亦受到如华强方特等运营方的青睐。

华侨城集团游客量较2020年增长了11%，接近疫情前水平的97%。这一增长源于新增的9个中型乐园项目及该集团持续大范围促销及免门票入园活动。

华强方特持续扩张及升级其主题公园及相关景点设施。自2017年以来，华强方特将其工作重点放在为当地政府建设新的主题公园项目

上。政府作为项目持有方，向华强方特支付运营管理费用。2021年，华强方特关闭了三个早期项目并遵照同一模式开出了四个新主题公园项目，此举使其整体游客量恢复至疫情前水平的91%。这一轻资产模式预计未来将愈发普遍。

“

**中国2021年主题公园平均游客量大约恢复至疫情前水平的50%-55%。**



华侨城集团携手央视，基于《国家宝藏》节目打造规模5,000平方米的沉浸式主题景点  
中国，济南

# 日本

在2021年的大部分时间里，迪士尼在日本的两个乐园都采取了严格的限流措施。纵览全年，其乐园最大承载量限制各不相同，单个乐园每日最大承载量甚至有时会降低至5,000人。

年底举行的东京迪士尼海洋20周年庆活动大大提升了游客量。虽然游客量仅恢复至疫情前水平的40%，但随着限流措施的取消，游客们都希望尽快重新到访乐园。东京迪士尼海洋正进行开园以来最大规模的扩建，新园区「魔法之泉」由《冰雪奇缘》、《魔法奇缘》、《小飞侠》组成。这一大规模扩建彰显迪士尼对日本及亚洲市场持续的信心。

2021年3月，大阪环球影城超级任天堂世界主题园区正式开幕，开幕以来获得了广泛的

关注和成功。此项重大投资广受好评，由于该主题园区引入的游戏化元素有助于带动重复到访,将作为乐园的一大亮点不断吸引游客到访。由于新园区享有极高人气，为提升游客体验及错峰入场，该园区引入了整理券入场系统，游客可持免费领取的整理券于指定时间进入该区域。由于对入场进行了一定限制，游客量未能完全体现新园区所获的成功。基于超级任天堂世界的成功运营，该园区将增加世界第一个「大金刚」主题区，于2024年开放。届时超级任天堂世界的规模将增加约70%。此外，由于大阪环球影城年票计划广受日本年轻人欢迎，该乐园已成为本国年轻人社交活动的首选目的地。







## 中国, 香港

期待已久的香港海洋公园水上乐园于2021年9月对外开放，提供室内外水上游乐设施及体验。水上乐园的开幕将使海洋公园成为多门户度假区迎接游客到访。

随着水上乐园的开放，海洋公园亦将注意力转向原先的主题公园领域，并于2021年启动一项招标程序：目标是引入私人企业接手海洋公园的部分区域运营，并最终将其山下园区改造为一个以零售、餐饮及娱乐为主的开放式商业区。

由于疫情下内地游客与国际游客无法到访，香港迪士尼乐园深度挖掘本地居民市场，成功打破年卡销售记录。该乐园在香港本地市场达到了近40%的渗透率，取得这一成绩实属不易。因为相较于其他迪士尼乐园所在地，香港政府对新冠病毒的防疫管控措施更为严格。香港迪士尼度假区将继续其持续多年的扩张计划，重建的奇妙梦想城堡已重新对外开放，而在建的冰雪奇缘主题园区，也将于不久后开放。漫威系列主题景点亦计划于未来开幕。

# 东南亚

东南亚在2021年受到新冠病毒疫情的巨大影响，许多国家采取了如出行限制甚至城市封锁等举措，导致该地区主题乐园的游客量普遍较低。至2022年大多数东南亚国家现已改变其防疫政策，预计其主题公园游客量将大幅增加。

## 区域在建主题公园项目

尽管开业日期延迟愈发常见，但亚太区建设主题公园及乐园内主题区的投资势头不减。位于马来西亚的云顶天城世界主题乐园于2022年2月开业，韩国乐高乐园亦于2022年5月开业。新加坡环球影城、香港迪士尼乐园、上海迪士尼度假区及东京迪士尼海洋等项目正进行新主题园区的建设工作。乐高乐园已经宣布在深圳、上海及成都建设三个主题公园度假区。

相比之下，因资金链等问题影响，部分中国房地产开发商主导的主题公园开发项目已基本暂停。

“

香港迪士尼乐园在香港本地市场达到了近40%的渗透率，取得这一成绩实属不易。因为相较于其他迪士尼乐园所在地，香港政府对新冠病毒的防疫管控措施更为严格。

50-55%

中国2021年主题公园平均游客量  
大约恢复至疫情前水平的50%-55%



# 水上乐园

亚太区水上乐园受到了许多与主题公园相同的疫情管控限制。随着政府对政策的放宽，旅游需求激增；而未取消管控措施的国家对水上乐园产生的影响仍较大。由于受到新冠病毒新变种的影响，一些位于中国、韩国及印尼的水上乐园游客量较2020年水平进一步下降。

相比之下，疫情亦为位于三亚的亚特兰蒂斯水世界冒险乐园带来了“新机遇”，其游客量不减反增。由于中国公民无法出境，许多中国富裕客群选择到访海南岛进行休闲旅游活动并购买免税奢侈品。然而这一趋势可能会受到如2022年三亚临时疫情封控措施的影响。

韩国各水上公园的游客量表现不均衡，一些乐园游客量有所回升，但亦有部分乐园表现持续低迷。

例外的是，马来西亚的水上乐园见证了团客的再度回归。与亚太区其他国家不同，马来西亚水上乐园市场开始出现了更多以10-20人为单位的家庭聚会团客，为重新开放的水上乐园市场拓展了新需求。

有趣的是，亚太区游客前往水上乐园的出行目的亦正发生变化。纵观整个亚洲，水上乐园一般以情侣约会出游居多，而家庭出游的情况较少。水上乐园就这一现象做出了相应的准备，如打造现场音乐表演、歌舞表演等晚间活动，使游客能够在清凉的水中欣赏表演。在炎热的夏季，晚间6点到到访高峰期亦较为常见；通过单独收费的门票将乐园服务及体验延伸至夜晚，此举可大大提高游客量及乐园收益。



受疫情管控影响，广受欢迎的波塞冬沙滩室内水乐园不得不提前结束其2021年运营季。

© 波塞冬沙滩水世界，中国哈尔滨

## 区域在建水上乐园项目

鉴于水上乐园规模较小，投资成本相对较低，在亚洲开发该类产品仍受青睐。尽管许多在建项目进展有所延迟，尚待经济形势好转以进一步推进，但市场复苏趋势初显。

# 1,190万

2021年亚太区排名前20位水上乐园游客量

# 2,160万

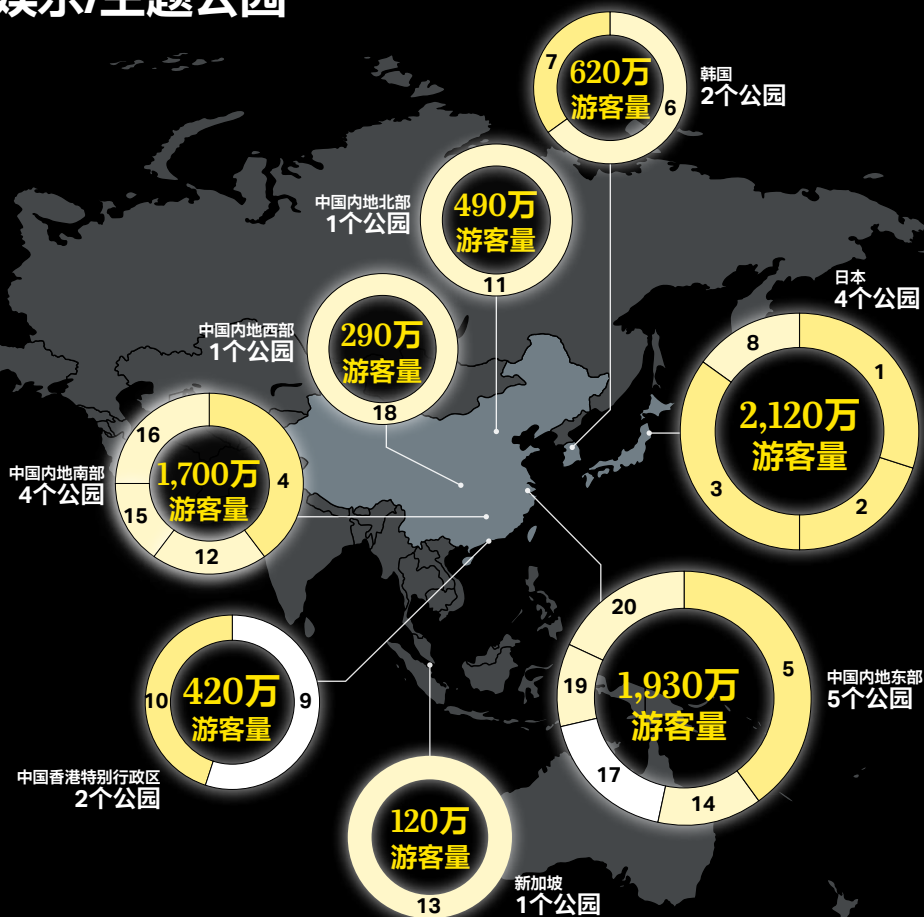
2019年亚太区排名前20位水上乐园游客量





三亚亚特兰蒂斯水世界冒险乐园打造的夜间表演，海南三亚  
© 亚特兰蒂斯水世界冒险乐园

# 亚太地区 排名前20位 娱乐/主题公园



2021年的游客量下降主要是由于疫情下监管机构限制乐园运营天数及接待人数。

因此，我们在2021年的报告中沿用了2019年的排名用作乐园的列示顺序。

## 图例

- < 0%
- 0.1% - 50%
- 51% - 100%
- > 100%
- 不适用-未定义变化

饼图代表上榜主题公园的游客量规模。图中各圆环上数字表示该公园排名，环形面积表示该公园在此区域的游客人次占比。色度代表该主题公园的游客量增长率与其它所有上榜主题公园对比。

2019 排名	公园, 所在国家 (地区) 和城市	2020-2021年 变化%	2021年 游客量	2020年 游客量	2019年 游客量
1	东京迪士尼乐园, 日本, 东京	51%	6,300,000	4,160,000	17,910,000
2	东京迪士尼海洋公园, 日本, 东京	71%	5,800,000	3,400,000	14,650,000
3	日本环球影城, 日本, 大阪	12%	5,500,000	4,901,000	14,500,000
4	长隆海洋王国, 珠海横琴湾	55%	7,452,000	4,797,000	11,736,000
5	上海迪士尼乐园, 上海	54%	8,480,000	5,500,000	11,210,000
6	爱宝乐园, 韩国, 京畿道	34%	3,710,000	2,760,000	6,606,000
7	乐天世界, 韩国, 首尔	58%	2,460,000	1,560,000	5,953,000
8	长岛温泉乐园, 日本, 三重县桑名市	50%	3,600,000	2,400,000	5,950,000
9	海洋公园, 香港特别行政区	-36%	1,400,000	2,200,000	5,700,000
10	香港迪士尼乐园, 香港特别行政区	65%	2,800,000	1,700,000	5,695,000
11	欢乐谷, 北京	25%	4,930,000	3,950,000	5,160,000
12	长隆欢乐世界, 广州	45%	3,890,000	2,681,000	4,905,000
13	新加坡环球影城, 新加坡	9%	1,200,000	1,098,000	4,500,000
14	中华恐龙园, 常州	5%	2,500,000	2,375,000	4,434,000
15	世界之窗, 深圳	27%	2,400,000	1,890,000	3,990,000
16	欢乐谷, 深圳	6%	3,310,000	3,120,000	3,980,000
17	郑州方特欢乐世界, 郑州	-20%	2,752,000	3,421,000	3,840,000
18	欢乐谷, 成都	12%	2,940,000	2,620,000	3,580,000
19	宁波方特东方神画, 宁波	2%	2,308,000	2,257,000	3,575,000
20	欢乐谷, 上海	21%	3,300,000	2,730,000	3,390,000
2021年亚太排名前20位主题公园总游客量		29%	77,032,000	59,520,000	141,264,000
2021年亚太排名前20位主题公园之于2019年 (疫情前) 总游客量的比例					55%

© 2021 TEA / AECOM

**29%**

2020-21年亚太区排名前20位  
娱乐/主题公园游客量增长率

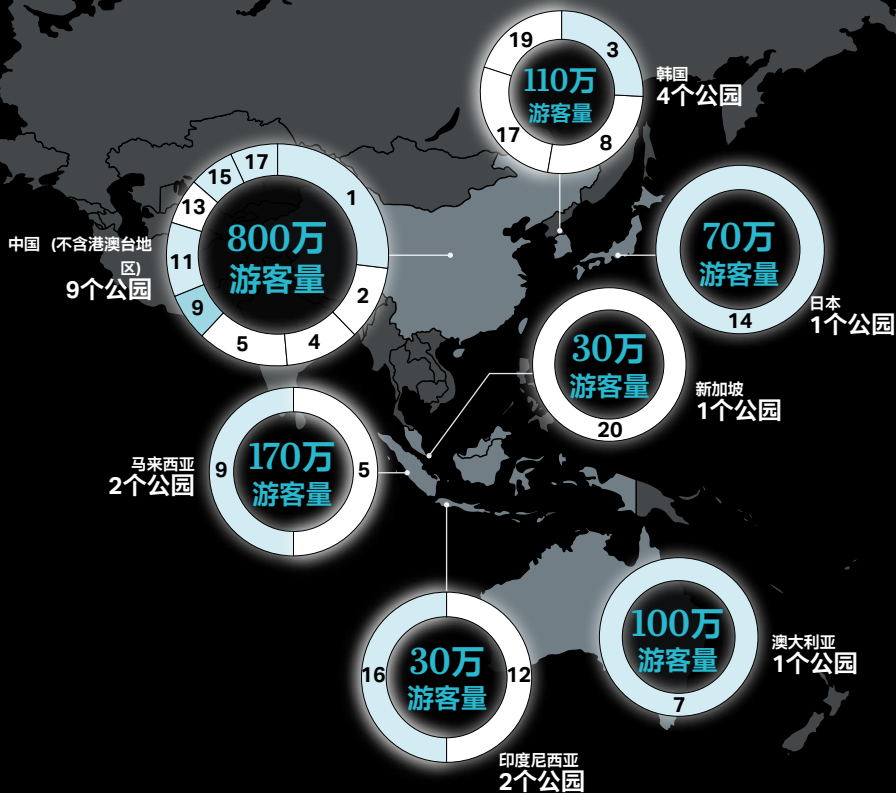
**7,700万**

2021年亚太区排名前20位  
娱乐/主题公园游客量

**5,950万**

2020年亚太区排名前20位  
娱乐/主题公园游客量

# 亚太地区 排名前20位 水上乐园



2021年的游客量下降主要是由于疫情下监管机构限制乐园运营天数及接待人数。

因此，我们在2021年的报告中沿用了2019年的排名用作乐园的列示顺序。

## 图例

- < 0%
- 0.1% - 50%
- 51% - 100%
- > 100%
- 不适用-未定义变化

饼图代表入榜水上乐园的游客量规模。图中各圆环上数字表示该乐园排名，环形面积表示该乐园在此区域的游客人次占比。色度代表该水上乐园的游客量增长率与其它所有入榜水上乐园对比。



2019 排名	公园, 所在国家 (地区) 和城市	2020-2021年 变化%	2021年 游客量	2020年 游客量	2019年 游客量
1	长隆水上乐园, 广州	47%	2,230,000	1,512,000	3,014,000
2	芜湖方特水上乐园, 芜湖	-44%	431,000	770,800	1,348,000
3	加勒比海湾水上乐园, 韩国, 京畿道	32%	222,000	168,000	1,333,000
4	玛雅水上乐园, 武汉	-22%	730,000	930,000	1,210,000
5	亚特兰蒂斯水世界, 三亚	0%	1,200,000	1,200,000	1,200,000
	双威水上乐园, 马来西亚, 吉隆坡	0%	600,000	600,000	1,200,000
7	狂野水世界, 澳大利亚, 黄金海岸	2%	970,000	952,000	1,120,000
8	海洋世界, 韩国, 江原道	-36%	115,000	180,000	1,071,000
9	波塞冬沙滩水世界, 哈尔滨	94%	582,000	299,600	916,700
10	双威迷失水世界, 马来西亚, 霹靂州	0%	600,000	600,000	1,000,000
11	玛雅水上乐园, 上海	26%	1,080,000	860,000	970,000
12	亚特兰蒂斯水上冒险 (寻梦园主题公园), 印度尼西亚, 雅加达	-82%	30,000	220,000	910,000
13	郑州方特水上乐园, 郑州	-29%	443,000	622,300	905,000
14	夏日乐园水上世界, 日本, 东京	43%	650,000	454,000	868,000
15	厦门方特水上乐园, 厦门	24%	548,000	442,000	832,000
16	丛林探险水上乐园, 印度尼西亚, 茂物	34%	268,000	200,000	785,000
17	玛雅水上乐园, 天津	33%	730,000	550,000	750,000
	熊津蒲葦乐园, 韩国, 京畿道	-36%	93,000	146,000	750,000
19	乐天水上乐园, 韩国, 金海	-41%	78,000	132,800	740,000
20	水上探险乐园, 新加坡	-10%	330,000	300,000	710,000
2021年亚太地区排名前20位水上乐园总游客量		8%	11,930,000	11,139,500	21,632,700
2021年亚太排名前20位水上乐园之于2019年 (疫情前) 总游客量的比例					55%

© 2021 TEA / AECOM

8%

2020-21年亚太区排名前20位水上乐园游客量增长率

1,190万

2021年亚太区排名前20位水上乐园游客量

1,110万

2020年亚太区排名前20位水上乐园游客量

# 欧洲/中东/非洲区

## 复苏的种子

由于季节性运营特性使然，大多数欧洲、中东和非洲地区的主题公园在2021年享受了完整的运营季。大多数的闭园限制在2021年第二季度取消，因此在夏天旺季之前这些运营商在重开大门时只经历了轻微的延迟。

新冠病毒奥密克戎变异来袭时，大多数乐园因为季节性运营的原因正处于闭园状态，因此并未造成负面影响。出行受限仍然是游客到访主题公园的主要障碍，因此主要位于欧洲大陆的大型目的地度假区仍然在吸引稳定客流上不断受到挑战。而主要依赖国内客源的乐园和度假区，尤其以默林集团旗下的多个主题娱乐产品为代表，则复苏较快。部分乐园甚至录得了比2019年更高的收入。



**Jodie Lock**

AECOM亚太区和欧洲/中东/非洲区  
经济咨询副总监



趣伏里主题公园的Cakenhagen咖啡馆  
© 趣伏里主题公园

从英国开始逐步在整个欧洲、中东和非洲持续推广的新冠疫苗，有助于促进放宽出行限制。尤其是迪拜，在整个疫情期间基本保持了对国际旅行的开放，因此吸引了大量来自北欧希望享受阳光的旅客，以度过和逃离北欧严寒的冬季。因此，阿联酋地区2021年度游客到访量大幅增长了32%。同时，2021年10月1日开幕的迪拜世博会（原定于2020年，但是由于新冠疫情推迟一年举办），为前往该地区的游客提供了额外的吸引力。

2022年的大部分时间，甚至更长的一段时间里，来自亚洲的入境旅游人数预计都将处于低位。这往往会严重影响欧洲主要博物馆和大型主题公园目的地，这些博物馆及度假区以往更受中长途游客的欢迎。

许多在2020年搁置的再投资计划于2021年得以恢复。区域内有多个新的娱乐景点、酒店和主题公园开门迎客，并在此后将继续投入建设。随着出行限制的放宽，这些新增景点和设施将给重返乐园的游客又一个无法抗拒的吸引点。

# 3,610万

2021年欧洲/中东/非洲区排名前20位主题公园游客总量

# 6,450万

2019年欧洲/中东/非洲区排名前20位主题公园的游客量





温莎乐高乐园度假区，英国温莎  
© 默林娱乐

## 英国

2021年，英国的主题景点（包括主题公园、水上乐园和博物馆）平均关闭了99天。这比起2020年已经有所改善，此前被压抑的需求得以释放，也有助于弥补部分闭园而损失的运营天数。此外，英国政府在2021年10月起降低了购物消费税，进一步刺激了休闲消费。

英国的乐园主要面向国内市场，坐落于远离主要机场和游客集聚的地带。英国大多数乐园在2021年四月恢复营业；水上乐园则于5月开放——这与2020年7月延迟开放相比有了显着改善，并且较欧洲其他地方的许多乐园开业更早。这使得一些公园在2021年较一年前实现了100%的增长，并与2019年的游客差距缩减到15%以内。

英国脱欧于2021年尘埃落定，其对于主题娱乐业的直接影响仍在逐渐显现。与欧盟比起来，尽管英国疫情早期就推广并实现了疫苗的广泛接种，因而能够在2021年较早重新开放乐园并在激烈竞争中赢得一筹，但是人力短缺似乎成为了另外一个问题。许多通常在夏季为英国主题公园季节性工作的欧洲年轻人，现在需要得到雇主的雇佣担保才能在英国工作。

## 欧洲大陆

欧洲区整体来说情况比2020年有所改善，个别地区市场表现特别亮眼。在德国乐园景点仍然受到严格的50%容量上限管控，导致像欧洲主题乐园、海德公园等主要景点的市场表现差强人意。与其他同样依赖于国际游客的乐高乐园类似，德国乐高乐园的游客量也

逊于其他以国内游客为依托的主题公园。巴黎迪士尼乐园情况亦与之类似，且持续受到这一年中（时有发生）闭园停业的负面影响。

尽管2021年仅运营了31周，荷兰的艾夫特琳主题公园仍录得了区域内最高的游客到访量，达330万。除了从坚实的本地客群基础中受益外，该公园还将继续其多年的扩建投资计划。2021年，公园翻新了其官方艾夫特琳主题酒店，开设了一家特色的手工面包店 Bäckerei Krümel，并推出了一个新的儿童游乐区：鸟巢！(Nest)。该公园在2022年隆重推出了庆祝其成立70周年活动，重点强调了乐园的可达性和可持续性。目前在建的工程还包括一个定位更高端的艾夫特琳大酒店和前Spookslot鬼屋旧址上更新的一个新景

点，计划将于2024年开业。

尽管有严格的限流措施，瑞典哥德堡的里瑟本游乐园在2020年全年关闭后2021年终于重新开放，且游客量恢复到了新冠疫情前大约50%的水平。该乐园于2021年新开了一个主题包装非常精致的家庭黑暗骑乘：兔子的奇幻地下家园 (Underlandet)，并继续投入其15,000平方米的室内水上乐园和447间客房的酒店建设，预计将在未来两年内开放。

“

**欧洲区整体来说情况比2020年有所改善，个别地区市场表现特别亮眼。**



瑞典哥德堡里瑟本游乐园，新景点兔子的奇幻地下家园 (Underlandet)

© Liseberg/Quarry Fold 设计工作室



艾夫特琳主题公园，荷兰·卡茨赫佛尔  
版权：艾夫特琳 / Alamy Stock Photo

西班牙的冒险港主题乐园进一步扩大了其科罗拉多河酒店的扩建项目规模，额外增加了141间客房。未来度假区整体客房量将达到2,400间，分布在六家酒店。至2021年中旅行禁令取消后，度假区的游客总量成绩亮眼，比2020年大幅增加达267%。并且乐园年报公布了2021年第四季度的销售额已高于2019年同期水平。意大利的加达云霄乐园度假区于2021年6月重开园，时间与2020年相似且游客到访量也与前一年基本相同。该园还新开设了第二个主题门户景点，即欧洲第一个独立门户的乐高水上乐园。

屡获殊荣的法国狂人国主题乐园于2021年在西班牙开设了旗下第二个公园。而在法国主题公园游客量较2020年增长了75%。随着他们计划在中国和北美市场演出及增设公园的计划推进，狂人国主题公园集团将继续作为受到市场密切关注的主题运营商。

## 中东及非洲地区

由于阿联酋内新冠疫苗疫苗接种的成功推广、对于欧洲人较宽松的进入条件，举办于2021年的“2020年迪拜世博会”在2021年内共计吸引了720万游客。尽管这次世博会举办于疫情期间并非理想时机，但是根据举办方官方报道，自2021年10月1日起至2022年3月31日结束，为期六个月的世博会游客总量达到了2400万人次，其中三分之一的游客来自海外。更为重要的是，为迎接世博会而兴建的基础设施、主题景点和乐园，无疑提升了迪拜在休闲和旅游市场的国际地位。因此，阿联酋地区内主题公园未来几年将极大可能成为热门目的地，成为其他地区乐园的强力竞争对手。

沙特阿拉伯继续在全国范围内宣布大型文化娱乐项目的新建计划，其中许多项目都由休闲娱乐、体育和旅游业态等构成。像Qiddiya和NEOM这样的计划是专门针对休闲出游的客群而设计，并极有可能扰动市场形成新的竞争态势，进而对该地区其他项目造成竞争态势。但是，这些项目的具体推进实施计划和开业时间，都还有待市场观察。

由于广泛的旅行禁令，非洲地区的主题公园和景点在疫情期间被进一步与主流客群市场隔离。尽管这些禁令在2021年逐渐有所松动，且部分通往非洲的航班亦得到恢复，但是外来游客的到访量仍然很低，整个非洲大陆的主题景点都在挣扎求存。尽管严格的疫情防控措施能够让现有游客更安心，但也同时让南非最受欢迎的旅游景点之一金礁城主题公园在吸引更多游客上艰难挣扎。随着全球疫情形势的持续向好，预计未来这个区域的游客量将逐渐有所恢复。

“

**为迎接世博会而兴建的基础设施、主题景点和乐园，无疑提升了迪拜在休闲和旅游市场的国际地位。因此，阿联酋地区内主题公园未来几年将极大可能成为热门目的地，成为其他地区乐园的强力竞争对手。**







## 水上乐园

2021年，欧洲、中东和非洲地区的室内水上乐园的游客量与去年同期基本持平。由于受疫情影响游客对户外活动格外偏爱，户外水上乐园的复苏更为强劲。西班牙特内里费岛的暹罗公园就是一个很好的例子。这个乐园在2020年大部分时间上都处于闭园的状态，游客量极低，但是在2021年5月下旬重新开放后，该水上乐园在夏季旅游旺季出现反弹，在当年第四季度基本恢复到了接近疫情前的游客量水平。

更多以室内设施为主的水上乐园，特别是德国的Therme Erding和丹麦的Lalandia水上乐园，都受到更严格的限流管制和强制性闭园措施的影响。

随着呼兰迪卡(欧洲主题公园水上乐园)开设了新的Svalgurok户外水滑道和游乐设施，以及捷克的摩拉维亚水上天地 (Aqualand Moravia) 计划于2022年新增一个新的充气娱乐设施乐园，充分表明乐园市场的扩建及再投资并未停歇。

与2020年相比，阿联酋的水上乐园在游客到访方面取得了显著成绩，这得益于欧洲游客

相对容易进入、较宽松的出行限制政策以及可全年运营的季节性特征。

“

**2021年，欧洲、中东和非洲地区的室内水上乐园的游客量与去年同期基本持平。由于受疫情影响游客对户外活动格外偏爱，户外水上乐园的复苏更为强劲。**

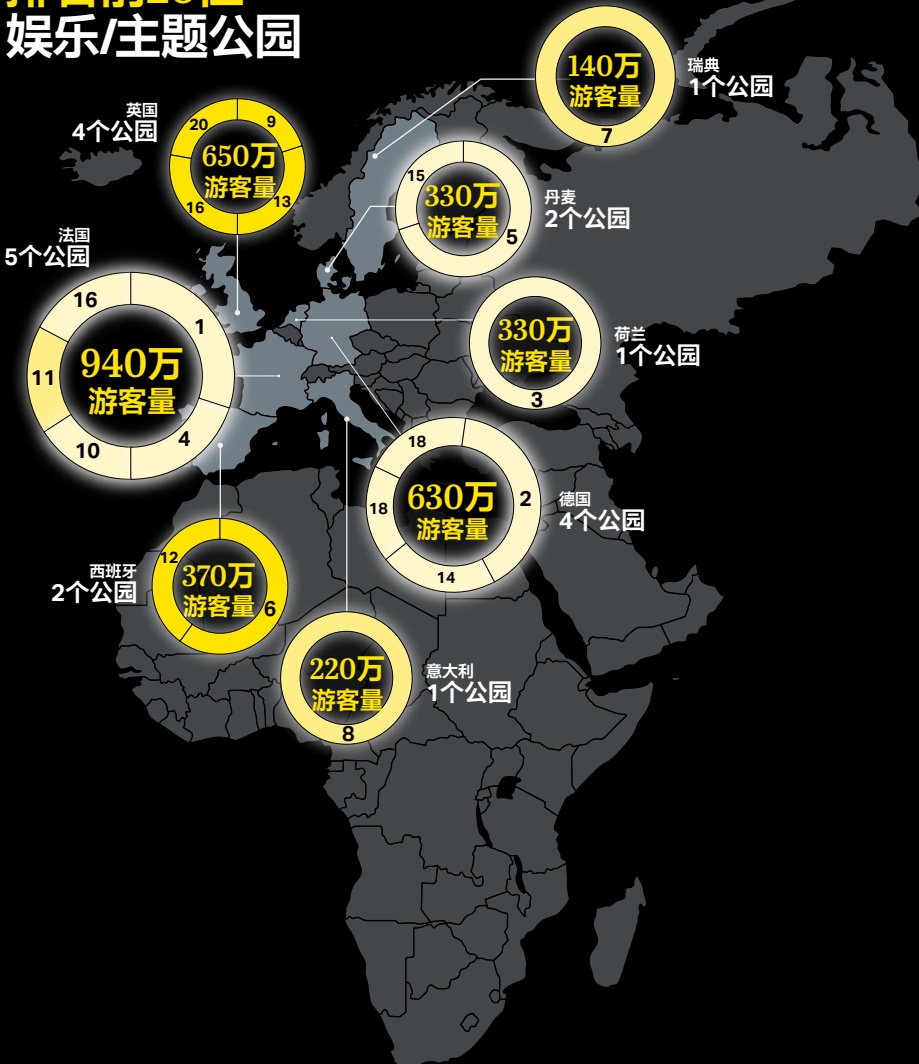
**510万**

2021年欧洲/中东/非洲区排名前10位水上乐园游客总量

**1,070万**

2019年欧洲/中东/非洲区排名前10位水上乐园游客总量

# 欧洲/中东/非洲地区 排名前20位 娱乐/主题公园



2021年的游客量下降主要是由于疫情下监管机构限制乐园运营天数及接待人数。因此，我们在2021年的报告中沿用了2019年的排名用作乐园的列示顺序。

### 图例

- < 0%
- 0.1% - 50%
- 51% - 100%
- > 100%
- 不适用-未定义变化

饼图代表上榜主题公园的游客量规模。图中各圆环上数字表示该公园排名，环形面积表示该公园在此区域的游客人次占比。色度代表该主题公园的游客量增长率与其它所有上榜主题公园对比。

2019 排名	公园, 所在国家 (地区) 和城市	2020-2021年 变化%	2021年 游客量	2020年 游客量	2019年 游客量
1	巴黎迪士尼乐园, 法国, 马恩拉瓦莱	34%	3,500,000	2,620,000	9,745,000
2	欧洲主题公园, 德国, 鲁斯特	20%	3,000,000	2,500,000	5,750,000
3	艾夫特琳主题公园, 荷兰, 卡茨赫佛尔	14%	3,300,000	2,900,000	5,260,000
4	华特迪士尼影城, 法国, 马恩拉瓦, 巴黎迪士尼乐园	34%	1,884,000	1,410,000	5,245,000
5	趣伏里主题公园, 丹麦, 哥本哈根	47%	2,400,000	1,628,000	4,581,000
6	冒险港乐园, 西班牙, 萨洛	243%	2,400,000	700,000	3,750,000
7	里瑟本游乐园, 瑞典, 哥德堡	-	1,447,000	-	2,950,000
8	加达云霄乐园, 意大利, 维罗纳省	63%	2,200,000	1,350,000	2,920,000
9	温莎乐高世界, 英国, 温莎	233%	1,500,000	450,000	2,430,000
10	阿斯特克游乐园, 法国, 普拉伊	12%	1,300,000	1,163,000	2,326,000
11	狂人国, 法国, 莱瑟佩瑟	75%	1,616,000	923,000	2,308,000
12	华纳公园, 西班牙, 马德里	189%	1,300,000	450,000	2,232,000
13	奥尔顿塔主题公园, 英国, 斯塔福德	169%	1,800,000	670,000	2,130,000
14	梦幻世界, 德国, 布吕尔	18%	1,180,000	1,000,000	2,050,000
15	比隆乐高乐园, 丹麦, 比隆	21%	850,000	700,000	1,950,000
16	索普公园, 英国, 彻特西	183%	1,700,000	600,000	1,900,000
	未来世界主题乐园, 法国, 若奈克朗	22%	1,100,000	900,000	1,900,000
18	德国乐高乐园, 德国, 金茨堡	20%	900,000	750,000	1,700,000
	海德公园, 德国, 索尔陶	37%	1,300,000	950,000	1,700,000
20	切辛顿世界历险主题公园, 英国, 切辛顿	184%	1,450,000	510,000	1,690,000
2021年欧洲 / 中东 / 非洲地区排名前20位主题公园总游客量		63%	36,127,000	22,174,000	64,517,000
2021年欧洲 / 中东 / 非洲地区排名前20位主题公园之于2019年 (疫情前) 总游客量的比例					56%

© 2021 TEA / AECOM

# 63%

2020-21年欧洲/中东/非洲地区排名前20位娱乐/主题公园游客量增长率

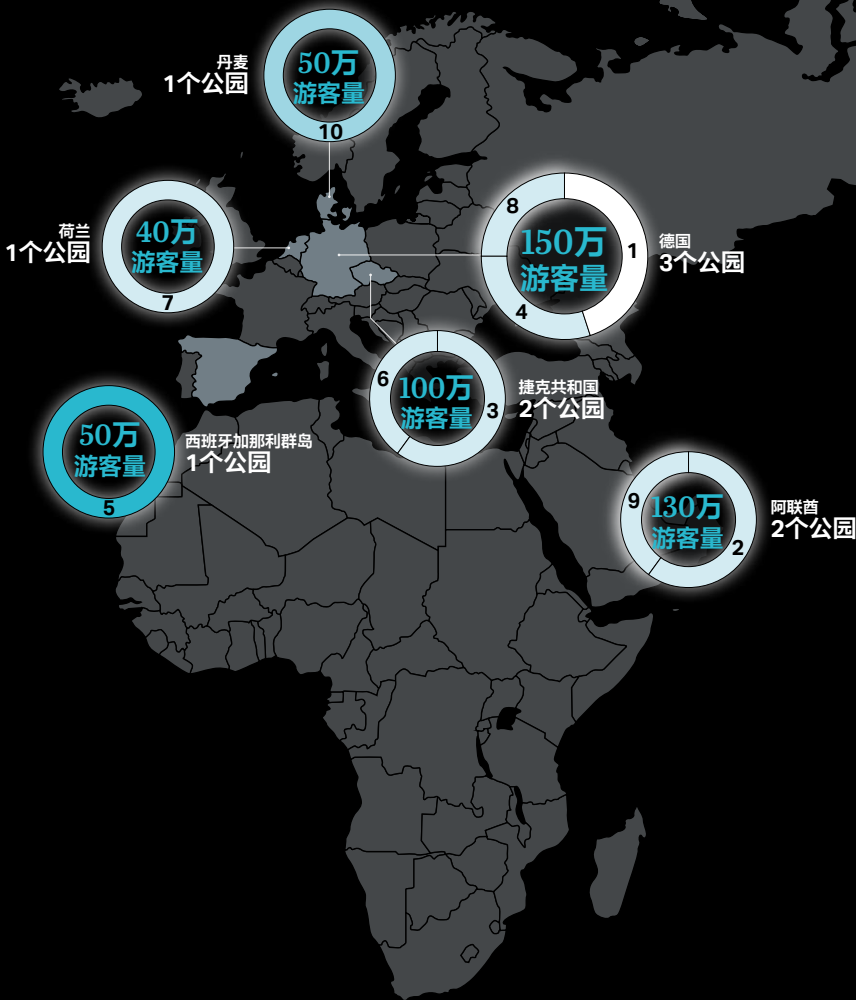
# 3,610万

2021年欧洲/中东/非洲地区排名前20位娱乐/主题公园的游客量

# 2,220万

2019年欧洲/中东/非洲地区排名前20位娱乐/主题公园的游客量

# 欧洲/中东/非洲区 排名前10位 水上乐园



2021年的游客量下降主要是由于疫情下监管机构限制乐园运营天数及接待人数。

因此，我们在2021年的报告中沿用了2019年的排名用作乐园的列示顺序。

## 图例

- < 0%
- 0.1% - 50%
- 51% - 100%
- > 100%
- 不适用-未定义变化

饼图代表上榜水上乐园的游客量规模。图中各圆环上数字表示该乐园排名，环形面积表示该乐园在此区域的游客人次占比。色度代表该水上乐园的游客量增长率与其它所有上榜水上乐园对比。

2019 排名	公园, 所在国家 (地区) 和城市	2020-2021年 变化%	2021年 游客量	2020年 游客量	2019年 游客量
1	ATHERME ERDING水上乐园, 德国, 埃尔多丁	-7%	700,000	750,000	1,850,000
2	水上冒险乐园, 阿联酋, 迪拜	33%	800,000	600,000	1,322,000
3	AQUAPALACE水上乐园, 捷克, 布拉格	8%	580,000	537,000	1,300,000
4	热带岛屿水上乐园, 德国, 克劳斯尼克	1%	500,000	493,000	1,233,000
5	暹罗公园, 西班牙, 圣克鲁斯特内里费岛	427%	511,000	97,000	1,200,000
6	摩拉维亚水上乐园, 捷克, 帕索尔维基	5%	386,000	368,000	806,000
7	TIKI POOL, 荷兰, 杜恩瑞尔	3%	400,000	390,000	800,000
8	NETTEBAD水上乐园, 德国, 奥斯纳布吕克	12%	347,000	311,000	756,000
9	疯狂河道水上乐园, 阿联酋, 迪拜	34%	470,000	350,000	740,000
10	拉兰迪亚水上乐园, 丹麦, 比隆	88%	450,000	240,000	682,000
2021年欧洲 / 中东 / 非洲地区排名前10位水上乐园总游客量		24%	5,144,000	4,136,000	10,689,000
2021年欧洲 / 中东 / 非洲地区排名前20位水上乐园之于2019年 (疫情前) 总游客量的比例					48%

© 2021 TEA / AECOM

24%

2020-21欧洲/中东/非洲区排名前10位水上乐园游客量增长率

510万

2021年欧洲/中东/非洲区排名前10位水上乐园的游客量

410万

2019年欧洲/中东/非洲区排名前10位水上乐园的游客量

# 博物馆

---

2021年，博物馆行业受到了较为复杂的供需问题的影响，总体受疫情影响的程度远高于国际顶尖主题乐园及水上公园。

在供应层面，全球大部分地区的政府限制在全年总体上有所放宽。但作为主要全年开放的博物馆，2021年冬春两季的疫情封控对博物馆的影响比其他季节性更强的休闲活动更大。

许多博物馆亦采取限流措施，限制其每天入馆的人数。雕塑花园等具有室外体验的项目其灵活性更高，可容纳更多游客到访。在疫情前，许多博物馆在闭馆后时间已开始举办晚间鸡尾酒会风格的活动，对年轻客群有很强的吸引力，但许多博物馆目前仍无法举办该类活动。员工短缺进一步的限制了该年度博物馆承载量，部分博物馆每周因此需多关闭几天。



**Linda Cheu**

AECOM 美洲区经济咨询副总裁





月球样品在中国国家博物馆展览，中国北京  
©中国国家博物馆



新洪堡论坛的夜景，德国柏林  
版权：Timo Christ / Alamy Stock Photo

在需求方面，博物馆见证了游客大量被压抑需求的释放，特展迎来了大批游客到访参观。参观群体类型与疫情前十分相似，主要由三类组成：本地居民、游客及学校团体；在2021年的大多数时间里，后两类游客仍受疫情限制的负面影响。由于去年世界各地旅游活动仍未大面积恢复，对国际游客依赖程度更高的博物馆发现：很难弥补因疫情流失的客流。主要面向本地居民的博物馆其恢复时间更快，这一市场可更为快速地回应并参与本地博物馆特展、新开项目及优惠活动。

一些地区的游客在疫情下对其出行活动有一定自我约束和限制，一些游客不愿呆在人满为患的室内空间，他更倾向于待在家中，闲暇时进行户外活动，或通过网络欣赏博物馆在线云展览。

那些在2021年能够开放特展/重开特展的博物馆，均在参观人数及收益方面有所收获。总体而言，疫情对博物馆财务的影响很大，但由于政府补助的增加，捐助者更有效的外联、表现良好的捐赠基金以及观众人均支出的增加，所受负面影响得到了一定程度的缓解。

一些博物馆在疫情闭馆期对其发展进行了战略及总体规划。2021年值得关注的新开幕博物馆包括：洛杉矶的奥斯卡电影博物馆、香港的M+博物馆、柏林的洪堡论坛、以及弗里克收藏馆，该馆暂时搬至曼迪逊大道启用临时馆舍Frick Madison，这里曾是惠特尼美国艺术博物馆的所在地，其主馆翻修期间该地点将作为其临时馆舍对外开放。



# 随势而动

疫情似乎开启了定时售票的时代，这一时代可能会持续下去。由于保持社交距离的限制，许多博物馆引入定时售票系统以限制参观人数。随着疫情防控限制的放松或取消，博物馆将继续探索定时售票模式的价值所在。

博物馆处于公平性、多元性、包容性倡议的重要位置，当博物馆开始关注服务欠缺的社区时，其展品、相关体验及故事将服务于更广泛的人群。随着公平性、多元性、包容性在文化上受到更多关注，更易募得支持该倡议的资金，为促成相关事宜所需开展的工作和推广提供支持。

“

**博物馆处于公平性、多元性、包容性倡议的重要位置，当博物馆开始关注服务欠缺的社区时，其展品、相关体验及故事将服务于更广泛的人群。**



例如，纽约皇后博物馆参与了关注刑事司法与种族平等的社区合作行动，还在疫情期间承担建立了食物银行、组织新冠病毒检测及选民登记。得益于其所获500万美元的捐款，大都会艺术博物馆启动了一个带薪实习项目，鼓励来自不同背景的学生参与。

可持续发展仍是博物馆的热门话题，许多科学中心、动物园及水族馆长期倡导生物多样性及环保意识。虽然这类活动不是其主要关注要点，但越来越多博物馆在其组织使命中加入了可持续发展的承诺，并开始考虑如何在环境保育中发挥自己的作用。如伦敦的蛇形画廊最近开始通过各类会议、电影放映、播客等方式研究气候及文化。菲尔德博

物馆亦启动了一系列可持续发展战略，如使用离子水清洁博物馆的大量展示玻璃，以消除对化学清洁剂的需求，同时提供可持续的、素食友好的以及5%的本地食物供应，并实现了74%的废物转化率。

展望未来，博物馆将继续寻找减少或消除碳足迹的方法，为参观者提供更为绿色、环保的体验。阿姆斯特丹的国家博物馆由于其在水资源、能源及废物管理方面的成效，是世界上第一个获得BREEAM-NL使用中可持续发展证书，并获得五星级最高分评级，这使其成为世界上第一个在管理现有建筑物方面得分最高的博物馆（BREEAM是一种可持续建筑环境的认证方法，该方法已在全球多个国家/地区使用）。

最后，主题娱乐以及景点中无处不在的沉浸式体验亦对博物馆产生着影响。博物馆正在摆脱对仅文字介绍、静态展示的依赖，并探索引入新技术以创造更能吸引游客的环境和体验，并使游客更好地参与到与其使命相关的主题及故事中。此举亦加强了公平性、多元性、包容性倡议的外联工作，避免一些社区遭到博物馆玻璃陈列柜的“排斥”。在重新设计展览的同时，还在考虑如何让故事和主题更具包容性。



## 2021年将不进行排名

由于不同地区的博物馆在疫情期间受到的运营限制差异较大，同时疫情亦对博物馆行业造成了巨大的损失，本报告博物馆榜单未根据2021年观众接待量进行重新排名。

与本报告去年的做法类似，在2019年的榜单排名的基础上更新2021年的参观人数数字，同时显示其相较2020年及2019年表现的百分比变化。博物馆正努力恢复至疫情前水平，预计将在明年的报告中恢复基于参观人数的排名。



“

**虽然这类活动不是其主要关注要点，但越来越多博物馆在其组织使命中加入了**对可持续发展的承诺，并开始考虑如何在环境保护中发挥自己的作用。

## 美国

美国的博物馆其参观人数总体上比2020年增长了95%，但仅达到2019年水平的37%。位于华盛顿特区的博物馆中心受到的打击最为严重，主要依靠学校团体及游客拉动参观人数。史密森博物馆在2021年7月之前一直使用定时售票系统以限制容量（国立非裔美国人历史和文化博物馆一直使用此类售票系统），尽管这类系统可能亦会显示这些免费博物馆更为准确的实际游客数量。

国家航空航天博物馆的建设项目持续施工也限制了其参观人数。随着奥密克戎变种病毒于2021年底大肆传播，史密森尼协会因缺乏游客服务人员暂时关闭了包括国家自然历史博物馆在内的博物馆。2021年史密森尼相关博物馆其参观人数为2019年水平的13%至23%，是北美地区排名前20其同类博物馆中最低的。

大多数博物馆集中于5月开放，华盛顿特区的国家艺术馆情况则有所不同，该博物馆的户外雕塑花园于2月对外开放，游客普遍认为户外体验更为安全，这一情况促成其成功的表现。

加州、芝加哥和纽约等人口密集城市的博物馆总体上比华盛顿特区的博物馆表现更好，

达到了2019年参观人数的30%至60%。许多颇受欢迎的特别展览相继开幕，加州科学博物馆准备在2021年和2022年以五个全新的展览重新开放，包括鲨鱼、虫子及一个名为“漫游森林”的新型户外互动展览。芝加哥的科学和工业博物馆举办了《漫威:超级英雄的宇宙》展览。在纽约，美国自然历史博物馆重新开放后，继续举办《霸王龙:终极捕食者》展览、《颜色的本质》，以及一个重建的《发光生物》主题展。





AI助力恢复伦勃朗《夜巡》原作被裁剪掉部分  
阿姆斯特丹，荷兰国家博物馆

版权：REUTERS/Alamy Stock Photo  
摄影师：Piroshka van de Wouw

## 欧洲、中东及非洲地区

欧洲、中东和非洲地区的博物馆包括世界规模最大、历史最悠久、最具代表性及百科全书式的文化场馆，通常占全球顶级博物馆参观人数的45%。由于其全球性和标志性的地位，该地区的博物馆吸引了相当多的国际游客前来到访，因此其受到疫情影响更为严重。

2019年至2020年之间，欧洲、中东和非洲地区博物馆的参观人数下降了76%，情况与亚太及北美相似。然而在2020年至2021年间，博物馆的参观人数只增加了16%，而亚太区与北美区分别增长了41%及95%。2021年欧洲、中东及非洲地区顶级博物馆的参观人数恢复至2019年水平的28%。



**由于其全球性和标志性的地位，该地区的博物馆吸引了相当多的国际游客前来到访，因此其受到疫情影响更为严重。**



该地区2021年博物馆开放天数较2020年更多，但参观人数却有所不同，这一表现取决于各国及各博物馆具体的游客类型及特征。欧洲的大部分博物馆于2021年5月左右开始对外开放。与其他市场类似，主要依赖国际旅游的博物馆其经营状况较依赖其他市场的表现更差。以卢浮宫博物馆为例，其2021年参观人数较2020年增幅颇大，增加了280万，但仍远低于2019年的960万。相比之下，俄罗斯的博物馆表现相对较好，该地博物馆仅关闭了少数几日，而欧洲很多地方的博物馆其闭馆时间超100天。

2021年伦敦的博物馆关闭了139天，同时因为该地对游客市场有较高度度的依赖，导致了该地主要博物馆如维多利亚与艾尔伯特博

物馆、国家美术馆及泰特现代美术馆参观人数的减少。缺少大型特展进一步阻碍了英国博物馆行业的复苏。

有趣的是，一些博物馆为应对挑战，转向了NFT市场，其他博物馆则更为积极地使用社交媒体。大英博物馆推出了其馆藏珍品的NFT。普拉多国家博物馆亦借助TikTok（抖音海外版）提高其知名度，2021年5月TikTok上的#museummovement活动，提供了包括荷兰国家博物馆以及新加坡的国家美术馆在内的23个博物馆的现场直播活动。虽然这些都无法完全取代真正的博物馆参观，但我们预计在未来的几年里，博物馆将继续扩大他们在网络各平台的“存在感”，以补充并增强游客体验。

# 亚洲

本报告对亚洲博物馆的关注主要集中于中国。中国政府仍大力支持扩建博物馆，同时亦推动此类场馆免费对外开放。中国在2021年新增了近400家博物馆，其中包括上海天文馆，该馆是世界上最大的天文馆，面积约40,000平方米。目前，中国90%以上的博物馆对公众免费开放。

中国在疫情期间的做法颇具创意。面对限制大多数人进出该国旅行的主要障碍，博物馆采用了各式创新方法与游客建立联系并对其产生吸引力。

中国许多博物馆在社交媒体平台哔哩哔哩建立了官方账号并发布短视频，以试图吸引年轻观众。河南卫视制作的舞蹈节目《唐宫夜宴》采用了数字投影技术，在沉浸式剧场式环境中录制。该节目由14名舞蹈演员模仿河

南博物馆馆藏的一组隋代乐舞俑而进行的表演。

在上海，市民可以欣赏西班牙普拉多国家博物馆的29件最具代表性作品，以真实尺寸复制再现，这些作品在上海地铁站以“快闪展览”的形式展出。博物馆采取的另一与年轻观众建立联系的方法是基于博物馆馆藏打造剧本杀体验。

“

**中国在2021年新增了近400家博物馆，其中包括上海天文馆，该馆是世界上最大的天文馆，面积约40,000平方米。**



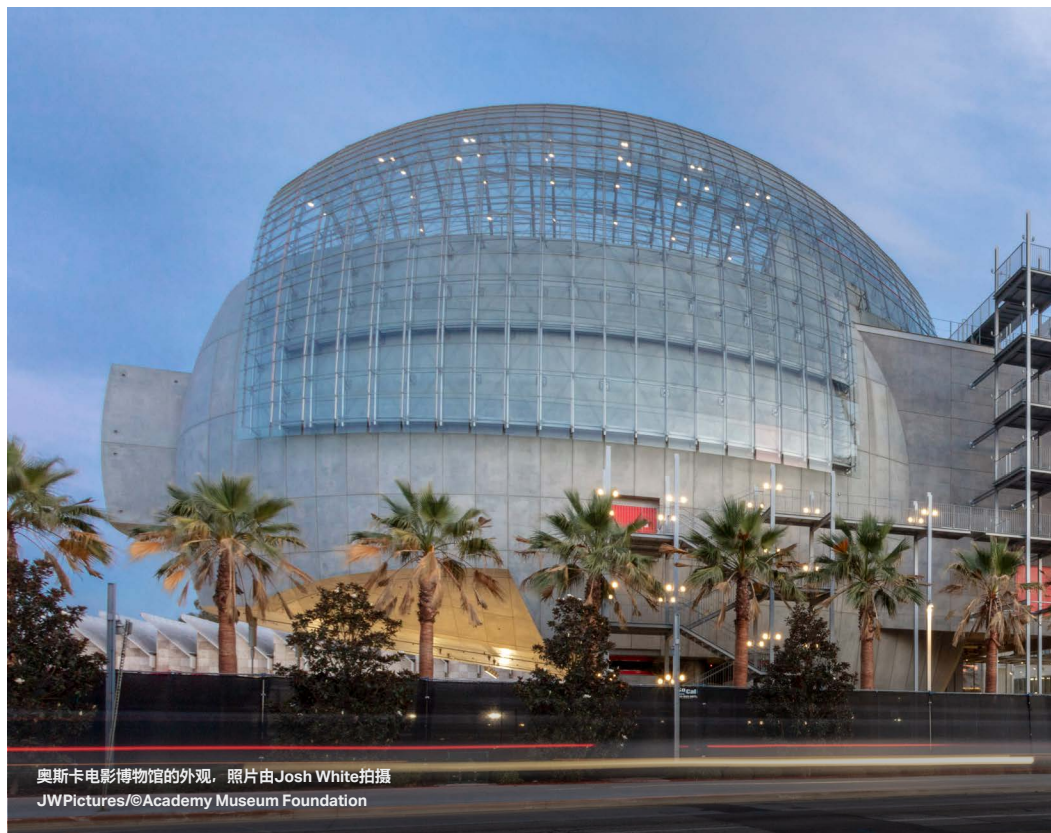
游客在解谜及了解艺术作品的过程中进行角色扮演，活动一般持续约两个小时，可作为博物馆额外的收入来源。在零售方面，中国的博物馆继续开发以其藏品为主题的独特食品及纪念品。2021年，最受欢迎的博物馆文创产品包括中国国家博物馆的文创雪糕及四川三星堆博物馆的金面具巧克力。

香港M+作为当代视觉文化博物馆，在功能和视野上比传统的博物馆多更多，2021年于西九龙文化区开幕。期待已久的香港故宫文化博物馆亦于2022年7月开放，展出了来自北京故宫博物院馆藏文物。

## 展望未来

博物馆未来需不断发展，维持其品质并吸引年轻观众。2020年，因疫情人们开始更多的使用并依赖网络会议及进行各类网上活动。如今，各博物馆正在转向社交媒体及其他平台以吸引新的到访者，博物馆需积极探索，新社交媒体工具的出现势不可挡。

以《怪奇物语》、《爱丽丝梦游仙境》、《大富翁》等IP为主题的快闪体验的出现，可能会与更传统的博物馆在参观者其休闲时间及消费上展开竞争。这种快闪体验其功能与巡展相似，在西欧及美国很受市场欢迎。一些像喵



奥斯卡电影博物馆的外观，照片由Josh White拍摄  
JWPictures/©Academy Museum Foundation



狼、即将在拉斯维加斯推出的全新感官体验的 Illuminarium，以及巡回沉浸式艺术展览，如梵高多感官体验展都可能会对博物馆产生影响。

博物馆正加速创新，采用新技术来讲述其故事，并基于其使命启发参观者思考，整合IP及品牌合作，以吸引更多参观者及新观众。尝试快闪式展览及更为短期的游客体验，并寻找新的方式使餐饮能够支持展览及相关主题的打造。许多博物馆在疫情期间亦充分利用时间规划其未来投资。

展望2022年，随着人均消费的增加，参观人数似乎正加速回升。虽然博物馆行业其疫情恢复滞后于主题公园及水上乐园行业，但我

们预计明年的数字将大幅提高。与此同时，在疫情期间新开幕的博物馆亦可能会在本报告2022年博物馆榜单中争夺一席之地。

“

**博物馆正加速创新，采用新技术来讲述故事，并基于其使命启发参观者思考。**



# 全球 排名前20位 博物馆

2019 排名	博物馆, 所在国家 (地区) 和城市	2020-2021年 变化%	2021年 游客量	2020年 游客量	2019年 游客量	入场
1	卢浮宫, 法国, 巴黎	5%	2,825,000	2,700,000	9,600,000	付费
2	中国国家博物馆, 北京	49%	2,378,000	1,600,000	7,390,000	免费
3	梵蒂冈博物馆, 梵蒂冈	24%	1,613,000	1,300,000	6,883,000	付费
4	大都会艺术博物馆, 美国, 纽约	74%	1,958,000	1,125,000	6,770,000	付费
5	大英博物馆, 英国, 伦敦	4%	1,327,000	1,275,000	6,208,000	免费
6	泰特现代美术馆, 英国, 伦敦	-19%	1,156,000	1,433,000	6,098,000	免费
7	国家美术馆, 英国, 伦敦	-41%	709,000	1,197,000	6,011,000	免费
8	自然历史博物馆, 英国, 伦敦	31%	1,564,000	1,197,000	5,424,000	免费
9	美国自然历史博物馆, 美国, 纽约	n/a	n/a	n/a	5,000,000	付费
10	国立艾尔米塔什博物馆 (冬宫), 俄罗斯, 圣彼得堡	70%	1,649,000	969,000	4,957,000	付费

2021年的游客量下降主要是由于疫情下监管机构限制博物馆运营天数及接待人数。因此, 我们在2021年的报告中沿用了2019年的排名用作博物馆的列示顺序。

2019 排名	博物馆, 所在国家 (地区) 和城市	2020-2021年 变化%	2021年 游客量	2020年 游客量	2019年 游客量	入场
11	上海科技馆, 上海	75%	2,368,000	1,351,000	4,824,000	付费
12	索菲娅女王国家艺术中心博物馆, 西班牙, 马德里	32%	1,643,000	1,248,000	4,426,000	免费
13	国家自然历史博物馆, 美国, 华盛顿	71%	982,000	573,000	4,200,000	免费
14	南京博物院, 南京	34%	2,034,000	1,515,000	4,169,000	免费
15	浙江省博物馆, 杭州	-16%	929,000	1,108,000	4,150,000	免费
16	国家艺术博物馆, 美国, 华盛顿特区	134%	1,705,000	730,000	4,074,000	免费
17	维多利亚和阿尔伯特博物馆, 英国, 伦敦	-2%	858,000	872,000	3,921,000	付费
18	中国科学技术馆, 北京	242%	2,360,000	690,000	3,891,000	付费
19	台北故宫博物院, 台北	-35%	417,000	643,000	3,832,000	付费
20	奥赛博物馆, 法国, 巴黎	20%	1,044,000	867,000	3,652,000	免费
2021年全球排名前20位博物馆总游客量		32%	29,519,000	22,393,000	105,480,000	
2021年全球排名前20位博物馆之于2019年 (疫情前) 总游客量的比例					29%	

© 2021 TEA / AECOM

**32%**

2020-21年全球排名前20位  
博物馆游客量增长率

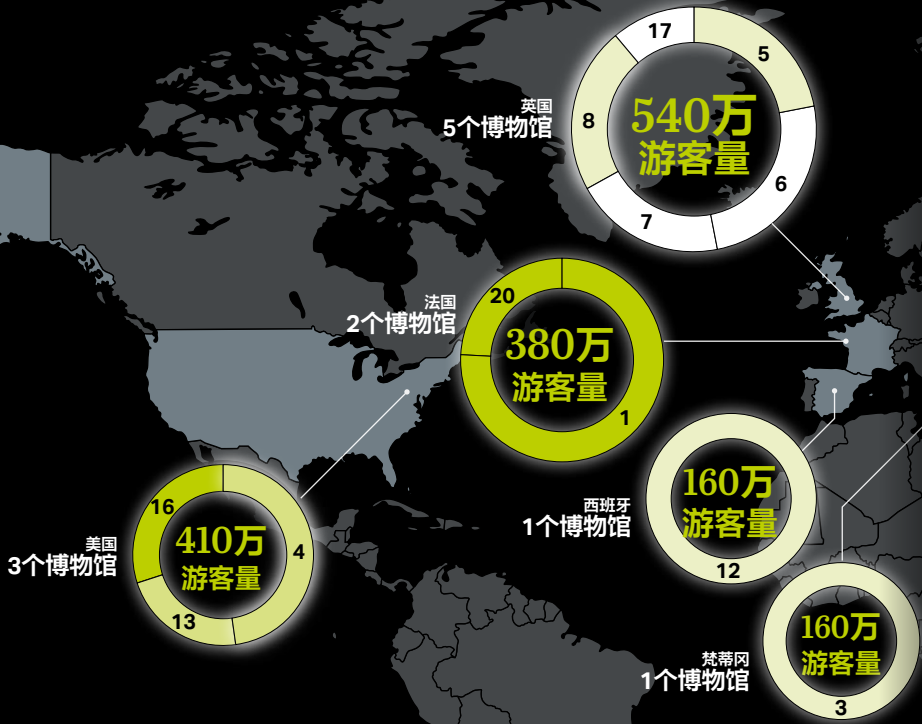
**2,950万**

2021年全球排名前20位  
博物馆游客量

**2,240万**

2020年全球排名前20位  
博物馆游客量

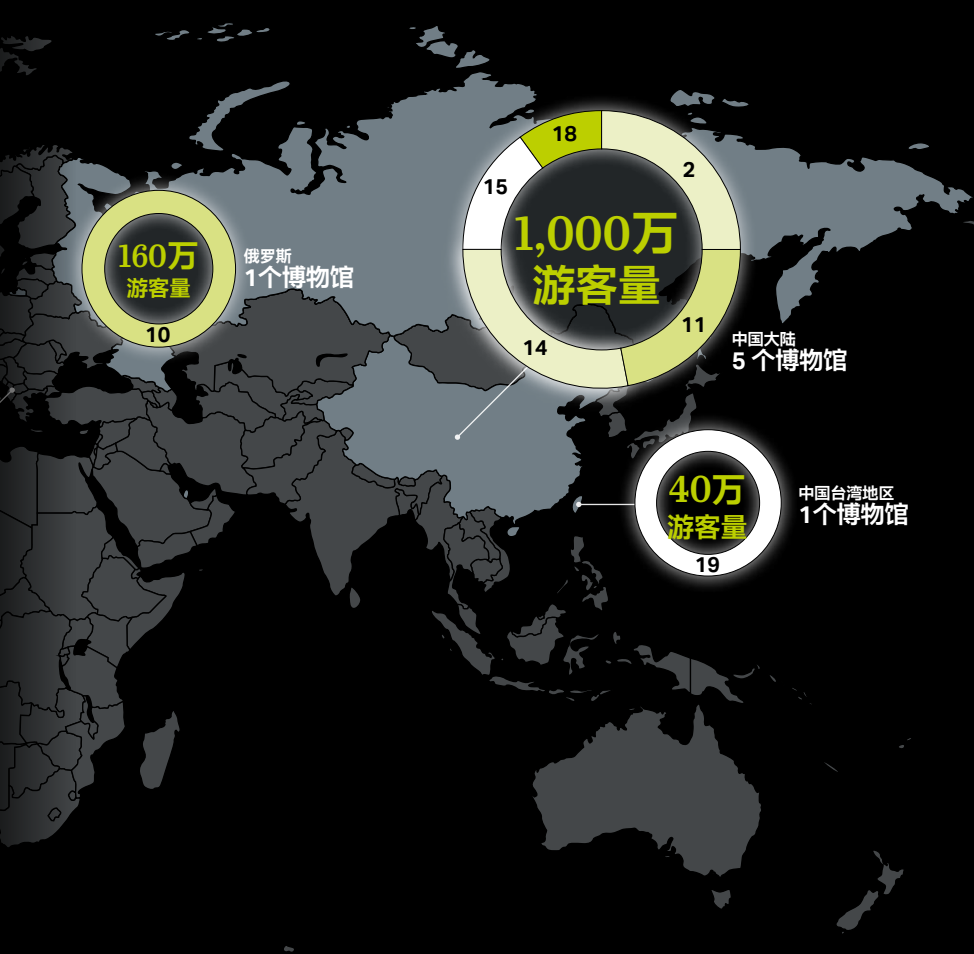
# 全球 排名前20位 博物馆



## 图例

- < 0%
- 0.1% - 50%
- 51% - 100%
- > 100%
- 不适用-未定义变化

饼图代表入榜博物馆的游客量规模。图中各圆环上数字表示该博物馆排名，环形面积表示该博物馆在此区域的游客人次占比。色度代表该博物馆的游客量增长率与其它所有入榜博物馆对比。



**32%**

2020-21年全球排名前20位  
博物馆游客量增长率

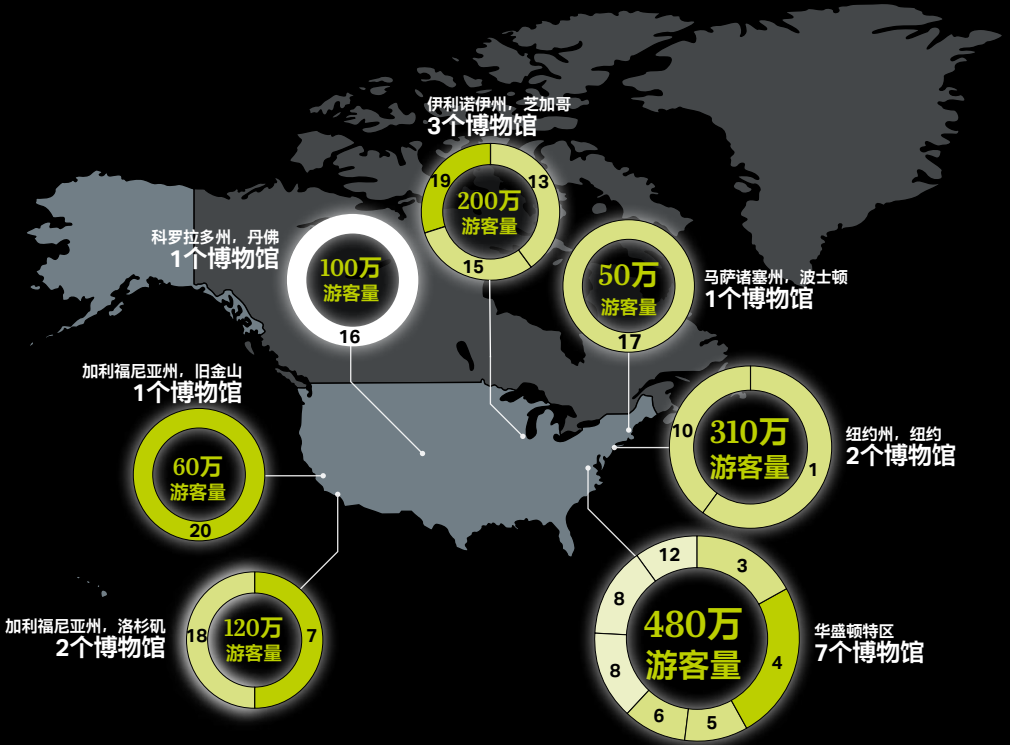
**2,950万**

2021年全球排名前20位  
博物馆游客量

**2,240万**

2020年全球排名前20位  
博物馆游客量

# 北美地区 排名前20位 博物馆



2021年的游客量下降主要是由于疫情下监管机构限制博物馆运营天数及接待人数。

因此，我们在2021年的报告中沿用了2019年的排名用作博物馆的列示顺序。

## 图例

- < 0 %
- 0.1% - 50%
- 51% - 100%
- > 100%
- 不适用-未定义变化

饼图代表入榜博物馆的游客量规模。图中各圆环上数字表示该博物馆排名的游客人次占比。色度代表该博物馆的游客量增长率与其它所有入榜博物馆对比。

2019 排名	博物馆, 所在国家 (地区) 和城市	2020-2021 年变化%	2021年 游客量	2020年 游客量	2019年 游客量	入场
1	大都会艺术博物馆, 美国, 纽约州, 纽约	74%	1,958,000	1,125,000	6,770,000	付费
2	美国自然历史博物馆, 美国, 纽约州, 纽约	n/a	n/a	n/a	5,000,000	付费
3	国家自然历史博物馆, 美国, 华盛顿特区	71%	982,000	573,000	4,200,000	免费
4	国家艺术博物馆, 美国, 华盛顿特区	134%	1,705,000	730,000	4,074,000	免费
5	美国航空航天博物馆, 美国, 华盛顿特区	54%	411,000	267,000	3,200,000	免费
6	美国国家历史博物馆, 美国, 华盛顿特区	83%	570,000	311,000	2,800,000	免费
7	加州科学中心, 美国, 加利福尼亚州, 洛杉矶	168%	726,000	271,000	2,200,000	付费
8	国立非裔美国人历史和文化博物馆, 美国, 华盛顿特区	7%	393,000	368,000	2,000,000	免费
	史密森尼美国艺术博物馆, 美国, 华盛顿特区	9%	420,000	387,000	2,000,000	免费
10	现代艺术博物馆, 美国, 纽约州, 纽约	64%	1,161,000	706,000	1,992,000	付费
11	休斯敦自然科学博物馆, 美国, 德克萨斯州, 休斯顿	n/a	n/a	n/a	1,974,000	免费
12	美国国家肖像画廊, 美国, 华盛顿特区	3%	330,000	321,000	1,700,000	免费
13	芝加哥艺术博物馆, 美国, 伊利诺伊州, 芝加哥	87%	700,000	375,000	1,666,000	付费
14	美国大屠杀遇难者纪念馆, 美国, 华盛顿特区	n/a	n/a	n/a	1,600,000	付费
15	菲尔德自然历史博物馆, 美国, 伊利诺伊州, 芝加哥	92%	605,000	316,000	1,494,000	付费
16	丹佛自然科学博物馆, 美国, 科罗拉多州, 丹佛	-3%	959,000	991,000	1,487,000	付费
17	科学博物馆, 美国, 马萨诸塞州, 波士顿	69%	583,000	345,000	1,458,000	付费
18	保罗盖蒂博物馆, 美国, 加利福尼亚州, 洛杉矶	89%	504,000	267,000	1,439,000	免费
19	科学工业博物馆, 美国, 伊利诺伊州, 芝加哥	168%	780,000	291,000	1,388,000	付费
20	加州科学博物馆, 美国, 加利福尼亚州, 旧金山	169%	646,000	240,000	1,321,000	付费
<b>2021年北美地区排名前20位博物馆总游客量</b>		<b>70%</b>	<b>13,433,000</b>	<b>7,884,000</b>	<b>49,763,000</b>	
<b>2021年北美排名前20位博物馆之于2019年 (疫情前) 总游客量比例</b>					<b>33%</b>	

© 2021 TEA / AECOM

**70%**

 2020-21年北美排名前20位  
 博物馆游客量增长率

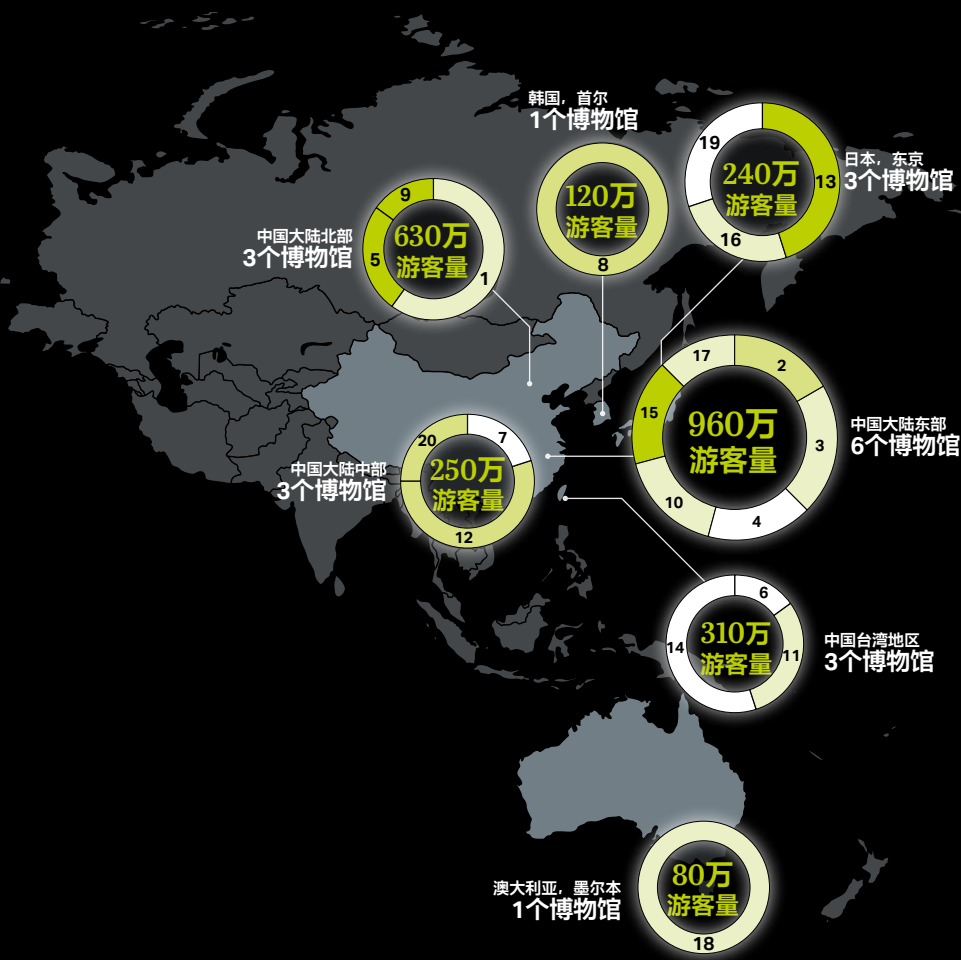
**1,340万**

 2021年北美排名前20位  
 博物馆游客量

**790万**

 2020年北美排名前20位  
 博物馆游客量

# 亚太地区 排名前20位 博物馆



2021年的游客量下降主要是由于疫情下监管机构限制博物馆运营天数及接待人数。

因此，我们在2021年的报告中沿用了2019年的排名用作博物馆的列示顺序。

## 图例

- < 0 %
- 0.1% - 50%
- 51% - 100%
- > 100%
- 不适用-未定义变化

饼图代表上榜博物馆的游客量规模。图中各圆环上数字表示该博物馆排名，环形面积表示该博物馆在此区域的游客人次占比。色度代表该博物馆的游客量增长率与其它所有上榜博物馆对比。



2019 排名	博物馆, 所在国家 (地区) 和城市	2020-2021年 变化%	2021年 游客量	2020年 游客量	2019年 游客量	入场
1	中国国家博物馆, 北京	49%	2,378,000	1,600,000	7,390,000	免费
2	上海科技馆, 上海	75%	2,368,000	1,351,000	4,824,000	付费
3	南京博物院, 南京	34%	2,034,000	1,515,000	4,169,000	免费
4	浙江省博物馆, 杭州	-16%	929,000	1,108,000	4,150,000	免费
5	中国科学技术馆, 北京	242%	2,360,000	690,000	3,891,000	付费
6	台北故宫博物院, 台北	-35%	417,000	643,000	3,832,000	付费
7	西安博物院, 西安	-10%	315,000	348,000	3,420,000	免费
8	韩国国立中央博物馆, 韩国, 首尔	63%	1,263,000	774,000	3,354,000	免费
9	天津自然博物馆, 天津	191%	1,600,000	550,000	3,150,000	免费
10	湖南省博物馆, 长沙	26%	1,421,000	1,130,000	3,140,000	免费
11	台湾科学教育馆, 台北	7%	1,158,000	1,082,000	3,000,000	付费
12	陕西历史博物馆, 西安	51%	1,510,000	1,000,000	2,900,000	免费
13	东京都美术馆, 日本, 东京	106%	1,049,000	510,000	2,874,000	付费
14	台湾自然科学博物馆, 台中	-31%	1,566,000	2,263,000	2,650,000	付费
15	上海自然博物馆, 上海	108%	2,166,000	1,040,000	2,549,000	付费
16	日本国立自然科学博物馆, 日本, 东京	38%	800,000	580,000	2,460,000	付费
17	浙江自然博物馆, 杭州	23%	740,000	600,000	2,443,000	付费
18	维多利亚国家美术馆, 澳大利亚, 墨尔本	26%	802,000	637,000	2,433,000	免费
19	东京国立博物馆, 日本, 东京	-17%	605,000	725,000	2,431,000	免费
20	湖北省博物馆, 武汉	64%	730,000	446,000	2,400,000	免费
<b>2021年亚太地区排名前20位博物馆总游客量</b>		<b>41%</b>	<b>26,211,000</b>	<b>18,592,000</b>	<b>67,460,000</b>	
<b>2021年亚太排名前20位博物馆之于2019年 (疫情前) 总游客量比例</b>					<b>39%</b>	

© 2021 TEA / AECOM

# 41%

2020-21年亚太地区排名前20位博物馆游客量增长率

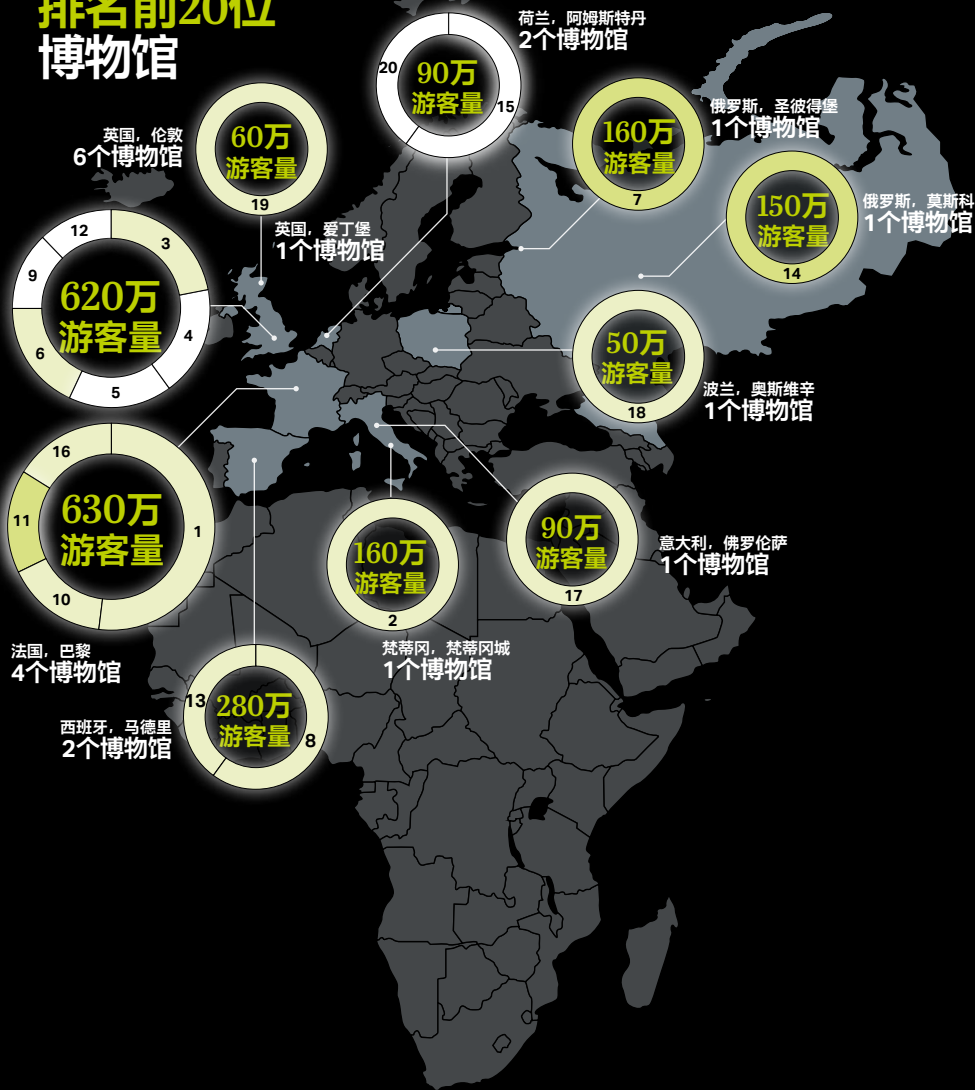
# 2,620万

2021年亚太地区排名前20位博物馆游客量

# 1,860万

2020年亚太地区排名前20位博物馆游客量

# 欧洲/中东/非洲地区 排名前20位 博物馆



2021年的游客量下降主要是由于疫情下监管机构限制博物馆运营天数及接待人数。

因此，我们在2021年的报告中沿用了2019年的排名用作博物馆的列示顺序。

## 图例

- < 0 %
- 0.1% - 50%
- 51% - 100%
- > 100%
- 不适用-未定义变化

饼图代表上榜博物馆的游客量规模。图中各圆环上数字表示该博物馆排名，环形面积表示该博物馆在此区域的游客人次占比。色度代表该博物馆的游客量增长率与其它所有上榜博物馆对比。

2019 排名	博物馆, 所在国家 (地区) 和城市	2020-2021 年变化%	2021年 游客量	2020年 游客量	2019年 游客量	入场
1	罗浮宫, 法国, 巴黎	5%	2,825,000	2,700,000	9,600,000	付费
2	梵蒂冈博物馆, 梵蒂冈	24%	1,613,000	1,300,000	6,883,000	付费
3	大英博物馆, 英国, 伦敦	4%	1,327,000	1,275,000	6,208,000	免费
4	泰特现代美术馆, 英国, 伦敦	-19%	1,156,000	1,433,000	6,098,000	免费
5	国家美术馆, 英国, 伦敦	-41%	709,000	1,197,000	6,011,000	免费
6	自然历史博物馆, 英国, 伦敦	31%	1,564,000	1,197,000	5,424,000	免费
7	国立艾尔米塔什博物馆 (冬宫), 俄罗斯, 圣彼得堡	70%	1,649,000	969,000	4,957,000	付费
8	索菲亚皇后国家艺术中心博物馆, 西班牙, 马德里	32%	1,643,000	1,248,000	4,426,000	免费
9	维多利亚与阿尔伯特博物馆, 英国, 伦敦	-2%	858,000	872,000	3,921,000	免费
10	奥赛博物馆, 法国, 巴黎	21%	1,044,000	867,000	3,652,000	免费
11	蓬皮杜中心, 法国, 巴黎	64%	1,501,000	913,000	3,270,000	付费
12	科学博物馆 (南肯辛顿), 英国, 伦敦	-25%	646,000	862,000	3,254,000	付费
13	普拉多博物馆, 西班牙, 马德里	38%	1,175,000	852,000	3,203,000	付费
14	特列季亚科夫画廊, 俄罗斯, 莫斯科	77%	1,581,000	894,000	2,836,000	付费
15	荷兰国家博物馆, 荷兰, 阿姆斯特丹	-7%	625,000	675,000	2,700,000	付费
16	科学工业城, 法国, 巴黎	24%	984,000	793,000	2,370,000	付费
17	乌菲兹美术馆, 意大利, 佛罗伦萨	47%	970,000	659,000	2,362,000	付费
18	奥斯维辛国家博物馆, 波兰, 奥斯维辛	12%	563,000	502,000	2,300,000	付费
19	苏格兰国家博物馆, 英国爱丁堡	49%	661,000	444,000	2,210,000	免费
20	梵高美术馆, 荷兰, 阿姆斯特丹	-29%	366,000	517,000	2,100,000	付费
2021年欧洲/中东/非洲地区排名前20博物馆总游客量		16%	23,460,000	20,169,000	83,785,000	
2021年欧洲/中东/非洲地区排名前20位博物馆之于2019年 (疫情前) 总游客量比例					28%	

© 2021 TEA / AECOM

16%

2020-21年欧洲/中东/非洲地区  
排名前20位博物馆游客

2,350万

2021年欧洲/中东/非洲地区  
排名前20位博物馆游客量

2,020万

2020年欧洲/中东/非洲区  
排名前20位博物馆游客量

# 关于本报告的说明

## 主题娱乐协会 (TEA) / AECOM主题公园报告及博物馆报告的方法论和演变

本报告是主题娱乐协会 (Themed Entertainment Association, TEA) 与AECOM联合发布的第十六个年度主题公园报告及博物馆报告。其实, 这项调研本身存在的时间要比这长得多。多年来本报告不断演变, 从最初仅包含美国境内主要的主题公园游客人次, 到涵盖全球其他地区 (欧洲/中东/非洲区、亚太区、拉美区) 和不同景点类型的数据 (水上乐园、博物馆)。目前, 该报告成为国际主题公园研究的重要组成部分, 并逐年追踪数据变化。

被列入本年度报告已被运营商、主题公园及博物馆视为成功的标志。每年, AECOM都会收到各个公园和博物馆的来信, 希望分享他们的游客人次增长数据, 以期在排行榜中获得一席之地。如果有运营商认为自己的项目应被本年度报告应考虑在内, AECOM鼓励他们在研究如下考量标准后, 联系AECOM当地办公室。我们收到的反馈和信息越多, 所披露的调研报告将越准确。

AECOM通过各种不同渠道获得所需数据, 制定本TEA/AECOM主题公园年度报告, 其中

包括由运营商直接提供的统计数据、历史数值、财务报告、以及由投资银行团体、地方旅游组织和专业人士等提供的报告。我们将全球市场作为一个整体进行研究, 并针对每个区域进行单独调研: 美洲区、欧洲/中东/非洲区和亚太区。

被列入本项报告的任何主题公园和水上乐园, 必须达到最低限度的规定标准 (要求提供入场门票), 并且必须注重游客体验。被列入最佳连锁运营商排名的运营商集团, 经营项目中必须包含主题公园, 而该主题公园必须为运营商全资持有或由运营商品牌冠名。



**John Robinett**

AECOM经济咨询  
高级副总裁



**Martin Palicki**

TEA/AECOM  
全球主题景点游客报告编辑

自2006年以来, John Robinett参与了每一期TEA/AECOM全球主题景点游客报告, 与TEA和AECOM合作发布这份年度报告的时间一样长。他被授予TEA Peter Chernack杰出服务奖, 以表彰他对景点行业提供的卓越贡献。

Martin Palicki多年来一直在其出版物InPark杂志上报道全球主题景点游客报告, 且兼任主题娱乐协会各种活动的摄影师。这是他首次担任本报告主编, 并很荣幸地紧随前任主编、同事、导师及朋友, 即Judith Rubin的脚步。

由于运营商和所在地区的年报时间不同，报告游客量数据的时间段也有所差异。北美和欧洲区的游客量为自然年数据，若有不同会另外标注，而大多数亚太区的游客量为财年数据。就亚太区的主题公园/博物馆，如果其财年截止时间为6月30日至12月31日，则计入当前财年数据，如果其财年截止时间为上半年，如3月31日，则计入下一财年数据。

## 常见问题与解答

### 公园为什么要分享其数据？

运营商分享数据信息有利于主题公园行业的发展。这直接关系到再投资决策，从而增加游客人次、提升重游率且促进收入和利润的增加。追踪游客人次的差异和波动有助于行业认识到变化背后的原因，了解什么可行、什么不可行以及哪里不可行、为什么不可行，可以让运营商做出明智的投资决定，并了解预期结果。这就是市场和可行性分析的核心。

### 部分运营商会因为能够使经营项目看起来更成功而夸大数据信息，应如何应对？

我们的任务是分享行业运营商的官方数据信息；如果运营商没有提供官方数据信息，我们将会根据现有的数据信息并基于我们的专业行业经验进行评估。有些运营商可能会夸大数据信息，我们无法控制此类事件。然而，所有主要运营商都是集团公司性质，因此，必须在公司层面上披露财务业绩信息，即使没有细分到单个公园层面。

夸大报告可能会使得运营商暂时比其竞争对

手在榜单上排名更靠前，但最终仍会造成问题。在短期内，如果游客人次上升，但收入或盈利都没有上升，会引发疑问。从长远看，最终他们无法实现报告的数值，从而导致不可信。如果该公司最终上市或者被收购又或者想出售单项资产，虚假报告也会使得情况变得复杂。运营商都清楚地了解这一情况。

此外，虚报还会导致错误的期望。如果您需要做出投资决策并预测未来业绩，那么信息的可靠性至关重要。如果一项物业没有被定期追加后续投资，但报告称数值稳定或增长，那么该数值并不可信。此外，虚报数据不能长久保持可信。

项目经营管理人员由一个运营商转投另一个运营商，随时会带走现有数据信息。咨询顾问将会协助有关方面评估现有运营情况及潜

在新投资和活动。

换言之，夸大报告最终会被纠正归位。我们的建议是信任该流程。

## 对于没有披露数据信息的公园和博物馆，您如何评估其数据？

幸运的是，AECOM在经济规划和咨询行业内拥有超过60年的行业经验，对于驱动主题公园业绩成长因素有深入的了解，在必要时能够通过严谨的流程来估算游客人次。

### 以下是我们流程的框架：

- 鉴于疫情全球蔓延导致2020、2021年出现前所未有的异常情况，为了更好地报告本年度公园游客量，AECOM对相关游客量估算方法进行了必要的调整。在2020年版的报告中，AECOM并未对各乐园游客量进行重新排名；而是参照2019年报告中列示的表现突出的主题公园和水上乐园项目披露其2021年游客量数据。对于运营商未提供游客量的乐园，AECOM通过综合评估乐园运营天数、监管机构对乐园经营的政策要求、游客参与趋势及当地市场因素，以估算乐园的游客量信息。
- 与主题公园类似，博物馆游客量亦受到公共监管机构相关规定的影响，这些规定对博物馆是否关闭及具体人数限制有重大影响。作为室内景点，博物馆通常受到比主题公园更严格的运营规定。由于游客量主要受这些外部监管因素驱动，我们今年也没有按照游客量对博物馆进行排名，而是公布2019年前20位博物馆的2021年游客量数据。对于少数缺乏可利用信息的博物馆，我们亦没有估算其游客量。
- 首先，我们收集并评估有关管理多个公园/景点的运营商集团和单个公园/博物馆业绩的公开可用信息。此外，我们综合考虑上一年的报告信息，以及在过去一年中我们收集到的相关信息。
- 如果公园/博物馆的信息缺失，我们会请求运营商集团和单个公园/博物馆向我们提供其游客人次数据，通常绝大部分都会直接提供数据给我们。

- 如果我们没有从运营商收到有关具体公园/博物馆的数据信息，我们将会综合考虑以下因素对数据进行评估，具体因素包括：公园/博物馆的历史游客人次趋势；有关公园/博物馆及运营商的一般可用信息；公园/博物馆的变化，如新增游乐设施、所在区域、表演、展览、门票价格、IP等；国家及城市区域的总体经济；国内及当地旅游趋势；主题公园所在区域的气候特征，尤其是访客高峰时段的天气条件，项目周边公园/博物馆和其他旅游景点的市场表现；有关项目的媒体报告；以及其他相关因素。

- 在最终确定和公布数据之前，公园/博物馆运营商会审核并评价AECOM的估算。对于那些没有提供官方数据的公园/博物馆，我们会从单个公园/博物馆本身得到反馈。同时，TEA（主题娱乐协会）将会鼓励运营商做出回应。

- 作为全球景点业务规划研究的领先机构，AECOM经常与主要运营商、公园和博物馆合作，因此我们有机会定期将我们的估算值与实际数据进行对比。必要时，我们通过这种方式来完善我们的评估方法。

- AECOM积极参与行业工作，充分了解那些影响行业发展的驱动因素以及各国的宏观经济形势，实地参观、调研公园和博物馆项目，深入观察新项目开发和行业发展趋势。我们将专业流程引入行业，将发达市场的更高品质项目经验传递到新兴市场。我们经常为希望进入景点行业，或想要提升、改善现有项目运营的运营商提供专业建议。我们也经常与景点规划师和设计师合作，协助他们正确地制定公园和博物馆定位与规模，以匹配他们的市场潜力、优化财务业绩。此外，我们定期参与行业活动，就行业发展趋势发表演讲，例如TEA、IAAPA、WWA、AAM、AZA、ULI等协会组织的行业活动，同时在行业期刊和众多媒体出版物中发表专业文章。

## 如何定义水上乐园报告？

一个水上乐园必须拥有至少三个水滑梯/滑水槽、一个造浪池、零售和餐饮区，并至少拥有两个以下设施：滑水车、造型泳池、漂流河、儿童水上游乐区。亚太和美洲区水上乐园的定义为户外设施。如果水上乐园设有独立的Spa设施，则仅有游乐设施部分会被纳入研究报告。

## 此报告为什么没有包括其他景点类型，如动物园和水族馆、观察体验馆以及运动和表演馆？

本报告经过多年发展，最开始仅包含美国境内的主要主题公园游客人次，而后增加了全球其他地区（欧洲/中东/非洲、亚洲、拉丁美洲）和不同景点类型的数据（水上乐园、博物馆）。这说明，我们的确考虑其他景点类型。如果资源允许，以及业界表现出兴趣，我们会考虑增加其他景点类型。

## 为何此报告重点关注游客量最大的主题公园和博物馆？

游客量最大的主题公园和博物馆的变化体现了整个行业状况和动态。同时，这些主题公园和博物馆的动态反映了整个行业当前和未来的发展趋势，尤其在投资、科技、IP、市场推广、设施投入、游客消费及游客行为等方面。这也是为什么媒体和行业对于游客量较大的主题公园和博物馆更为关注的原因。经AECOM团队深入研究、市场追踪和评估研究后，此报告涵盖全球200多间主题公园和博物馆。

## 游客量最大的主题公园和博物馆的发展趋势是否也能代表小型主题公园和博物馆？

通常来说，答案是肯定的。不同类型和不同规模的景点面临相同的市场挑战，包括满足

游客期望、招募和留住优秀的管理层和员工、高效运营、了解并运用新科技、强调再投资需求等。尽管如此，由于小型或区域型主题公园在市场上的定位有所不同，因此也会面临一些其他挑战，包括市场推广、投资需求和提高游客重游率、充分利用有限的预算、在休闲娱乐市场提供差异化产品以吸引更多游客等。这类主题公园和博物馆利用其创造力、领导力和投资以应对这类挑战为行业树立了优秀典范——多年来TEA主题娱乐获奖者中不乏这样的案例。

## 大型主题公园集团旗下包括众多小型主题娱乐景点，但此类景点没有进入主题公园游客量排行榜中，如何评价这些小型景点的市场表现？

这里最具代表性的是默林娱乐集团和团圆集团，这两大运营商都入选全球十大主题公园集团。默林娱乐集团在排行榜中位列第二，2019年集团游客总量达6,700万人次，其中三分之一来自大型主题公园，他们多位于欧洲/中东/非洲地区（如温莎乐高乐园、比隆乐高乐园和奥尔顿塔主题公园等）。而另外三分之二的游客量来自默林娱乐集团旗下的中小型主题娱乐景点，尤其是一些“中短途”景点，这些景点大部分都选址客流量大的区位，例如在一些著名的旅游胜地，设立知名的独立品牌景点，包括杜莎夫人蜡像馆、SeaLife海洋馆及惊魂秘境等。2019年，团圆集团的游客总量为2,090万人次，位于全球十大主题公园集团排行榜第十位，该集团的战略重点是开发多种类型的娱乐景点，包括游乐场、动物园、水族馆和室内主题娱乐中心，项目多位于欧洲/中东/非洲地区，目前该集团通过北美子公司宫殿娱乐管理公司不断增加在北美区的投资开发力度。显然，默林娱乐集团和团圆集团的发展战略都有效吸引了大量游客到访旗下的众多景点，但由于景点区位、发展重点和规模等多方面因素导致集团旗下大多数景点无法入选主题公园报告。



**主题娱乐协会 (TEA) 和AECOM在此向众多主动慷慨提供游客人次信息的公园及博物馆运营商表示诚挚感谢, 他们的数据使这份报告更加完整和精确。**

#### **关于 AECOM**

AECOM是深受全球信赖的基础设施全方位综合服务企业。从规划、设计、工程到项目及施工管理, 我们为客户提供项目全生命周期各阶段的专业服务, 涵盖交通运输、建筑、水务、新能源及环境等多个领域, 帮助公共及私营客户应对最复杂的挑战。AECOM卓越的专业技术和创新能力, 坚持贯彻的平等、多元与包容文化, 以及对践行环境、社会和治理 (ESG) 理念的承诺, 引领我们全力构筑一个更美好的世界。作为《财富》500强公司之一, 在2021财年, AECOM专业服务业务的年营业额为133亿美元。欢迎浏览[www.aecom.com/cn](http://www.aecom.com/cn), 关注我们的微信公众号 (AECOM\_China), 了解AECOM如何永续发展, 泽被未来。

#### **关于TEA**

主题娱乐协会 (Themed Entertainment Association, TEA) 作为国际知名非营利组织, 致力于集合全球休闲娱乐行业和体验设计行业资源, 推动主题娱乐场所和体验的发展。协会会员遍布主题公园、水上乐园、博物馆、野生动物景点、赌场、酒店/度假村、餐厅、零售店、体育/表演场所、以及全球范围内正持续增加, 致力于提供更佳游客体验的主题娱乐目的地。

**更多信息, 请浏览 [www.teaconnect.org](http://www.teaconnect.org),**

**#TEAthemeindex**

**@tea\_connect**

本报告电子版及2006至2021年主题公园报告及博物馆报告电子版下载链接 :

**[aecom.com/theme-index](http://aecom.com/theme-index)  
[teaconnect.org/resources/theme-index](http://teaconnect.org/resources/theme-index)**