



主题公园  
报告  
博物馆  
博报告  
2020

全球主题景点  
游客报告

AECOM

TEA  
THEMED  
ENTERTAINMENT  
ASSOCIATION

#### 封面：

西班牙托莱多狂人国主题公园，提供4场日间演出、3个不同历史时期的村落建筑及1场夜间演出。在此之前，该主题公园的运营商已在法国投资狂人国主题公园项目并取得成功。

照片由狂人国提供

#### 致谢

TEA/AECOM 2020 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：Judith Rubin

出版人：Linda Cheu

首席设计师：Miguel Nonato, Mel Patrick Kasingsing

出版团队：Humberto Castro, Beth Chang, Linda Cheu, Lucia Fischer, Marina Hoffman, Doris Li, Jodie Lock, Jason Marshall, Miguel Nonato, Michael Posso, John Robinett, Judith Rubin, Chris Yoshii

©2020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

##### Abe Chorbajian, AIA NCARB, LEED AP

AECOM 全球休闲旅游副总裁

abe.chorbajian@aecom.com

T +1 213 593 8399

##### Marina Hoffman

AECOM 美洲区经济咨询资深经济规划师

marina.hoffman@aecom.com

T +1 203 969 5764

##### Linda Cheu

AECOM 美洲区经济咨询副总裁

linda.cheu@aecom.com

T +1 415 955 2928

有关主题娱乐协会（TEA）的信息，请联系：

##### Judith Rubin

全球主题景点游客报告编辑及媒体联系人

judy@judithrubinetc.com

T +1 314 853 5210

[TEAconnect.org](http://TEAconnect.org)

##### 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

##### 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 +852 3922 9000

[aecom.com/economics](http://aecom.com/economics)

##### Lindsey Nelson

TEA 执行总监

lindsey@teaconnect.org

T +1 818 843 8497

# 主题公园 报告 博物馆 报告 2020

## 全球主题景点 游客报告

最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	16
亚太区	34
欧洲 / 中东 / 非洲区	50
博物馆	64
关于本报告的说明	92
常见问题与解答	93

## 持续与希望

2020年可能是人们不愿记起的一年。虽然在疫情期间公布行业困境时略显犹豫，但我们仍遵守着基本原则，即行业信息的公开透明化符合所有人的利益。当然也有好消息，主题娱乐景点行业凭借多个领域的创新产品及服务，在这种混乱中坚持了下来。我们看到了2021年的积极复苏，被压抑的需求推动了很多乐园的发展，即使一些乐园仍处于接待游客数量受限的状态。

根据各地疫情严重程度及乐园类型不同，2020年全球主题景点游客量出现了50%-90%的下降，这是有史以来游客量下降幅度最大的一年。这一骤降出现在2019年之后，而2019年的游客量正处行业巅峰水平，根据我们一直以来追踪的全球优秀运营商的表现，2019年是过去50年来的最佳水平（详见2019年全球主题景点游客报告）。



**John Robinett**

AECOM 经济咨询高级副总裁

# 全球纵览



丹麦哥本哈根趣伏里主题公园于2021年举办了一场美式风格的独立日庆祝活动，园区内提供汉堡、经典老爷车及烟花放映活动。趣伏里主题公园成立于1843年，是世界上最古老的游乐园之一，曾荣获Thea奖。  
© 趣伏里主题公园

在美洲，很多全年运营的乐园在2020年初正常运营了几个月后，大部分乐园自3月起被迫关闭，关闭时间从几个月到年底不等。整体游客量降幅多介于70%-80%之间。而中国乐园的闭园安排较前述其他乐园相对提前，随后疫情得到有效控制，损失相对较轻，游客量下降范围约为50-70%。欧洲/中东/非洲区的损失亦较少，介于60%-65%之间。在美洲，许多主要的目的地型主题公园对旅游依赖程度较高，因此流失了大部分外来游客所带来的游客量。值得关注的是，中国华侨城集团旗下的乐园整体降幅仅14%，而方特旗下的乐园整体降幅为20%，这两家中国运营商在很大程度上都依赖本国居民市场。同样在欧洲，荷兰的艾夫特琳主题公园的客群也以本地游客为主，在后期疫情影响下，游客量仅下降45%。

乐园的关闭及国际、国内游客的流失情况因国家而异，2020年全球各地的园区表现错综复杂。因此，2020年的游客量很大程度上

是监管机构限制乐园运营天数及接待人数的产物，而不是对各乐园的受欢迎程度及管理水平的体现。因此，我们决定在2020年报告中沿用2019年报告中各园区的排名，待全球疫情形势稳定下来后，再对各园区在2021年的表现进行排名。

8,330万

2020年全球排名前25位  
主题公园的游客量

2.537亿

2019年全球排名前25位  
主题公园游客量



海洋世界将于2022年在圣地亚哥  
开放芝麻街主题乐园  
© 海洋世界娱乐集团

“

2020年的游客量很大程度上是监管机构限制乐园运营天数及接待人数的产物，而不是对各乐园的受欢迎程度及管理水平的体现。

## 复苏周期

现时，期待行业立即恢复至2019年所纪录游客量水平是不合理的，短期内更为现实的期待是行业能恢复到与疫情爆发前几年平均值相近的水平。

由于主题娱乐景点行业的运作依赖于将人们聚集在一起，并在一定程度上依赖于较远程游客，因此特别容易遭受疫情带来的经济损失。但令人振奋的是，主题娱乐景点行业此前也曾经历过低迷并顺利复苏。最近的例子就是2007-2009年的全球金融危机，在这场危机中，以较远程游客为主要客群的主题公园受到的冲击较以本地居民为主要客群的主题公园更大。而我们目前的情况亦是如此。



以往旅游及主题娱乐景点市场上关于衰退、反弹及复苏周期的历史模型仍可用于分析此次疫情带来的危机（假设所有其他因素保持不变，同时疫情得到基本控制）。我们的研究表明，无论是因恐怖主义、内部动荡、经济衰退亦或是流行病所引起的危机，此类周期分析模型均可适用。据周期模型显示，衰退在最初的一年发生导致情况急剧恶化，并在随后的三年逐步恢复。若将此模型应用于当前的情形，在2020年的下降之后，我们预计2021年将表现为反弹的一年。接下来的一年，即2022年，将开始迎来真正的复苏——预计2022年各园区都能够恢复全年正常运营，尽管某些方面可能仍受到限制。到2023年，游客的期望值将上升，他们会开始寻找新的景点，运营商需要相应地计划再投资项目。实际上，许多新主题公园、游乐设施及特色景点已在疫情期间或不久的将来开业。详细信息见报告正文。

## 创新与需求

尽管很难确定哪些变化将在复苏中留存，哪些又将会消失，但仍有一些趋势值得我们留意。

在疫情封城期间，线上聚会很快成为大家保持连接和沟通的最重要手段之一。而现阶段，公众对虚拟活动的参与度较疫情开始的最初几个月已有所下降。人们开始对线上活动倦怠，希望在休闲娱乐及商业等领域重新获得与人、与真实世界接触的真实体验。但虚拟活动及在线会议并不会很快消失。在疫情的影响下许多办公室及主题公园仍然关闭着，尽管有些人未来会采取弹性工作方式，但很多人在疫情恢复后仍将继续远程工作，所以在线会议仍然会存在。这一情况将持续促使大众外出，如前往主题公园及景点，从而获得真实体验。

工作形式的改变可能会产生对行业休闲娱乐产品的新需求。

另一普遍趋势是，利用技术使运营适应新条件并提升未来的运营效率。电子票务的发展就是一个很好的例子，更先进的售票及预订软件系统使乐园能够更好地直接为游客提供服务，从而摆脱对第三方预订平台的依赖。整合以设计、人工智能及面部识别功能的应用程序，实现了无接触式购票入园与智能化交互体验。这些应用连同虚拟排队及其他软件程序，都涉及大量的数据收集，这些数据有助于从各方面改善和提升园区的运营，从骑乘设施维护到游客个性化体验等都可以得到优化。

最后一个今年持续的趋势是应用新媒体技术的小型沉浸式体验项目逐步成为热门。

这些小型沉浸式体验项目包括Meow Wolf、Illuminarium、teamLab等等。

主题娱乐景点行业的基本产品以提供家庭欢聚时刻、追忆过去时光及远离现实生活的体验为主。这些需求永远存在，行业也会持续为市场提供能满足各类需求的产品。在本报告的筹备过程中，我们看到有充分的证据能够证明运营商描述的那些被积压的市场需求。一旦乐园及景点能重新开门，游客便蜂拥而至。这些都预示着行业未来积极向上的发展趋势。



## 工作形式的改变可能会产生对行业休闲娱乐产品的新需求。



# 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	变化%	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	-66.9%	6,941,000	20,963,000
2	迪士尼乐园, 美国, 加利福尼亚州, 安纳海姆	-80.3%	3,674,000	18,666,000
3	东京迪士尼乐园, 日本, 东京	-76.8%	4,160,000	17,910,000
4	东京迪士尼海洋, 日本, 东京	-76.8%	3,400,000	14,650,000
5	日本环球影城, 日本, 大阪	-66.2%	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	-70.0%	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	-67.5%	4,044,000	12,444,000
8	长隆海洋王国, 珠海横琴湾	-59.1%	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	-68.0%	3,675,000	11,483,000
10	上海迪士尼乐园, 上海	-50.9%	5,500,000	11,210,000
11	环球影城, 美国, 佛罗里达州, 奥兰多	-62.5%	4,096,000	10,922,000
12	冒险岛, 美国, 佛罗里达州, 奥兰多环球影城	-61.4%	4,005,000	10,375,000

2020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2020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	变化%	2020年 游客量	2019年 游客量
13	迪士尼加州冒险乐园, 美国, 加利福尼亚州, 安纳海姆	-80.5%	1,919,000	9,861,000
14	巴黎迪士尼乐园, 法国, 马恩拉瓦	-73.1%	2,620,000	9,745,000
15	环球影城, 美国, 加利福尼亚州, 环球城	-85.8%	1,299,000	9,147,000
16	爱宝乐园, 韩国, 京畿道	-58.2%	2,760,000	6,606,000
17	乐天世界, 韩国, 首尔	-73.8%	1,560,000	5,953,000
18	长岛温泉乐园, 日本, 桑名市	-59.7%	2,400,000	5,950,000
19	欧洲主题公园, 德国, 鲁斯特	-56.5%	2,500,000	5,750,000
20	海洋公园, 香港特别行政区	-61.4%	2,200,000	5,700,000
21	香港迪士尼乐园, 香港特别行政区	-70.1%	1,700,000	5,695,000
22	艾夫特琳主题公园, 荷兰, 卡特斯维尔	-44.9%	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	-73.1%	1,410,000	5,245,000
24	欢乐谷, 北京	-23.4%	3,950,000	5,160,000
25	长隆欢乐世界, 广州	-45.3%	2,681,000	4,905,000
<b>2020年全球排名前25位主题公园总游客量</b>			<b>83,258,000</b>	<b>253,724,000</b>
<b>2019-20年全球排名前25位主题公园总游客量增长率</b>		<b>-67.2%</b>	<b>83,258,000</b>	<b>253,724,000</b>

© 2020 TEA / AECOM

**-67.2%**

2019-20年全球排名前25位  
娱乐/主题公园的游客量增长率

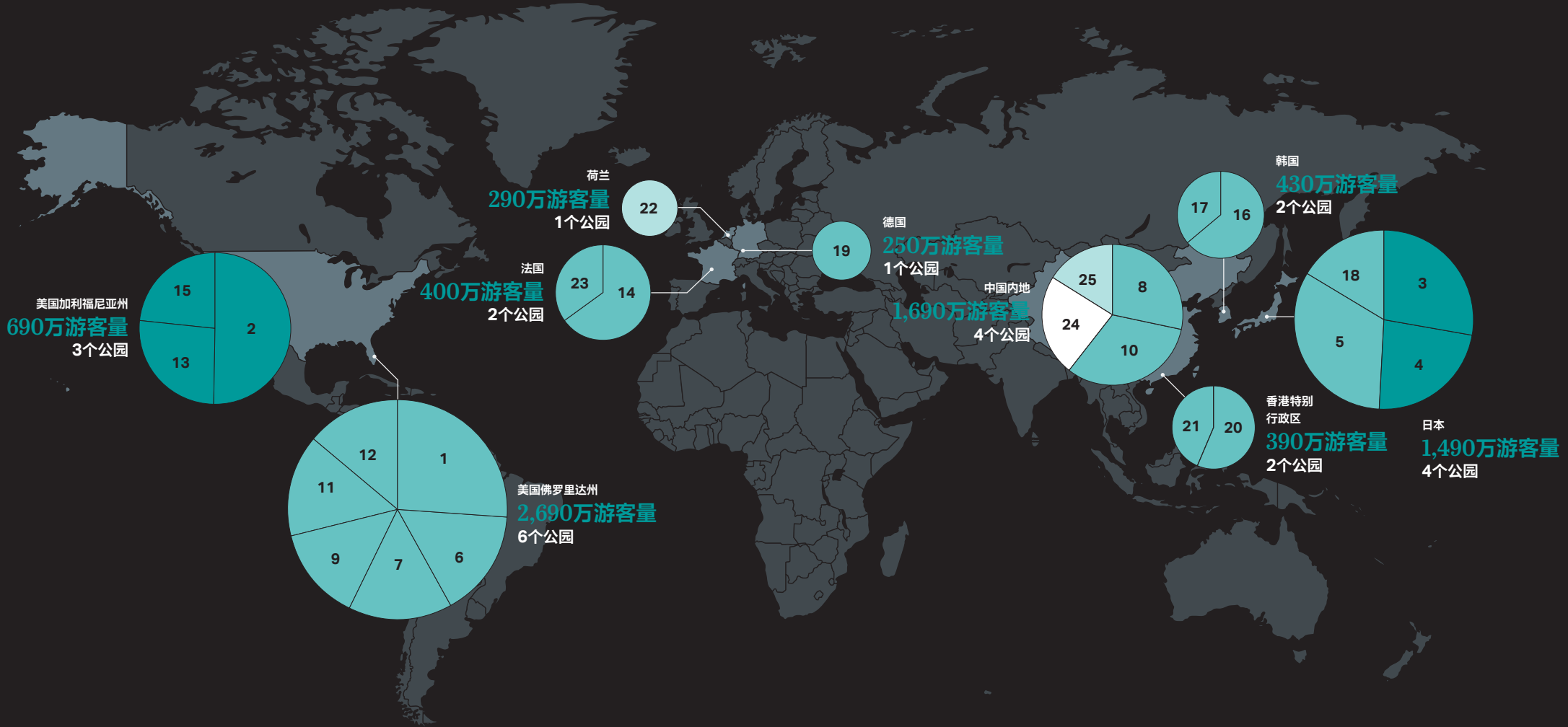
**8,330万**

2020年全球排名前25位  
娱乐/主题公园的游客量

**2.537亿**

2019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—24.9%
- 25%—49.9%
- 50%—74.9%
- >-75%

饼图代表入榜主题公园的游客量规模。图中各扇形上数字表示该公园排名，扇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。

-67.2%

2019-20年全球排名前25位  
娱乐/主题公园的游客量增长率

8,330万

2020年全球排名前25位  
娱乐/主题公园的游客量

2.537亿

2019年全球排名前25位  
娱乐/主题公园的游客量



## 强外力干扰

2020年，全球主题公园、游乐园和水上乐园都在苦苦挣扎求生。由于新冠肺炎疫情蔓延影响，它们不得不中断开放甚至全年关停。

此报告针对游客量最高的乐园展开研究，其中大多数主要乐园通常是全年运营的。在美国，这些景点大多于2020年1月1日开放，但在3月中旬就被迫关闭了。

2020年，北美排名前20位的主题公园游客量跌幅达72%。

主题公园的关闭和重新开放受州政府监管。佛罗里达州的乐园基本都关闭了四个月，在2020年夏初至仲夏才重新开放，并且有客流量限制。而在加利福尼亚州，大部分主要乐园在2020年大部分时间甚至全年关停，其中少数例外情况后文将有列出。

**这股阵痛波及整个行业及粉丝群。让我们面对现实，如果迪士尼关停，会导致真正的行业地震！**

至2021年9月撰稿时，美洲区大部分主题公园都已恢复当季开放且运营良好。从经济数据来看，乐园客流量限制已基本解除，而几大运营商报告显示，部分天数的客流表现已基本恢复至2019年的水平。

TEA/AECOM主题公园报告是基于公历年的研究，因此2021年的数据将在明年的报告中呈现。

在运营季时，一个地区何时受到疫情重创取决于疫情发展的情况。正因为如此，美洲区水上乐园比主题公园遭受更大损失，而季节性开放的乐园相对全年运营的乐园遭受损失更大。在2019年至2020年度，2019年北美排名前20的主题公园游客量锐减72%。



**Marina Hoffman**

AECOM 美洲区经济咨询  
资深经济规划师

# 美洲区





## 触底反弹

主题公园一重新开放，游客便络绎不绝。部分运营商对这种现象都感到不可思议，而这正证明了人们对主题乐园产品的追捧与喜爱。运营商在竭诚提供最好游客体验的同时，采取优先考虑安全因素和使游客安心的调整措施，一定程度弥补了关停期间带来的损失。

主题公园和水上乐园主要提供户外体验，而户外活动因其感染风险相对较低更受游客青睐，这是一个加分项。(如本报告中博物馆研究报告部分所示，博物馆与其他室内景点遭受损失相对更大。)

总体而言，在那些获准开放的北美主题公园中，至2020年夏季，他们以25%的可容纳客流量运营，到秋季被允许增加至35%，部分项目甚至能够达到50%。当然在整体估测中仍存在个案，因为实际的入园人数限制因各州政策而异。部分城市制定的游客量限制比州政策更为严格，而实际市场需求可能高于政策限制的上限，如果能够获准更大比例的游客容量，入园人数可能会更多。

在拉丁美洲，主题公园和水上乐园运营商同样遭受疫情影响的严重打击，且由于疫苗供应量低于美国，该地区恢复的机会也相对更少。我们的研究显示，该地区主题公园的游客量下降了71%，水上乐园下降了61%。

拉丁美洲的乐园于2020年初开放，3月中旬关闭，然而直至10月中旬才得以初步降低至35%的游客容量重新开放。

人力资源管理一直是一个问题，尤其对水上乐园而言。在这种形势之下，运营商一直尽可能整合员工和资源。无论是开放或是关停，不管是否有收入，乐园都会产生固定成本，包括人力、房地产税、保险、行政、高管工资及基础设施费。裁员最多可节省50%的固定成本，但无法消除所有固定成本。这对于小型乐园最为挑战，许多乐园可能因疫情影响而沦为被收购的目标。

## 市场变化

房地产、零售及旅游市场的变化以各种方式影响着未来景点的开发。随着消费者购买模式转向线上购物，大量的商业零售资产，如购物中心，可释放出空间用于娱乐。同时随着许多居家办公的中产阶级由大城市中心迁移到生活成本更低的地方，次级市场已成为能够支撑新的休闲娱乐产业发展的高增长市场。

由于旅游禁令和谨慎出行心理导致的全球旅游业下行，进一步加剧了区域分化。一些北美地区的乐园，尤其是本报告特别关注、人气最旺的主要运营商，通常严重依赖国际游客，尤其是来自于英国、德国、中国和日本的客群，眼下他们不得不转移重心。迪士尼通过与地方和国家卫生机构及其内部的医务工作者合作，同时缩小游客容量，以此推进本地化的运营。

美国国内旅游业正在强势复苏，对于规模较小、区域性较强、主要面向国内游客的乐园来说是个好消息。酒店入住率、Airbnb预订

率、汽车出行量都大幅度提升，大城市周边度假目的地表现尤甚，部分统计数据甚至达到有史以来最高值。国家公园和露营地也表现突出。在我们等待边境重新开放时，国内旅游将会持续繁荣，并成为行业生命线。

对航空公司而言，其业务主要是休闲旅客而不是商务旅客，这意味着即使飞机上和机场里都人头攒动，但航空公司所获收入却在降低。

4,430万

2020年北美排名前20位主题公园游客量

1.591亿

2019年北美排名前20位主题公园游客量

六旗魔术山 - 西海岸赛车手骑乘设施, 美国加利福尼亚州瓦伦西亚  
© 六旗娱乐集团



## 主题公园

我们的主题公园和水上乐园运营商对于复苏充满希望, 表现在其不断适应当下环境及努力创新, 尽其所长地去接待及娱乐大众, 为他们提供朋友和家庭欢聚的独特环境, 同时尽可能保证他们的安全。

迪士尼作为全球顶级主题公园运营商, 构思并实施了一些创新的方法来指导其景点和娱乐体验的设计和园区的运营, 其中许多变革将在未来持续进行。迪士尼将持续为客户体验投资, 虽然一些建设项目目前需暂停, 但规划、投资及开发等工作已重新启动。

2020年, 所有迪士尼世界主题公园在3月16日起对游客关闭。

3月17日迪士尼之泉关闭了迪士尼自持的所有商店和餐厅。几天后即3月20日, 迪士尼度假区的酒店亦关闭了。从5月20日开始, 迪士尼之泉分阶段重新开放。7月11日魔法王国和动物王国重新开放; 7月15日未来世界 (EPCOT) 和迪士尼好莱坞影城重新开放。位于加利福尼亚州阿纳海姆的迪士尼乐园度假区于2021年4月30日重新开放, 因监管及卫生机构的限制, 仅加州本地市民开放, 住宿限制于2021年6月15日正式取消。新的复仇者联盟主题园区于2021年6月4日在迪士尼乐园开放, 主要亮点在于邂逅复仇者联盟的英雄及反派, 以及有互动体验的蜘蛛侠主题骑乘。

NBC环球持续推进其主题公园的开发和扩张计划。好莱坞环球影城重新开放, 更新了两大主要项目: 一是“宠物的秘密生活: 无束缚黑暗骑乘” (2020年延迟开放的项目);

二是在2019年开放的“侏罗纪世界™-骑行”的基础上, 为公园重新开放而增加了一个全新的全尺寸电子动画 Indominus Rex 暴虐霸王龙 (在最后一幕中与霸王龙T-Rex作战)。2020年6月30日, 公园重新开放的25天后, The Bourne Stuntacular于奥兰多环球影城首映, 其中精心制作的新特技表演在最近荣获西娅奖 (Thea Award)。2021年6月10日, 全新侏罗纪世界迅猛龙过山车在奥兰多环球影城开幕, 广受市场好评。2020年暂停的史诗宇宙 (Epic Universe) 已恢复工作, 这将是奥兰多环球影城的第四个主题园区。(与此同时, 在地球另一端的中国, 北京环球影城度假区于2021年9月开业。)

加州两个以动物为特色的主题公园, 依据加州动物园/水族馆的政策准则, 有幸在2020年得以重新开放, 在其他乐园被迫关停的情况下, 将有利条件的效用最大化以自保。位于瓦列霍市的六旗探索王国于7月2日重新开放, 圣地亚哥海洋世界也于8月28日重新开门迎客。

“  
NBC环球持续推进  
其主题公园的开发和  
扩张计划。”



好莱坞环球影城 - 侏罗纪世界骑乘,  
美国加利福尼亚州  
© 环球影城



迪士尼乐园 - “星球大战：反抗军的崛起”骑乘设施，  
美国加利福尼亚州，阿纳海姆  
© 迪士尼

不过在此之前，游客们仍可以通过其他方式造访一些公园。尽管加利福尼亚州关停了主题公园的日常运营，但六旗探索王国和六旗魔术山都将他们圣诞季常规的假日公园体验转变为美国盛行的“得来速”（驾车通过式免下车游览体验）式景点。探索王国持续在不同节日庆祝活动营造独特的场景，并继续提供“得来速”式免下车体验景点，如独立日（7月4日）和万圣节（惊悚之夜）等。六旗魔术山与西海岸汽车定制联手合作，推出了一场“得来速”式免下车定制车展。圣地亚哥海洋世界也提供了由芝麻街角色主演的“得来速”式免下车圣诞体验。

雪松娱乐的经营者同样表现出他们的独出心裁及热情好客。诺氏百乐坊乐园在其大受欢迎的节事活动传统上加倍努力，即使园中的游乐设施都关停，游客们也可以在乐园里享受美食、饮料和购买商品，其中包括鬼镇美食活动“品尝卡里科鬼镇”，随后拓展为整个

乐园范围的“诺氏的味道”美食活动；在万圣节活动季举办了“秋季万圣的味道”美食活动，取代传统的经典节事“诺氏恐怖农场”；在2020年末的圣诞季推出了“农场快乐的味道”，随后在2021年3月又举办了“波森莓的味道”。所有这些节事活动都是在公园恢复完全开放前举行的，并且限制参与人数。

等到2021年春季终于得以重新开园时，诺氏百乐坊乐园和杉点乐园都举行了周年庆典并开设了新的骑乘项目。其中诺氏百乐坊乐园更迎来其百年开园庆典，并首度推出“诺氏小熊传说 - 重返集市”黑暗骑乘体验。位于俄亥俄州桑达斯基的杉点乐园则开放了全新的蛇河探险游船景点，成为其150年惊险游乐体验的又一里程碑。

贺森家庭娱乐公司的表现同样十分活跃。2020年6月17日多莉山主题乐园重新开放，银元城主题乐园于6月15日重新对外

开放，次月推出了其耗资2,300万美元打造的全新瀑布漂流项目“神秘河瀑布”。与此同时，贺森集团亦着手进行新收购，在2021年的春季相继收购了肯塔基王国和温哥华水族馆。

总体而言，大多数区域乐园连锁品牌都将2020年的入园年票与会员资格免费延长了一年，以保持当地游客的到访。再加上旅游业低迷，意味着很多重复到访的游客都持有年票。此举的确提供了大幅折扣，但从运营的角度来看，票务收入的损失一定程度上可由入园游客二次消费以及品牌美誉度的提升来弥补。



**运营商们在2020年充分展示出了他们的别出心裁和热情好客，在游乐设施关停的情况下，推出园内节事活动、“得来速”式免下车游览服务、延长年票时限、在少数情况下依照动物园和水族馆规定指引开放等多样化的运营举措。**



诺氏百乐坊乐园 - 诺氏恐怖农场万圣节活动，  
美国加利福尼亚州  
© 诺氏百乐坊乐园

## 水上乐园

水上乐园往往具有较强的季节性。在美国，他们通常在5月阵亡将士纪念日假期左右开放，至9月份关闭。到2020年6月，随着新冠疫情的全面爆发，美国的水上乐园不得不限制入园游客量来控制疫情。2021年，有报道称水上乐园的经营状况得以改善，尽管游客量仍受限，但被抑制的需求已逐步释放出来。

美国大部分州的水上乐园都遵循由美国疾病管制与预防中心 (CDC) 主导、世界水上乐园协会 (WWA) 协助所制定的防疫规定，通常来说除了在水中活动外，其他场所都需要佩戴口罩。WWA在疫情期间，积极与政府合作，制定可操作的运营方案，为行业协会应扮演何种角色作出了表率。

疫情期间，水上乐园要保持一定的人员配备水平尤为艰难。奥兰多迪士尼选择性地关闭了台风湖水上乐园，但保持暴风雪水上乐园的开放，这无疑是在限流情况下，整合员工与资源的明智之举。

交通枢纽城市的水上乐园在这一年中痛失大量客流。例如在奥兰多的国际游客中，巴西游客举足轻重。2019年，有122万巴西游客飞往奥兰多，仅次于加拿大和英国排于第三位。在加州，2020全年没有一个水上乐园获批开放运营。

不过即使是在遭受重创的水上乐园领域，2020年仍出现了一些鼓舞人心的新项目。6月27日，酒店及景点管理公司 Wilderness Resorts的Soaky Mountain水上乐园在田纳西州塞维尔县开放。11月12日，在德克萨斯州圆石市的卡拉哈里度假村与会议中心，卡拉哈里圆石水上乐园在此开业，这是作为综合度假村设施之一的室内水上乐园。这些动作反映了将景点和水上乐园与度假物业捆绑开发的持续发展趋势。

我们期待在明年的报告中录入北美及拉美市场的反弹与复苏，为水上乐园领域带来更多的好消息。

“

**即使在遭受重创的水上乐园领域，2020年仍出现了一些鼓舞人心的新项目。**

**380万**

2020年北美排名前20位  
水上乐园游客量

**1,640万**

2019年北美排名前20位  
水上乐园游客量

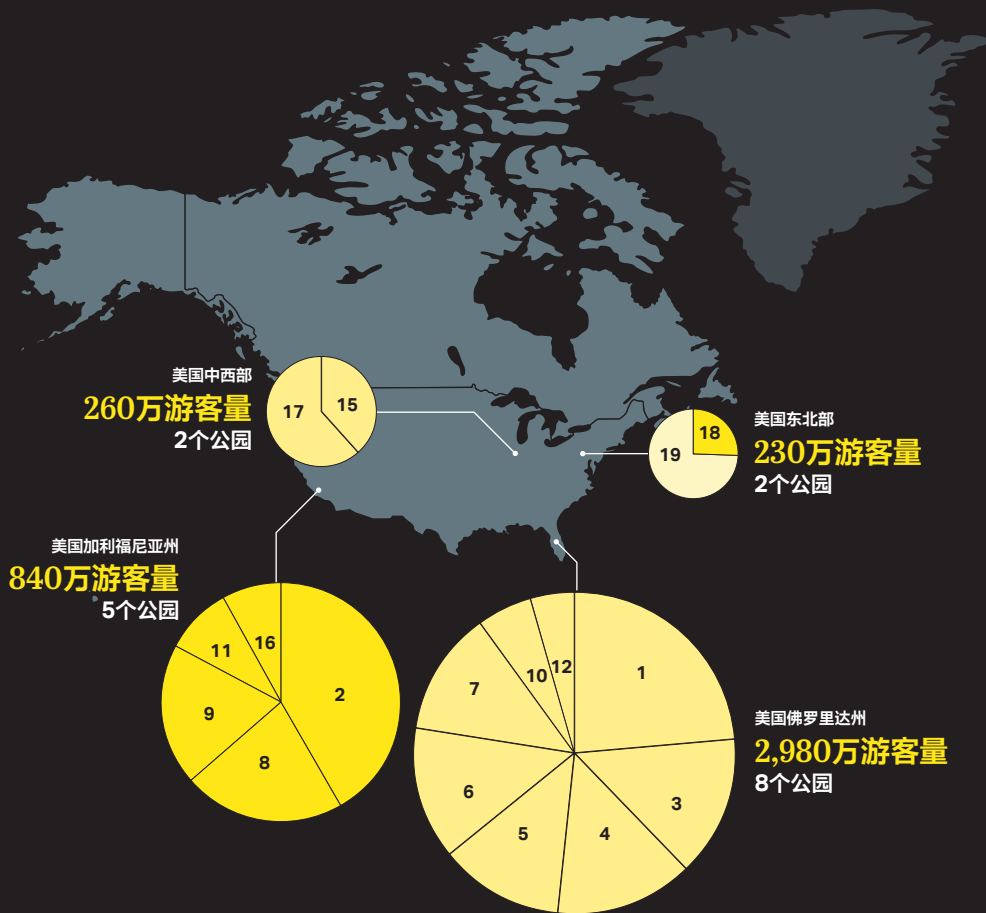


德克萨斯台风水上乐园，美国德克萨斯州卡蒂  
© 德克萨斯台风水上乐园



海洋世界水上乐园，美国佛罗里达州奥兰多  
© 海洋世界娱乐集团

# 北美排名前20位 娱乐/主题公园



2020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2020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	变化%	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	-66.9%	6,941,000	20,963,000
2	迪士尼乐园, 美国, 加利福尼亚州, 安纳海姆	-80.3%	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	-70.0%	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	-67.5%	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	-68.0%	3,675,000	11,483,000
6	环球影城, 美国, 佛罗里达州, 奥兰多	-62.5%	4,096,000	10,922,000
7	环球影城冒险岛, 美国, 佛罗里达州, 奥兰多	-61.4%	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	-80.5%	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	-85.8%	1,299,000	9,147,000
10	奥兰多海洋世界, 美国, 佛罗里达州, 奥兰多	-65.6%	1,598,000	4,640,000
11	诺氏百乐坊乐园, 美国, 加利福尼亚州	-80.9%	811,000	4,238,000
12	坦帕湾布希乐园, 美国, 佛罗里达州, 坦帕	-69.2%	1,288,000	4,180,000
13	加拿大奇幻乐园, 加拿大, 安大略省, 枫叶市	-	-	3,950,000
14	圣地亚哥海洋世界, 美国, 加利福尼亚州, 圣地亚哥	-69.5%	1,139,000	3,731,000
15	杉点乐园, 美国, 俄亥俄州, 桑达斯基	-71.7%	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	-80.5%	686,000	3,521,000
17	国王岛, 美国, 俄亥俄州	-53.3%	1,626,000	3,485,000
18	六旗大冒险乐园, 美国, 新泽西州, 杰克森市	-82.7%	598,000	3,451,000
19	好时公园, 美国, 宾夕法尼亚, 赫尔希镇	-49.3%	1,717,000	3,384,000
20	六旗大美国乐园, 美国, 伊利诺伊州, 格尼	-	-	3,169,000
2020年北美排名前20位主题公园总游客量			44,302,000	159,108,000
2019-2020年北美排名前20位主题公园总游客量增长率			-72.2%	44,302,000 159,108,000

© 2020 TEA / AECOM

**-72.2%**

2019-20年北美排名前20位娱乐/主题公园游客量增长率

**4,430万**

2020年北美排名前20位娱乐/主题公园游客量

**1.591亿**

2019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



2019排名	公园, 所在国家(地区)和城市	变化%	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	-75.0%	701,000	2,803,000
2	贝托·卡雷罗世界, 巴西, 圣卡塔琳娜	-44.1%	1,252,000	2,241,000
3	伊施卡瑞特主题公园, 墨西哥, 坎昆	-62.4%	736,000	1,960,000
4	MUNDO PETAPA主题公园, 危地马拉, 危地马拉城	-79.8%	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	-70.1%	344,000	1,151,000
8	幻想世界游乐园, 智利, 圣地亚哥	-60.9%	430,000	1,100,000
9	国立咖啡公园, 哥伦比亚, 金迪奥	-69.2%	321,000	1,043,000
10	科斯塔公园, 阿根廷, 布宜诺斯艾利斯	-72.8%	263,000	968,000
2020年拉丁美洲排名前10位娱乐/主题公园游客量			4,315,000	15,075,000
2019-2020年拉丁美洲排名前10位娱乐/主题公园游客量增长率			-71.4%	4,315,000 15,075,000

© 2020 TEA / AECOM

2020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2020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—24.9%
- -25%—49.9%
- 50%—74.9%
- >-75%

饼图代表入榜主题公园的游客量规模。图中各扇形上数字表示该公园排名, 扇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入榜主题公园对比。

**-71.4%**

2019-20年拉美排名前10位娱乐/主题公园游客量增长率

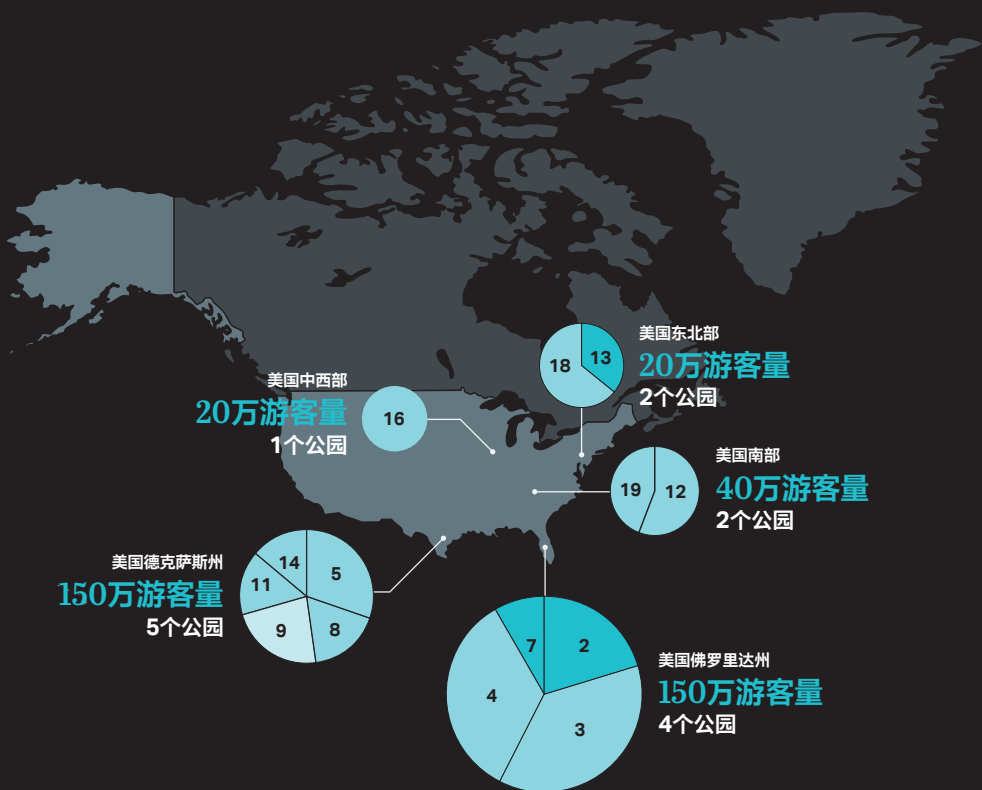
**430万**

2020年拉美排名前10位娱乐/主题公园游客量

**1510万**

2019年拉美排名前10位娱乐/主题公园游客量

# 北美排名前20位水上乐园



2020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2020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—24.9%
- -25%—49.9%
- 50%—74.9%
- >-75%

饼图代表上榜水上乐园的游客量规模。图中各扇形上数字表示该水上乐园排名，扇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	变化%	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	-84.1%	316,000	1,983,000
3 火山湾水上乐园, 美国, 佛罗里达州, 奥兰多	-69.6%	551,000	1,811,000
4 海洋世界水上乐园, 美国, 佛罗里达州, 奥兰多	-65.6%	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	-54.7%	451,000	996,000
6 美国水世界, 美国, 弗吉尼亚州, 威廉姆斯堡	-	-	736,000
7 冒险岛, 美国, 佛罗里达州, 坦帕	-80.9%	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	-59.6%	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	-40.6%	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	-56.3%	235,000	538,000
12 六旗白水公园, 美国, 佐治亚州, 玛丽埃塔	-54.8%	238,000	526,000
13 六旗飓风港, 美国, 新泽西州, 杰克逊	-82.4%	85,000	482,000
14 德克萨斯台风水上乐园, 美国, 德克萨斯州, 卡蒂	-57.5%	203,000	478,000
15 六旗飓风港水上乐园, 美国, 德克萨斯州, 斯普林	-	-	475,000
16 祖贝兹湾水上乐园, 俄亥俄州, 鲍威尔	-62.2%	176,000	466,000
17 六旗飓风港凤凰城, 美国, 亚利桑那州, 格伦代尔	-	-	441,000
18 骆驼滩水上乐园, 美国, 宾夕法尼亚州, 坦纳斯维尔	-65.6%	151,000	439,000
19 多莱坞公园与水上乐园, 美国, 田纳西州, 福特鸽	-56.6%	188,000	433,000
20 杉点海滨水上乐园, 美国, 俄亥俄州, 桑达斯基	-	-	424,000
<b>2020年北美排名前20位水上乐园总游客量</b>		<b>3,847,000</b>	<b>16,425,000</b>
<b>2019-2020年北美排名前20位水上乐园总游客量</b>	<b>-76.6%</b>	<b>3,847,000</b>	<b>16,425,000</b>

© 2020 TEA / AECOM

**-76.6%**

2019-20年北美排名前20位水上乐园游客量增长率

**380万**

2020年北美排名前20位水上乐园游客量

**1,640万**

2019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



2019 排名	公园, 所在国家 (地区) 和城市	变化率	2020年 游客量	2019年 游客量
1	THERMAS DOS LARANJAIS水上乐园, 巴西, 奥林匹亚	-50.0%	922,500	1,845,000
2	巴哈马水上冒险乐园, 巴哈马, 天堂岛	-72.8%	494,000	1,813,000
3	HOT PARK RIO QUENTE水上乐园, 巴西, 卡尔达斯	-50.0%	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	-86.5%	121,000	894,000
5	海滩公园, 巴西, 阿基拉斯	-65.0%	312,000	890,000
6	PISCILAGO水上乐园, 美国, 纽约州, 卡尔弗顿	-65.0%	307,000	876,000
7	魔术城水上乐园, 巴西, 苏萨诺	-47.9%	355,000	681,000
8	THERMAS WATER PARK, 巴西, 圣保罗	-50.9%	315,000	641,000
9	HOTA BEACH水上乐园, 巴西, 奥林匹亚	-60.0%	243,200	608,000
10	PARQUE ACUATICO EL ROLLO乐园, 墨西哥, 莫雷洛斯	-60.0%	210,000	525,000
<b>2020年拉美排名前10位水上乐园总游客量</b>			<b>4,014,200</b>	<b>10,242,000</b>
<b>2019-2020年拉美排名前10位水上乐园总游客量增长率</b>			<b>-60.8%</b>	<b>4,014,200</b> / <b>10,242,000</b>

© 2020 TEA / AECOM

2020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2020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—24.9%
- -25%—49.9%
- 50%—74.9%
- >-75%

饼图代表入榜水上乐园的游客量规模。图中各扇形上数字表示该水上乐园排名，扇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入榜水上乐园对比。

**-60.8%**

2019-20年拉美排名前10位水上乐园游客量增长率

**400万**

2020年拉美排名前10位水上乐园游客量

**1,020万**

2019年拉美排名前10位水上乐园游客量

## 受阻挠的 增长之路

2020年，受闭园停业、法规和管制等因素的影响，亚洲各地乐园和景点的游客数量大幅下滑。他们具体遭受影响的程度则取决于该国或该地区受到第一波新冠疫情袭击的时间、被封城及关停的时间点及持续时长、旅游限制、疫苗接种率和其他控制措施，以及区位和资产性质等因素。



**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

# 亚太区



长隆海洋科学乐园效果图  
毗邻珠海长隆海洋王国，作为中国珠海长隆国际海洋旅游度假区的  
第二门户乐园，预计将于2021年开业。

© 长隆集团



## 亚洲的主题公园与水上乐园

在2020年重新开放之后，各主题公园复苏的程度也不尽相同，这取决于很多因素的影响，包括项目区位、运营季节、特价营销、旅游模式和设施类型等。至2021年第三季度本文撰稿之际，新冠病毒的新变种也带来了新的挑战。

2020年，亚太地区排名前20位的主题公园游客量总体下滑58%。中国受到的影响则与亚洲其他地区不同。

中国在疫情爆发之初就采取了管制和闭园等措施。尽管如此，疫情期间仍有新的乐园和景点相继开业，虽然开业时间稍有延迟。中国总共新增了近20个乐园，其中最负盛名

的是2021年9月盛大开幕的北京环球影城。华侨城和华强方特都开设了新的乐园，而长隆欢乐世界则扩大了规模。香港海洋公园开设了全年开放的新水上乐园-海洋公园水上乐园。2021年3月日本环球影城在日本大阪推出了超级任天堂世界。与此同时，不少新项目也在建设中，围绕新项目的讨论也不绝于耳。未来趋势是多功能混合：小型景点的集群式发展，该模式比建设一个大型公园融资门槛更低。

与国际同行一样，亚洲的乐园开始关注技术，以适应疫情形势下的运营和游客服务。此前长期依赖第三方预订平台的运营商们主动升级了自己的系统和网站，

使其能够直接为游客提供服务，同时更好地掌控门票销售和数据收集，进而提升其盈利能力。

## 中国

如前文所述，我们的研究显示，由于关停或限容政策，除少数个例外，中国的大多数乐园2020年的游客量均大幅下滑。在此期间，不仅国际旅游陷入停滞，国内旅游（跨省）也同样被禁止。因此，尽管中国人口基数庞大，即使是在恢复开放之后，大部分主题公园和水上乐园能够辐射和吸引的游客数量相较以往都大幅下降。

中国的公园在2020年1月下旬经历了第一波闭园潮，并随着国内形势逐步恢复如常（除

国际旅游），在3月下旬以约三分之一的游客容量重新开放。国内的航空和高铁运力约达到往年水平的90%，由于人们青睐开放环境的户外活动，户外风景区和公园表现良好。

“

**中国在疫情期间新增了近20个主题公园。**



上海迪士尼乐园，中国上海  
© 迪士尼

## 主要运营商

部分乐园能够保持较高的入园人数，有赖于他们已有的居民市场规模。在这些运营商中最突出的是央企华侨城集团，该集团在20多个城市中的37个乐园总体跌幅仅为14%。华侨城采取了大量的营销活动来鼓励游客到访旗下主题景点，并通过提供大幅折扣来吸引游客。即使在2020年，华侨城仍在进行扩建和增建，包括在南京新建的欢乐谷主题公园，在南京、顺德、襄阳三地新建的水上乐园，以及包括“顺德眼”摩天轮在内的一些小型景点。

华强方特以在地文化和历史为主题，主要面向包含学校团体在内的本地游客。2020年，方特旗下的26个乐园的游客量跌

幅在10%-60%之间不等，集团游客量总体仅下滑20%。在2019-2020年度，有些乐园仅有部分时间开放，有些甚至完全关停。尽管如此，2020年方特仍在绵阳开设了新的东方神画主题乐园。最近，位于荆州的东方神画主题乐园还凭借其大型演艺剧目“屈原”荣获西娅奖 (Thea Award)，这是方特获得的第二个西娅奖项。

与其他连锁运营品牌相比，长隆集团对较远程旅游市场的依赖性更强，同时由于拥有许多室内表演，这均导致2020年长隆集团旗下的乐园游客量跌幅明显，总体下降了59%。广州长隆欢乐世界作为长隆集团中最具本土特色的代表，2020年度为集团贡献收益最多，并在2020年开设了新的演艺项目和主题园区。



中国荆州的东方神画主题乐园中的演艺剧目“屈原”，最近荣获TEA颁布的西娅奖  
© 方特东方神画主题乐园



爱宝乐园，韩国京畿道  
© 爱宝乐园

迪士尼作为世界领先的主题公园运营商，对未来表现出乐观的态度。上海迪士尼度假区在2021年举行了其五周年庆典，并宣布将再次提高门票价格，计划将于2022年1月开始生效，这是自2016年乐园开业以来的第三次提价。

此次提价和规划扩建中的疯狂动物城主题园区，反映出迪士尼集团对其在华业务的信心，以及保持客单价增长的战略思路。香港迪士尼乐园新的冰雪奇缘主题园区亦正在开发中。

## 展望未来

即使在疫情期间，中国的旅游业也随着中国迈向全球领先地位而不断发展壮大。一些陈旧的主题公园由于土地租约（一般为40年）即将到期而开始关闭或搬迁。这些主题公园原本建在城市郊区，伴随着城市扩张，其周边土地价值大幅升高，推动其迁往城郊进行再开发。在此过程中，中国的主题公园得以有大量机会结合最新技术来升级其游玩体验，包括用虚拟骑乘技术来优化排队体验、提升VIP体验与园区整体运营等。

通过门票打折来提升游客量是一种短期策略。长远来看，主题公园要获得成功需提供高质量的体验内容，使客人停留时间更长，花费更多，与他人分享经历，并多次重游。在当前疫情形势下，人们的出行次数受到限制，不会草率决定前往主题公园。人们的确期望外出，与朋友和家人相聚，享受户外的时光，但他们想要高质量的产品。因此品质更高的主题公园价格更坚挺，客单价有望恢复得更快。

由于出行受限，北京环球影城度假区需从首都地区约2,000万人口中吸引首批游客。而夏季市场(受疫情影响)波动较大，而北京的冬天又相当寒冷，因此很可能在2022年才能迎来游客量的突破性增长。如果北京环球影城度假区能够在冬季运营上树立成功的典范，将对整个北方地区的主题公园市场产生巨大影响。

即便如此，北京环球影城度假区的开业和上海迪士尼度假区的持续扩张，都将推动行业上行发展。他们着力提升技术和媒体的应用水平，强化中国乃至亚洲公园的高品质休闲娱乐发展理念，引领业内其他主题公园和景点学习效仿。许多运营商已跟进趋势对其运营项目进行大幅升级。北京环球影城作为世界首个获得LEED认证的主题公园为业界树立了典范。伴随着中国不断推进减少温室气体及碳排放，我们将看到主题公园在这个方向上更多的创新，向节能减排的可持续发展方向迈进。

“

**即使是疫情蔓延期间，  
伴随着国家走向  
世界引领地位的步伐，  
中国的主题公园行业  
仍在不断发展壮大。**

日本

东京的两个迪士尼主题公园于2020年2月关停，直至7月才得以重新有限度开放，因而当年的游客量锐减80%。同样，位于日本大阪的环球影城于6月重新开放，略早于日本迪士尼的重新开放时间，2020年的游客量跌幅相对较小，为66%；备受期待的超级任天堂世界也已于2021年3月开幕。

韩国

韩国的主题公园受疫情冲击较早，经历了开业和关停的多次反复。爱宝乐园和乐天世界的游客量分别下跌58%及74%。得益于更多的户外体验以及更接近于度假目的地，爱宝乐园的业绩表现相对较好，而乐天世界则是一个更为都市化的室内乐园。

东南亚

东南亚地区气候温暖，主题公园的营业季节往往更长，因此在2020年公园重新开放后有更多的时间弥补客流减少的损失，平均游客量跌幅为40-50%。然而由于该地区的新病毒感染率高、疫苗接种率低，东南亚的公园在2021年的表现不容乐观。



香港海洋公园，香港特别行政区  
© Lee Yiu Tung | Shutterstock

**5,950万**

2020年亚太区排名前20位  
主题公园游客量

**1.413亿**

2019年亚太区排名前20位  
主题公园游客量

## 水上乐园

对于亚洲区的水上乐园而言，其2020年游客量表现主要取决于它是否有条件在夏季开放。

中国的水上乐园在5月下旬获准开放，尽管容量受限，还要解决游客高度关注的卫生防疫问题，但基本保障了整个夏季的开园营业。三亚的亚特兰蒂斯水上乐园是唯一没有损失游客量的水上乐园，它的区位和客源特征都成为其优势，其所在地是一个岛屿，因此能够更好地防控疫情，同时作为一个成熟的度假目的地，亚特兰蒂斯水上乐园吸引了大批无法出国旅行的中国富裕阶层游客，另外门票的折扣也相当诱人。总的来说，当市场开始复苏时，富裕人群会最先

恢复出行，造成中高端市场有可能恢复得更快，这一点在邮轮行业亦得到一定的印证。

位于中国哈尔滨的波塞冬沙滩水世界以室内戏水设施及游乐活动为主，游客量整体下跌了67%。疫情之中水上乐园若能拥有更多户外体验，一般而言表现更佳。

2020年澳大利亚在遏制疫情方面做得很好，由于其季节性周期，天气转暖时水上乐园并未受到过度的影响，尤其是在黄金海岸地区。然而，2021年由于疫情反复，他们也面临了新的管制和挑战。



“

尽管容量受限的同时  
还要解决游客高度关注的  
卫生防疫问题，五月底获准  
开放的中国水上乐园  
仍基本保障了整个夏季  
的开园营业。

中华恐龙园, 中国常州  
© 中华恐龙园

1,110万

2020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

## 适应与提升改进

中国的水上乐园正在尝试各种新策略和新方法来谋求在新常态下的更好表现，这值得所有水上乐园运营商参考借鉴。

疫情加速了纸质票务向电子票务的过渡演进。游客现在可通过微信小程序进行预约及购票。部分水上乐园通过采用人脸识别技术，使游客在入园、游玩和购物时无须携带钱包和手机。

我们还注意到，2021年一些水上乐园通过提前开放来拉长营业季的周期（原本为6月份，提前至4月份）。然而新出现的德尔塔变种病毒在仲夏传入中国，限制了国内的跨省旅行，因此这一举措的效果也受到了影响。

另外，中国政府正大力推动“夜间经济”来刺激国内消费。许多景点在今年增加了夜间活动，其中包括通常会规避夜间运营的水上乐园。华侨城位于顺德的全新水上乐园成功通过夜间折扣门票，吸引了相当于当日四分之三的游客，使他们在炎热的华南也能避开日晒尽情玩水。一些水上乐园正尝试将电音节这项广受中国年轻人追捧的活动纳入到夜间运营中。而在凉爽不适合下水的季节，更有富创意的水上乐园在漂流河中放置船只供游客划船，同时用灯光进行氛围烘托，营造创意视觉景观以引发社交媒体传播。

为了更充分地在全年利用其空间，许多水上乐园已经开始探索举办季节性活动的可能，



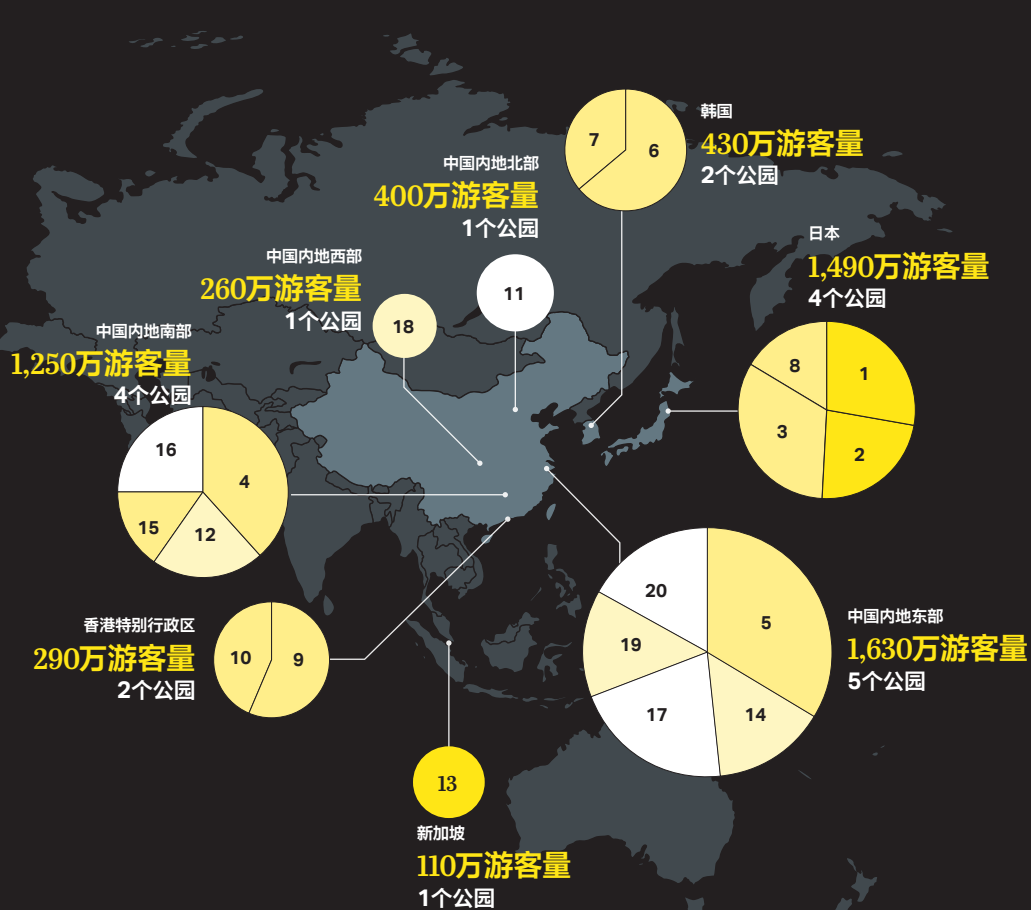
如秋天的万圣节、冬天的冰雪节、中国传统新年的灯会等。

为了迎合日益增长的周边游、微度假需求，新一波的度假区开始考虑以中小型精品、室内或室外水上乐园作为区内的主要游乐配套，并与住宿产品进行捆绑经营。这一趋势前几年已有苗头，恰好与当前疫情期间的市场需求吻合，我们期待未来能看到更多令人瞩目的行业发展。

“

**中国政府正在推动“夜间经济”的发展，以刺激国内旅游需求。许多景点在今年增加了夜间活动，其中包括通常会规避夜间运营的水上乐园。**

# 亚太地区排名前20位 娱乐/主题公园



2019年排名	公园, 所在国家(地区)和城市	变化%	2020年游客量	2019年游客量	
1	东京迪士尼乐园, 日本, 东京	-76.8%	4,160,000	17,910,000	
2	东京迪士尼海洋公园, 日本, 东京	-76.8%	3,400,000	14,650,000	
3	日本环球影城, 日本, 大阪	-66.2%	4,901,000	14,500,000	
4	长隆海洋王国, 珠海横琴湾	-59.1%	4,797,000	11,736,000	
5	上海迪士尼乐园, 上海	-50.9%	5,500,000	11,210,000	
6	爱宝乐园, 韩国, 京畿道	-58.2%	2,760,000	6,606,000	
7	乐天世界, 韩国, 首尔	-73.8%	1,560,000	5,953,000	
8	长岛温泉乐园, 日本, 三重县桑名市	-59.7%	2,400,000	5,950,000	
9	海洋公园, 香港特别行政区	-61.4%	2,200,000	5,700,000	
10	香港迪士尼乐园, 香港特别行政区	-70.1%	1,700,000	5,695,000	
11	欢乐谷, 北京	-23.4%	3,950,000	5,160,000	
12	长隆欢乐世界, 广州	-45.3%	2,681,000	4,905,000	
13	新加坡环球影城, 新加坡	-75.6%	1,098,000	4,500,000	
14	中华恐龙园, 常州	-46.4%	2,375,000	4,434,000	
15	世界之窗, 深圳	-52.6%	1,890,000	3,990,000	
16	欢乐谷, 深圳	-21.6%	3,120,000	3,980,000	
17	郑州方特欢乐世界, 郑州	-10.9%	3,421,000	3,840,000	
18	欢乐谷, 成都	-26.8%	2,620,000	3,580,000	
19	宁波方特东方神画, 宁波	-36.9%	2,257,000	3,575,000	
20	欢乐谷, 上海	-19.5%	2,730,000	3,390,000	
<b>2020年亚太排名前20位主题公园总游客量</b>			<b>59,520,000</b>	<b>141,264,000</b>	
<b>2019-2020年亚太排名前20位主题公园总游客量</b>			<b>-57.9%</b>	<b>59,520,000</b>	<b>141,264,000</b>

© 2020 TEA / AECOM

2020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2020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—24.9%
- -25%—49.9%
- 50%—74.9%
- >-75%

饼图代表入选主题公园的游客量规模。图中各扇形上数字表示该公园排名，扇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入选主题公园对比。

**-57.9%**

2019-20年亚太区排名前20位娱乐/主题公园游客量增长率

**5,950万**

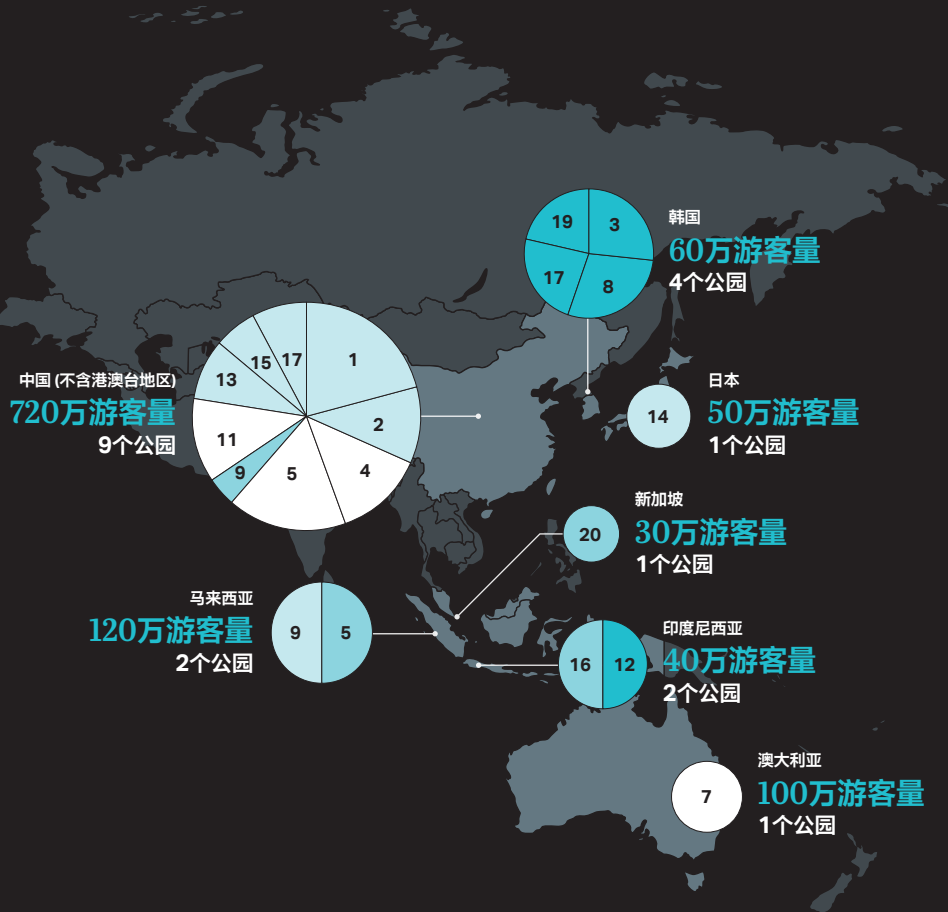
2020年亚太区排名前20位娱乐/主题公园游客量

**1.413亿**

2019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



2020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2020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—24.9%
- -25%—49.9%
- 50%—74.9%
- >-75%

饼图代表入榜水上乐园的游客量规模。图中各扇形上数字表示该水上乐园排名，扇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入榜水上乐园对比。

2019 排名	公园, 所在国家 (地区) 和城市	变化%	2020年 游客量	2019年 游客量
1	长隆水上乐园, 广州	-49.8%	1,512,000	3,014,000
2	芜湖方特水上乐园, 芜湖	-42.8%	770,800	1,348,000
3	加勒比海湾水上乐园, 韩国, 京畿道	-87.4%	168,000	1,333,000
4	玛雅水上乐园, 武汉	-23.1%	930,000	1,210,000
5	亚特兰蒂斯水世界, 三亚	0.0%	1,200,000	1,200,000
	双威水上乐园, 马来西亚, 吉隆坡	-50.0%	600,000	1,200,000
7	狂野水世界, 澳大利亚, 黄金海岸	-15.0%	952,000	1,120,000
8	海洋世界, 韩国, 江原道	-83.2%	180,000	1,071,000
9	波塞冬沙滩水世界, 哈尔滨	-67.3%	299,600	916,700
	双威迷失水世界, 马来西亚, 霹靂州	-40.0%	600,000	1,000,000
11	玛雅水上乐园, 上海	-11.3%	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	-75.8%	220,000	910,000
13	郑州方特水上乐园, 郑州	-31.2%	622,300	905,000
14	夏日乐园水上世界, 日本, 东京	-47.7%	454,000	868,000
15	厦门方特水上乐园, 厦门	-46.9%	442,000	832,000
16	丛林探险水上乐园, 印度尼西亚, 茂物	-74.5%	200,000	785,000
17	玛雅水上乐园, 天津	-26.7%	550,000	750,000
	熊津蒲蕾乐园, 韩国, 京畿道	-80.5%	146,000	750,000
19	乐天水上乐园, 韩国, 金海	-82.1%	132,800	740,000
20	水上探险乐园, 新加坡	-57.7%	300,000	710,000
<b>2020年亚太地区排名前20位水上乐园总游客量</b>			<b>11,139,500</b>	<b>21,632,700</b>
<b>2019-2020年亚太地区排名前20位水上乐园总游客量增长率</b>			<b>-48.5%</b>	<b>11,139,500</b>
			<b>2,160万</b>	<b>21,632,700</b>

© 2020 TEA / AECOM

**-48.5%**

2019-20年亚太区排名前20位水上乐园游客量增长率

**1,110万**

2020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

# 欧洲 / 中东 / 非洲区

## 欧洲的区域优势

2020年，在欧洲、中东及非洲地区，区域排名前20位的主题公园总游客量下降了66%，排名前10位的水上乐园总游客量下降了61%。

西班牙的乐园游客量减少80%，然而荷兰的艾夫特琳主题公园游客量仅下降45%。

与世界其他地区类似，游客量的影响因素除了国际旅游外还包括其他一系列因素，例如新冠病毒在特定国家传播蔓延的时间及方式、乐园营运季节、乐园关闭的天数、实施的限制措施、主题公园类型，以及人们对身处人员密集场所的担忧程度等。早期意大利、英国和西班牙的疫情较为严峻，而后在下半年，德国和荷兰亦遭受疫情冲击，使各国的乐园在夏季旺季时主要为国内市场提供服务。



**Jodie Lock**

AECOM 亚太区和欧洲 / 中东 / 非洲区经济规划副总监



总体来说，该区域市场在2020年疫情期间表现相对较好，并有望比其他市场恢复得更快，主要因为欧洲的公园偏向区域型市场。这些公园大部分建于30-50年前，项目落位距离市中心有一定的距离，一般需驾车前往。

很多公园充分利用闭园停业的时间，引入新的设施及服务、进行园区扩建与提升，为恢复运营做充分准备。

2020年世界博览会原计划于迪拜举办，这也是世博会首次在中东地区举办。疫情蔓延导致世博会日程被迫推迟至2021年10月1日举办。此次世博会将保留“2020年迪拜世博会”的活动名称，展会计划开放6个月至2022年3月31日结束。

2,220万

2020年欧洲/中东/非洲区排名前20位娱乐/主题乐园的游客量

6,450万

2019年欧洲/中东/非洲区排名前20位娱乐/主题乐园的游客量



华纳的女性角色，华纳兄弟世界，阿联酋阿布扎比  
© 华纳兄弟



艾夫特琳主题公园Max & Moritz家庭过山车  
© 艾夫特琳主题公园

## 区内各地情况

艾夫特琳主题公园很幸运，在旅行禁令期间凭借较为坚实的本地游客基础，在2020年共营业268天，游客量下降45%。这个荷兰乐园被迫关闭的时间相比其他乐园较短，并且在2020年乐园开放了一个新的游乐设施（以一首著名的德国诗歌为背景的家庭过山车 Max & Moritz），此外乐园还在秋季推出 Aquanura 水上表演，并举办了暖冬韦德 (Warme Winter Weide) 冬季花园活动。在2020年，该乐园还借机为其网站访问者提供乐园延续体验活动，如在花季通过无人机视角俯瞰乐园全景以及穿越童话森林的虚拟云游之旅。乐园在2021年6月迎来69周年纪念，而园区“艾夫特琳世界2030”发展计划最近已获得政府的批准，目前正在有序进行。

作为一个拥有三大主题娱乐景点及多个酒店的度假区，西班牙冒险港乐园在2020年仅开放了

101天（闭园长达264天），同时无法开放水上乐园，导致2020年的游客量减少80%。这是由于加泰罗尼亚实行严格的疫情管控举措并限制省际人员流动，导致国内旅游发展受限。目前，园区的运营商正推进其中一间酒店的扩建计划，并凭借“芝麻街：街头使命”景点获得了年度西娅Thea奖 (Thea Award)。

在法国，过早闭园停业导致迪士尼乐园在能为其带来丰厚利润的春夏假期无法正常营业，而随后的万圣节、圣诞节等季节性庆祝活动的举办也受到影响。乐园全年共关闭198天，自3月中旬起开始关闭直至7月底，随后10月下旬至新年期间又再次被迫关闭。作为欧洲为数不多的IP乐园之一，巴黎迪士尼乐园十分依赖国际游客，因此，相比欧洲大多数主题乐园，国际旅游的低迷对法国迪士尼乐园的影响更为严重。



加达云霄乐园“小猪佩奇乐园”主题区，意大利  
© 默林娱乐

“

新体验的开发仍在继续，巴黎迪士尼乐园通过新的主题游乐设施‘赛车总动员：公路之旅’重新开放，此后不久，纽约漫威艺术世界酒店及迪士尼少年梦想工厂亦随之开放。

然而，与其他迪士尼乐园一样，新体验的开发仍在继续。新的主题游乐设施“赛车总动员：公路之旅”在巴黎迪士尼乐园重新开园后对公众开放。此后不久，纽约漫威艺术世界酒店及迪士尼少年梦想工厂亦随之开放。



阿斯特克游乐园，法国普伊拉  
© 阿斯特克游乐园



迪士尼乐园 纽约漫威艺术世界酒店，法国巴黎  
© 巴黎迪士尼乐园

位于法国普瓦捷的未来世界主题乐园在2020年开放168天，而以往这间乐园全年营业280天。幸运的是，乐园在这168天里迎来了夏季旺季，因此2020年游客量下降幅度相对较小。为保持乐观积极的态度，未来世界主题乐园保留了“愿景2025”计划。这是一项投资高达3亿欧元的大型增长/转型计划，旨在将乐园打造为拉动地区的经济发展的主力项目。“愿景2025”将扩大未来世界主题乐园在酒店、娱乐和教育领域的投入及服务，计划增加两家酒店、一个水上乐园、三个新景点及一个新的夜间表演项目，同时计划强调绿色建筑的理念。要在新冠疫情危机中实现这一目标，需要员工快速适应远程工作、会议及文件共享。乐园还支持对新冠病毒的研究，在为医疗工作人员提供精神支持方面作出了特别的努力。



冒险乐园，西班牙萨洛  
© 冒险乐园



狂人国主题乐园，西班牙托莱多  
© 狂人国主题乐园

与此同时，默林娱乐还在上海签署了一项合作协议，将于上海建设乐高乐园度假区，同样，四川和广东未来也将建设乐高乐园度假区。

尽管一部分乐高乐园及其度假酒店受益于“宅家度假游客”，但严格的防疫规定、旅行禁令以及封城等举措使默林位于英国的主题公园难以抵挡疫情带来的负面影响。总的来说，在英国，民众对置身拥挤人群的忧虑加剧了疫情对英国主题公园游客量的影响。

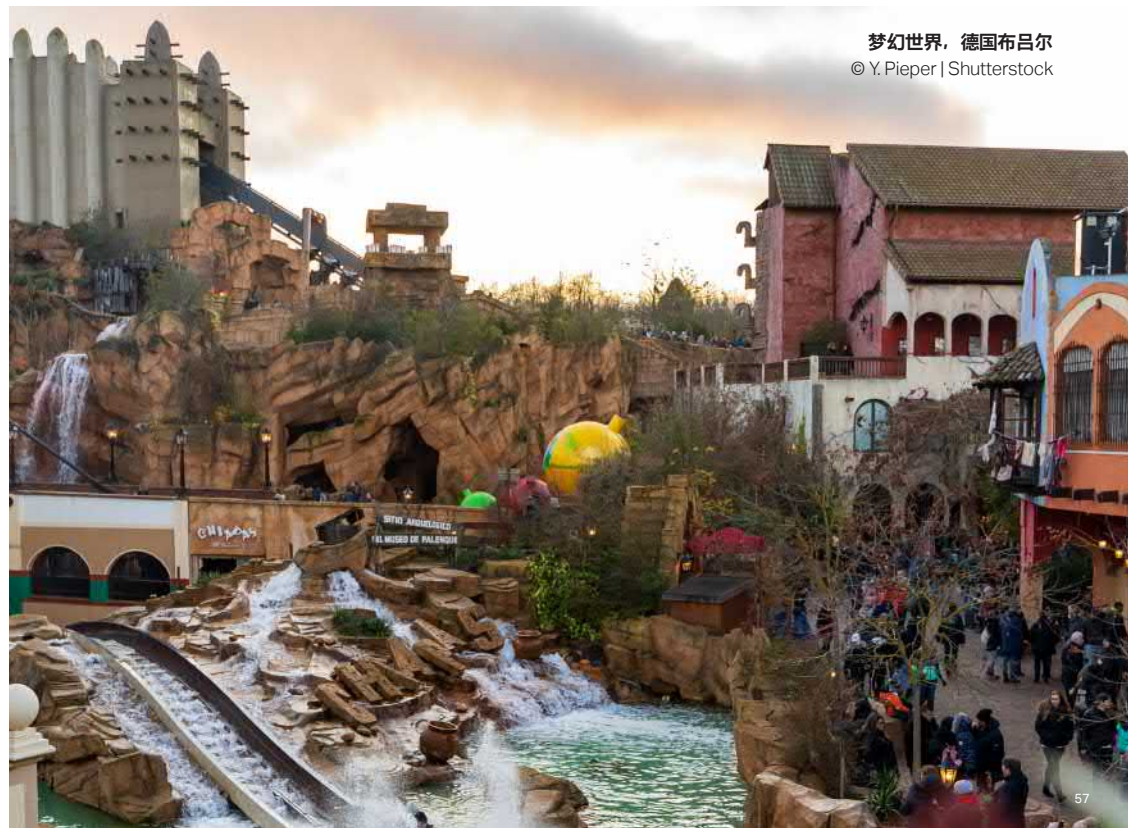
在2020年瑞典所有主题公园强制关闭的情况下，瑞典的里瑟本游乐园在负重前行的同时，亦着眼于未来。游乐园推出了一项扩建计划，包括新建一座拥有457间客房的酒店和室内水上乐园，预计该计划能有效延长其运营期及游客停留时间。扩建项目将于2023-2024年开业。

## 中东及非洲的情况又如何呢？

在2020年，作为英国和德国游客寻求冬季休憩活动的目的地之一，阿联酋是为数不多的在疫情期间仍对这些游客开放的地区。因此，尽管受其他种种因素的影响，当地主题公园的运营表现仍很有可能优于往年。在这一点上，中东地区的主题公园游客量尚未能进入本报告的排行榜。尽管如此，阿联酋拥有多个著名且富有开创性的主题公园和水上乐园，其中包括阿布扎比华纳兄弟主题公园（去年曾荣获Thea奖）、阿布扎比法拉利世界主题公园、阿布扎比亚斯水上乐园和迪拜IMG冒险世界。近年来，围绕2020年迪拜世博会的发展，亦出现了一系列活动。

在非洲大陆，旅游业在2020年经历了许多痛苦与煎熬。截至目前，非洲尚未有乐园能够凭借其游客量在本报告排行榜中争得一席之地，但我们将一如既往地保持对该地区的关注。长期关闭导致南非地区的景点在2020年饱受收入损失及财务困扰，尽管这些景点最终在严格的安全措施下重新开放。例如，约翰内斯堡黄金矿脉城在3月至12月关闭。在德班的乌沙卡海洋世界称，其原本8,000人的游客接待量已缩减至250人。在2020年4月，南非旅游部称“活动与体验”板块的收入下降80%，预订量下降71%。

“**为保持乐观积极的态度，未来世界主题乐园保留了‘愿景2025’计划。这是一项投资高达3亿欧元的大型增长/转型计划，旨在将乐园打造为拉动地区的经济发展的主力项目。**



梦幻世界，德国布吕尔  
© Y. Pieper | Shutterstock

## 水上乐园

我们的研究显示，欧洲、非洲及中东地区的水上乐园在2020年的表现略好于主题公园。在我们研究范围中，游客量最多的水上乐园大多地处北欧及阿联酋。2020年，其年游客量降幅介于61.3%-65.5%。

与其他地区一样，水上乐园对游客市场和居民市场的依赖程度可造成游客量的显著差异。乐园区域性越强，游客量表现则越好。在德国、丹麦和荷兰，拥有大量本地游客的乐园游客量下降介于50%-60%。受影响最严重的是西班牙特内里费岛的暹罗公园，该岛居住人口较少，是热门的国际旅游目的地，深受英国游客欢迎。英国游客占其游客总数的40%（几乎是西班牙本地游客总量的三倍）。



**作为欧洲、非洲及中东地区游客量排名第二的水上乐园，迪拜水上冒险乐园已为未来的远大目标做好准备，期望在2023年底实现接待200万名游客的目标。**

许多景点运营商亦寻求政府援助。无论是否向游客开放，所有公园运营都会产生固定成本。室内水上公园，特别是那些有水疗设施的水上乐园运营成本较高，如德国的Therme Erding水上乐园，需持续在设备维护及温度控制方面进行投入，以维护其绿化树木及水培植物。



迪拜水上冒险乐园，通常是欧洲、非洲及中东地区游客量排名第二的水上乐园。尽管该水上乐园在2020年仅以大约25%的承载量运营，但乐园已为未来的远大目标做好准备，期望在2023年底实现接待200万名游客的目标。乐园的运营商推出了一项几乎是史上规模最大的水上乐园扩建项目，未来将新增5.5公顷的土地用于建设79项游乐设施和一个450米长的滑道、26项水上运动项目以及26个餐饮点，扩建后的乐园总面积达17.5公顷。

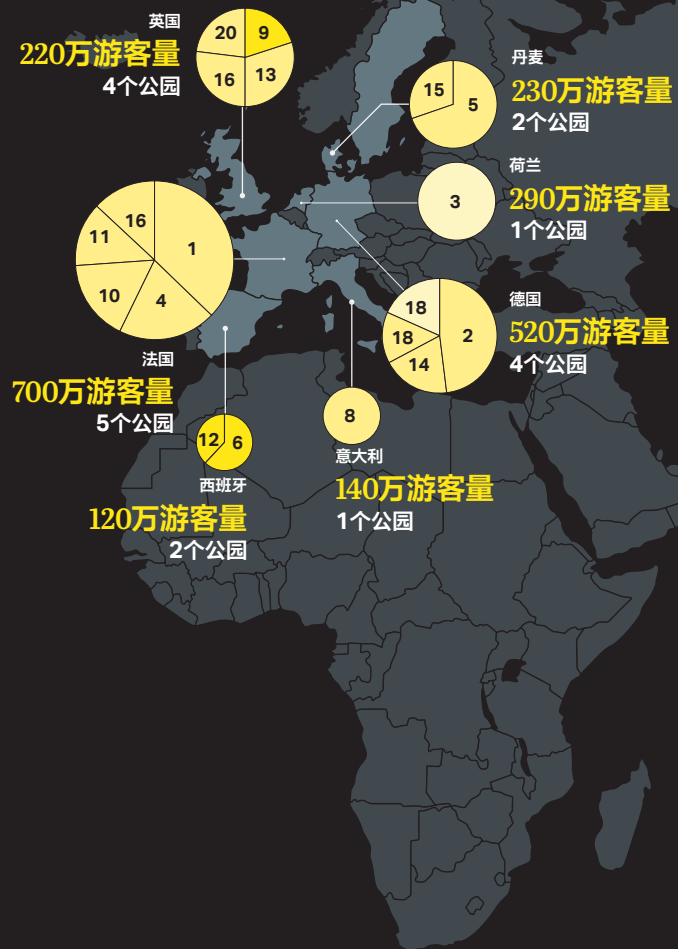
**410万**

2020年欧洲/中东/非洲地区排名前10位水上乐园的游客量

**1,070万**

2019年欧洲/中东/非洲地区排名前10位水上乐园的游客量

# 欧洲/中东/非洲地区排名前20位 娱乐/主题公园



2020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2020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—24.9%
- -25%—49.9%
- 50%—74.9%
- >-75%

饼图代表上榜主题公园的游客量规模。图中各扇形上数字表示该公园排名，扇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	变化%	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	-73.1%	2,620,000	9,745,000
2	欧洲主题公园, 德国, 鲁斯特	-56.5%	2,500,000	5,750,000
3	艾夫特琳主题公园, 荷兰, 卡茨赫佛尔	-44.9%	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	-73.1%	1,410,000	5,245,000
5	趣伏里主题公园, 丹麦, 哥本哈根	-64.5%	1,628,000	4,581,000
6	冒险港乐园, 西班牙, 萨洛	-81.3%	700,000	3,750,000
7	里瑟本游乐园, 瑞典, 哥德堡	-	-	2,950,000
8	加达云霄乐园, 意大利, 维罗纳省	-53.8%	1,350,000	2,920,000
9	温莎乐高世界, 英国, 温莎	-81.5%	450,000	2,430,000
10	阿斯特克游乐园, 法国, 普拉伊	-50.0%	1,163,000	2,326,000
11	狂人国, 法国, 莱瑟佩瑟	-60.0%	923,000	2,308,000
12	华纳公园, 西班牙, 马德里	-79.8%	450,000	2,232,000
13	奥尔顿塔主题公园, 英国, 斯塔福德	-68.5%	670,000	2,130,000
14	梦幻世界, 德国, 布吕尔	-51.2%	1,000,000	2,050,000
15	比隆乐高乐园, 丹麦, 比隆	-64.1%	700,000	1,950,000
16	索普公园, 英国, 彻特西	-68.4%	600,000	1,900,000
	未来世界主题乐园, 法国, 若奈克朗	-52.6%	900,000	1,900,000
18	德国乐高乐园, 德国, 金茨堡	-55.9%	750,000	1,700,000
	海德公园, 德国, 索尔陶	-44.1%	950,000	1,700,000
20	切辛顿世界历险主题公园, 英国, 切辛顿	-69.8%	510,000	1,690,000
2020年欧洲 / 中东 / 非洲地区排名前20位主题公园总游客量			22,174,300	64,517,000
2019-2020年欧洲 / 中东 / 非洲地区排名前20位主题公园总游客量增长率			-65.6%	22,174,300 64,517,000

© 2020 TEA / AECOM

**-65.6%**

2019-20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

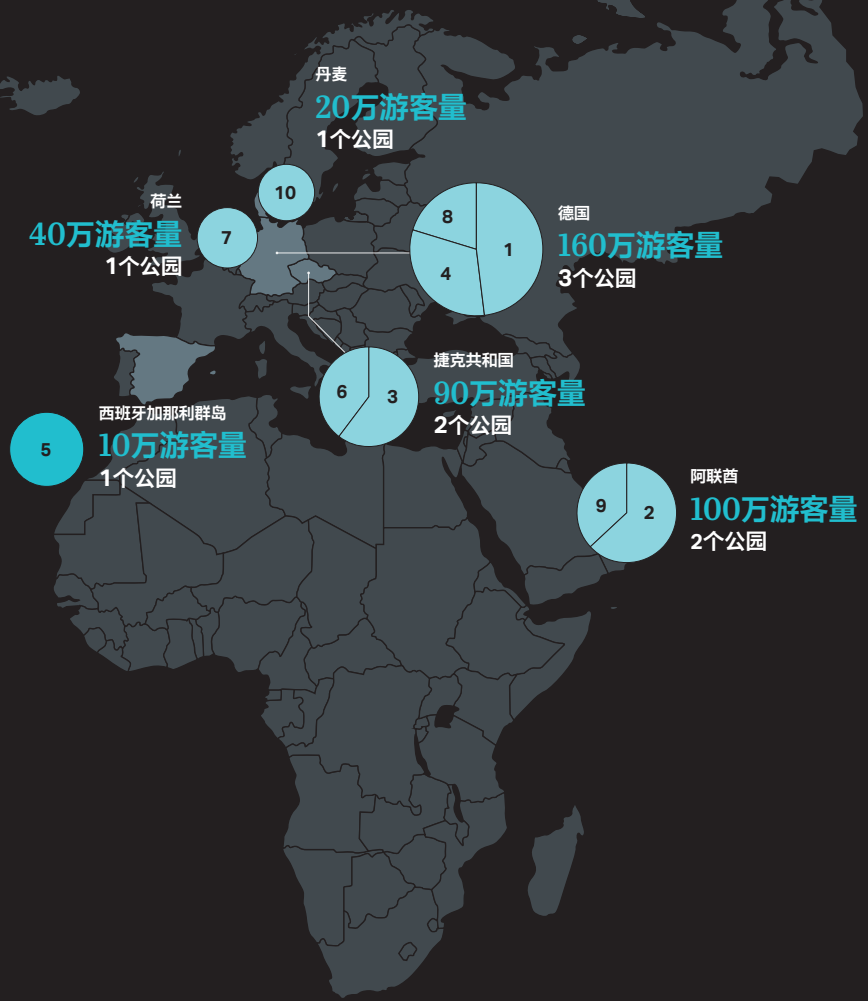
**2,220万**

2020年欧洲/中东/非洲地区排名前20位娱乐/主题公园的游客量

**6,450万**

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



2019	排名	公园, 所在国家(地区)和城市	变化%	2020年游客量	2019年游客量
1	1	THERME ERDING水上乐园, 德国, 埃尔丁	-59.5%	750,000	1,850,000
2	2	水上冒险乐园, 阿联酋, 迪拜	-54.6%	600,000	1,322,000
3	3	AQUAPALACE水上乐园, 捷克, 布拉格	-58.7%	537,000	1,300,000
4	4	热带岛屿水上乐园, 德国, 克劳斯尼克	-60.0%	493,000	1,233,000
5	5	暹罗公园, 西班牙, 圣克鲁斯特内里费岛	-91.9%	97,000	1,200,000
6	6	摩拉维亚水上乐园, 捷克, 帕索尔维基	-54.3%	368,000	806,000
7	7	TIKI POOL, 荷兰, 杜恩瑞尔	-51.3%	390,000	800,000
8	8	NETTEBAD水上乐园, 德国, 奥斯纳布吕克	-58.9%	311,000	756,000
9	9	疯狂河道水上乐园, 阿联酋, 迪拜	-52.7%	350,000	740,000
10	10	拉兰迪亚水上乐园, 丹麦, 比隆	-64.8%	240,000	682,000
2020年欧洲/中东/非洲地区排名前10位水上乐园总游客量				4,136,000	10,689,000
2019-2020年欧洲/中东/非洲地区排名前10位水上乐园总游客量增长率				-61.3%	4,136,000 10,689,000

© 2020 TEA / AECOM

2020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2020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—24.9%
- -25%—49.9%
- 50%—74.9%
- >-75%

饼图代表入榜水上乐园的游客量规模。图中各扇形上数字表示该水上乐园排名,扇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入榜水上乐园对比。

**-61.3%**

2019-20年欧洲/中东/非洲区排名前10位水上乐园游客量增长率

**410万**

2020年欧洲/中东/非洲区排名前10位水上乐园的游客量

**1,070万**

2019年欧洲/中东/非洲区排名前10位水上乐园的游客量



## 激发创新

2020年博物馆行业的发展可能是所有景点类型中最复杂的。一言以蔽之，新冠疫情对全球蓬勃发展的博物馆行业造成了致命打击。

由于闭馆措施和人流限制，博物馆的参观人数大幅下降。严重的资金压力一度导致一些博物馆通过裁员以节省开支。然而，另一方面，行业也经历了前所未有的创新和增长时期。博物馆在技术、员工培训和观众参与方面进行了大量投资，用以发展丰富多样、包罗万象的虚拟博物馆项目。这是复苏过程中令人倍感欣慰的积极趋势。

# 博物馆



Linda Cheu

AECOM 美洲区  
经济咨询副总裁



芝加哥艺术博物馆, 美国伊利诺伊州芝加哥  
© Kevin Kipper | Shutterstock



临时关闭标识  
史密森尼美国艺术博物馆，美国华盛顿特区  
© David O. Navarro | Shutterstock

## 充满挑战的时代

根据我们的研究，2020年全球排名前20的博物馆参观人数总量比上一年下降了78%。博物馆是受新冠肺炎疫情影响最严重的旅游景点类型之一，尤其是当所在的地区需要应对紧急情况，博物馆会被要求长期关闭，或是由于博物馆多数为室内设施，因而需要执行严格的人员限制及管控措施。博物馆的闭馆措施始于2020年3月，其中一些博物馆被迫关闭长达一年或更长时间，而另一些在开放一段时间后再次被迫关闭。博物馆的运营情况因所在地区的法规、当地条件和设施的性质而各不相同。科学中心、儿童博物馆和其他以实践活动为主的博物馆关闭时间相对更长，那些主要客源以国际游客为主的博物馆受到的影响最大。

自2012年博物馆指数成为本报告的一部分以来，我们每年所追踪的影响博物馆参观人数这一因素在2020年亦不复存在。这一年，旅游业停摆，重磅展览也被迫取消。老年人是许多博物馆的主要客群，但由于他们也是最容易感染病毒的群体，所以在疫情之下老年人群体大幅度减少参观博物馆等休闲活动的参与。近年来，许多博物馆开发以音乐和餐饮为特色的社交活动作为吸引年轻人的主要战略。年轻客群已占到许多博物馆参观人数的10%，然而由于新冠疫情的爆发，大规模集会活动受限，多数博物馆的社交活动也被迫停止。

## 参观人数逐步恢复并呈现增长

尽管行业完全恢复到疫情前的水平预计需要两到三年的时间，尤其是那些依赖国际游客的大型博物馆，但一些博物馆重新开放后的参观人数令人鼓舞，也反映出人们对亲身参观博物馆的需求在疫情期间被严重抑制。各种类型的博物馆都表示，游客人数经常达到饱和状态，特别是在周末，一些场馆不得不拒绝未提前预约参观的游客。事实上，从运营的角度来看，博物馆访客超过最大接待限额，也使博物馆不得不应对人员短缺和招聘方面的压力。



2020年的博物馆参观人数并不能反映场馆规模、展览的受欢迎程度、市场营销活动、市场规模或特别展览等常规因素的影响，而主要反映由新冠疫情导致的异常情况。



加州科学博物馆，美国加利福尼亚州旧金山  
© 加州科学博物馆

在应对新冠疫情的挑战期间，行业显现出了非凡而强韧的生命力。世界各地的博物馆都在积极寻找创新方法，在疫情期间持续践行使命、为社区提供服务。一个又一个的案例表明即使博物馆被迫闭馆、人手不足，他们仍加紧提供线上内容，与传统市场保持联系，甚至尝试扩大观众群，力求解决当下面临的挑战。各个博物馆都在努力寻找出路，为今后的生存与发展提前做准备。事实上，在新冠疫情的高峰期，许多地区的各类景点都关闭了，而作为肩负使命的景点，博物馆往往是最活跃的。

## 2020年研究方法的调整

本年度报告列示的2020年博物馆游客量表格中的场馆顺序并非2020年各博物馆游客量的排名，而是延续2019年的博物馆排名用作本次报告的列示顺序。2020年的博物馆参观人数并不能反映场馆规模、展览的受欢迎程度、市场营销活动、市场规模或特别展览等常规因素的影响，而主要反映由新冠疫情导致的异常情况。我们将在下一年度的博物馆指数（2021年博物馆报告）中回归原有的排名体系。随着行业开始逐步复苏，各博物馆的排名将不可避免地出现一些波动，同时也会有一些新开业的博物馆被纳入研究范围。今年，我们记录了2019年排名前20的博物馆在2020年的参观人数，旨在反映疫情对行业的巨大冲击，并为后续讲述2021年及以后行业复苏的历程提供数据基础。



泰特现代美术馆，英国伦敦  
© Kamira | Shutterstock



梵蒂冈博物馆，梵蒂冈  
© Easy Camera | Shutterstock

## 游客几近消失的欧洲

2020年随着新冠疫情席卷欧洲，各国边境关闭和其他限制性防疫措施使欧洲各地的旅游业陷入停滞，博物馆的夏季客源几近消失。强制关闭措施使博物馆的年运营时间平均缩短了112天。欧洲地区排名前20的博物馆的总参观人数减少76%，该数字直观地反映出疫情对行业的冲击。博物馆行业的复苏在很大程度上依赖于国际旅行的恢复，预计2024年或2025年欧洲、中东及非洲地区的博物馆的参观人数才能恢复到新冠疫情之前的水平；相比之下，区域型博物馆将恢复得更快。

巴黎卢浮宫一贯位居排行榜榜首，今年它继续保持2020年参观人数最多的博物馆

地位。这要归功于其有史以来最热门的展览：列奥纳多·达芬奇（2019年10月24日 - 2020年2月24日），该展览在展出期间平均每天吸引10,000人次观展。由于2020年早期的列奥纳多展，卢浮宫博物馆2020年的参观人数仅下降72%，该数字远低于预期水平。在过去的几年里，国际游客占法国博物馆参观人数的70%，但由于新冠肺炎疫情的影响，2020年抵达巴黎的游客人数降至2019年的5%。

在伦敦，泰特现代美术馆闭馆173天，导致2020年的参观人数仅为143万，较上年减少77%。英国参观人数最多的博物馆——伦敦大英博物馆，全年闭馆209天，年参观人数仅128万人次，较2019年下降80%。以往，英国博物馆的参观人群的四分之三以上是国际游客，疫情期间国际游客的减少对英国博物馆行业造成巨大的冲击。

意大利和西班牙的顶级博物馆在很大程度上依赖于国际旅游业，而这些国家在2020年新冠疫情期间中率先实施封锁。意大利的博物馆业也是欧洲地区受疫情影响最严重的博物馆市场。在所有欧洲博物馆中，梵蒂冈博物馆的参观人数下降幅度最大。

中东和非洲的博物馆在新冠疫情的影响下并非毫发无损。游客的减少和对室内文娱设施的限制性措施对博物馆造成了一定的影响。这与当地的主题公园和水上乐园形成鲜明对比，主题公园和水上乐园备受寻求温暖气候环境下的户外体验的欧洲游客的追捧。放眼未来，阿联酋承诺在未来五年投资60亿美元发展创意和文化产业，昭示着该地区的行业发展将迎来关键时刻。

此项投资将依托包括阿布扎比卢浮宫在内的萨迪亚特文化区和亚斯创意中心等重大项目的发展势头，为即将建成的扎耶德国家博物馆和阿布扎比古根海姆博物馆的发展提供大力支持。

“  
**世界各地的博物馆都在积极寻找创新方法，在疫情期间持续践行使命、为社区提供服务。**



卢浮宫博物馆，法国巴黎  
凌晨4点的达芬奇主题展，展览结束前的三晚  
© Balkis Press



科学工业博物馆，美国伊利诺伊州芝加哥  
漫威：超级英雄宇宙神奇博士的镜像空间  
© Christine Mitchell

## 北美地区

我们的研究表明，2020年北美排名前20的博物馆总参观人数较上年减少81%。大多数博物馆从2020年3月起关闭超过一年。一些博物馆在2020年春季或夏季短暂地重新开放，但在秋季又再次关闭，而后在2021年春季疫苗向公众推出后重新开放。

博物馆的参观人数很大程度上取决于博物馆关闭的时长、人流限制规定以及居民或游客为主导的客源构成。位于大城市、以国际游客为主的博物馆受到的疫情影响尤其严重。此外，疫情期间由于人们倾向于寻求人口密度较低的环境，城市地区的常住人口也有所减少，因此这些博物馆面临的市场情况更加复杂。

例如，许多重度依赖国内和国际游客的史密森尼博物馆在2020年约有三分之二的时间被强制关闭，其中一些博物馆在2020年仅开放约120天。这导致参观人数的急剧下降，降幅介于80%到90%之间。加州的博物馆在严格的防疫政策中挣扎；大多数情况下，博物馆在2020年的开放天数在70到120天之间，参观人数有明显的减少。



在许多情况下，由于对旅游市场的依赖较低，以及防疫措施的限制条件相对宽松，位于主要城市地区以外的中型博物馆的参观人数在与往年相比的基础上表现较好。例如，丹佛自然科学博物馆2020年共接待991,000名参观者，较上年相比参观人数仅下降33%，是北美地区博物馆排行榜前20名中同比降幅最低的博物馆，以及能够在2020年开放100天（其他前20名中的大多数博物馆的关闭时长在200至280天之间，这主要得益于博物馆坚实的居民市场基础）。

在2020年，参观人数的下降使博物馆收入减少，虽然这也因博物馆的资金来源构成不同而存在差异。在2007年至2009年的经济大萧条期间，博物馆的捐赠和基金会收入大幅下降，但其收入相比之下更为稳定，因为彼时的博物馆充当了昂贵度假产品的替代品。在2020年，拥有大量捐赠藏品和慈善捐助收入的博

物馆相比纯粹依赖经营收入的博物馆，在应对风险时受到的冲击相对较小。公营的博物馆通常有能力留住员工、避免裁员和强制休假。在强制闭馆时间较短、人流限制相对宽松的地区，博物馆能够利用疫情期间发放的救济资金帮助他们在被迫关闭期间维持经营。

“

**2021年春季重新开放后，许多北美的顶级博物馆称由于分时段门票售罄而不得不拒绝未预约的游客。**

## 继续践行使命服务社会

尽管面临这些挑战，北美地区的博物馆做出了非凡的努力来调整经营战略和市场定位，通过利用现有资源，推出一系列强大的虚拟项目，包括从夏令营到社交活动再到科学实验，持续地服务观众并履行各自的使命。

2021年春季重新开放后，许多北美的顶级博物馆称由于分时段门票售罄而不得不拒绝未预约的游客。老年人是许多博物馆的主要游客群体，当他们注射疫苗后，他们将能够重新亲临博物馆参观展览。此外，博物馆也捕获了一部分寻求酒吧和餐饮娱乐替代品的新的年轻群体。许多博物馆在最初停工期间不得不削减员工，随后又发现由于各种劳动力市场因素的影响而难以重新雇佣到员工，由此导致的人员短缺问题使得博物馆的最大访客限额低于当地防疫规定的人流限额要求。

2020年疫情期间北美开设了许多著名的博物馆，包括华盛顿特区的星球文字博物馆 (Planet Word)、新泽西州开普梅的Harriet

Tubman博物馆、科罗拉多斯普林斯的美国奥林匹克和残奥会博物馆以及纳什维尔的国家非裔音乐博物馆等等。今年，艺术团体Meow Wolf在其原址圣达菲“永恒回归之家”成功的基础上开设了两个新场馆，即拉斯维加斯的Omega Mart和丹佛的Convergence Station。

最后，一些重磅展览和巡回展览又将回到我们的视线，如沉浸式梵高巡回展览、旧金山亚洲艺术博物馆的“teamLab: Continuity”、芝加哥科学与工业博物馆的“漫威：超级英雄宇宙”以及渥太华加拿大国家美术馆的“伦勃朗在阿姆斯特丹”展览。



星球文字博物馆，美国华盛顿特区  
声控互动立体模型  
© 星球文字博物馆

## 亚太地区

与世界其他地区类似，亚太地区的博物馆也受到了新冠疫情的严重打击，2020年亚太地区排名前20的博物馆的总参观人数下降72%，该数据表现相对优于其他地区。中国大陆和台湾地区的博物馆访客数量对提升区域整体表现功不可没。亚洲地区的各博物馆闭馆天数的差异较大，2020年，台湾地区凭借其岛屿的地理优势和封关措施一定程度上规避了疫情的影响，其博物馆得以持续开放；而中国大陆的博物馆在2020年期间平均闭馆时间只有30天。尽管国际和国内旅行受限，庞大的人口基数使参观博物馆的游客源源不绝。然而，新出现的变种病毒可能会影响2021年的情况。

## 中国

中国政府在过去十年一直鼓励发展新建博物馆项目。据估计，在过去五年间，大约每两天就有一个新博物馆开馆。截至2020年底，中国的博物馆总数接近6,000家。

在这种激进的博物馆开发热潮的早期阶段，人们非常重视建筑形态和外观设计。这通常占用了大部分的预算，而用于收藏和展览的预算则相对较少。然而，我们也观察到这种趋势在过去两年发生了变化，博物馆在展品、活动和教育项目方面的品质有了大幅的提升。



现在90%的中国博物馆实行免费入场，这也鼓励了游客的到访。博物馆的提前预订系统早前已经开始实施，因此在新冠疫情之前游客就已经形成提前计划参观博物馆的习惯。

“  
尽管国际和国内旅行受限，庞大的人口基数使参观博物馆的游客源源不绝。”

## 虚拟展览

2020年春，四川三星堆博物馆的主展厅刚刚完成装修。然而，在试开放一天后，由于政府实施防疫措施，博物馆被迫关闭。博物馆转而将整个开幕式和活动变为线上举行的虚拟展览项目。它的在线访问量多达160,000名观众，远高于其在现实中可容纳的访客数量，随后博物馆因在线展览项目而获奖。

中国的许多其他博物馆也通过网站或微信官方账号推出画廊和藏品的虚拟游览项目。

国家自然历史博物馆，美国华盛顿  
© Chip Clark | 史密森尼机构



## 博物馆的 虚拟复兴

新冠疫情导致虚拟博物馆项目的供需呈指数增长。相比于从前亲临现场，虚拟博物馆项目提升了人们在线参与活动的舒适度。在某些情况下，线上虚拟项目已成为博物馆开展学习项目和活动的首选形式，并且可能会在疫情结束之后长期存在；而在其他情况下，线下实地参观体验会再次成为常态。

## 供给需求和获取性

对于虚拟项目的市场需求早在新冠疫情之前就有了快速的发展。在过去的十年间，教育工作者已经在课堂上频繁地使用数字内容。这一趋势受到技术进步和科技成本降低所带来的好处，使受众能够更方便地在家获取和参与教学内容。相较其他类型的博物馆，科学中心通常处于将技术应用于博物馆体验的最前沿。一些国家的大型科学中心已经投资开发数字内容，而现在这一趋势也逐渐辐射到其他类型的博物馆，包括艺术博物馆。超过2,000家博物馆与 Google Arts & Culture 合作，允许用户在线访问他们的藏品和互动内容。

2020年3月，为应对新冠疫情而突然出现的强制居家举措创造了对虚拟项目前所未有的需求。在接下来的几个月中，虚拟项目用户

群体不断扩大，所有细分市场的受众——包括学生、教师、家长以及所有年龄和背景的人——都对虚拟项目更加熟悉，并在技术设备和基础设施上进行了投资，以改善他们的体验。在某些情况下，与现场活动的出席人数相比，线上演讲活动、夏令营和课外活动等虚拟项目的出席人数呈指数增长。例如，加州科学博物馆将其广受欢迎的每周夜生活活动转变为“夜间学校”线上项目，在2020年该项目的观看次数高达近300,000次。同时，他们提供了一个“早餐俱乐部”虚拟项目，博物馆的科学家在该项目中提供关于从鲨鱼到生物多样性再到有毒的鸟类等各种主题的迷你课程。

“

为应对新冠疫情而突然出现的强制居家举措创造了对虚拟项目前所未有的需求。



国家艺术博物馆的艺术对话线上活动，  
美国华盛顿特区  
© 国家艺术博物馆

土著电影和建筑是丹佛自然科学博物馆  
“DMNS On-Demand”虚拟节目的一部分



GATHERING / DAYLIGHT MATERIALS / STRUCTURE

7 Directions  
Architects / Planners

CULTURAL ELEMENTS

Tolowa Dee-ni' Nation

此外，伦敦自然历史博物馆也提供了广泛的数字内容，包括在Google Arts & Culture 上通过360度虚拟导览的神奇动物™自然奇观展览。我们在亚洲也看到了这种趋势。在新冠疫情之前，用户可以通过应用程序、计算机和微信访问“全景故宫”项目。在疫情期间，中国政府鼓励博物馆推广新技术以支持中国文化的传承，100多家博物馆在集中平台上创建了虚拟展览。苏州博物馆通过微信和微博打造了四款线上游戏，用户可以在其中拼装明代家具，也可以通过中国古典绘画元素来创作数字艺术品。

## 双城记 (社会公益性)

虚拟项目的推出扩大了博物馆对受众群体的覆盖，也解决了涉及技术获取及舒适度相关的公平问题。受众群体——从职场妈妈到残疾人，再到行动不便和出行方式选择受限的老年人——都能够在家中访问国际平台上的博物馆节目和内容，这促使在线节目的参与人数呈现指数增长。

然而，人们对数字项目带来的阶层划分和公平问题仍感到忧虑。向虚拟世界的快速过渡突显了某些社会群体在获取线上内容方面所面临的技术挑战，尤其是在虚拟课堂方面，更加强调资源获取的平等性。

## 博物馆使命——讲述历史

博物馆通过创建专题性线上节目继续践行其讲述历史的使命。美国国家历史博物馆推出了一系列新的数字节目——“疫情视角”、“历史时刻”、“青年畅所欲言”等来记录2020年所发生的前所未有的事件。位于圣保罗的圣托马斯大学创建了一个在线博物馆——一个记录乔治·弗洛伊德案和反种族主义街头艺术的数据库。惠特尼美国艺术博物馆的助理馆长 Rujeko Hockley联合Instagram，为“六月节(Juneteenth)”创作了一场关于黑人抗议的在线艺术展览。

博物馆也将讲述新冠疫情的故事。新加坡国家博物馆已向公众征集记录新冠疫情的

展品，包括独具特色的口罩和其他应对新冠疫情的富有创意的举措——从人们制造的用于帮助他们应对疫情挑战的物品，到展现人们对疫情的想法的创意作品。维多利亚与阿尔伯特博物馆则开展了一项名为“疫情中的物品(Pandemic Objects)”的项目，对血氧计、肥皂、自行车、厕纸等因为疫情而被赋予了非凡含义及用途的寻常之物予以纪录。



维多利亚与阿尔伯特博物馆，英国伦敦  
© Anna Watson | Shutterstock



## 后疫情时代的 博物馆行业

虚拟项目的优点是灵活、响应迅速，且所需的投资相比动辄需要筹备数年的传统重磅展览要低上许多。它使博物馆能够更快速地反映时事并参与社会讨论。当然，一些博物馆一个又一个周末的门票提前售罄而不得不将未提前预约参观的游客拒之门外，这些都表明亲身体验博物馆的需求依旧火爆。

随着防疫措施的放宽，虚拟项目可能不会在所有类型的博物馆中继续开展，尤其是那些在满足线下观展的需求上仍面临持续的资金和运营挑战的博物馆。尽管线上虚拟项目确实有助于增加会员和观众，但大量的虚拟项目要求博物馆投入更多的时间和资源。迄今为止，这些投入都很难以任何显著的方式得到变现。同时，虽然博物馆通常在所处的社区和教育合作伙伴中拥有较高的可信度和真实性，但虚拟项目的行业准入门槛较低，一些私

立博物馆也开始投入其中，导致线上内容竞争十分激烈。

2020年发生的关于社会多样性和包容性的问题促使博物馆行业呼吁各方共同应对这些问题。正如前文提到的，他们也正在思考如何讲述疫情故事。

我们乐观地认为，博物馆将从这场疫情危机中起死回生，并且成为更富有生命力的文化资产，他们将和社区建立更深层的纽带，并更真切传达社群的声音。而那些肩负使命的博物馆依旧任重道远，尽管在复苏过程他们将仍持续面临资金压力，但相信他们能够凭借创造力和智慧应对这些挑战，从其他行业汲取经验，继续为行业构建和完善可持续发展的商业模式。



蓬皮杜中心的虚拟现实展览，法国巴黎  
© 蓬皮杜中心



大都会艺术博物馆于2020年8月29日重新开放，  
入口两侧的横幅由小野洋子创作  
© MNAPhotography | Shutterstock

“

我们乐观地认为，博物馆将从这场疫情危机中起死回生，并且成为更富有生命力的文化资产，他们将和社区建立更深层的纽带，并更真切传达社群的声音。

2,240万

2020年全球排名前20位  
博物馆游客量

1.055亿

2019年全球排名前20位  
博物馆游客量

# 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	变化%	2020年 游客量	2019年 游客量	入场*
1	卢浮宫, 法国, 巴黎	-71.9%	2,700,000	9,600,000	P
2	中国国家博物馆, 北京	-78.3%	1,600,000	7,390,000	F
3	梵蒂冈博物馆, 梵蒂冈	-81.1%	1,300,000	6,883,000	P
4	大都会艺术博物馆, 美国, 纽约	-83.4%	1,125,000	6,770,000	P
5	大英博物馆, 英国, 伦敦	-79.5%	1,275,000	6,208,000	F
6	泰特现代美术馆, 英国, 伦敦	-76.5%	1,433,000	6,098,000	F
7	国家美术馆, 英国, 伦敦	-80.1%	1,197,000	6,011,000	F
8	自然历史博物馆, 英国, 伦敦	-77.9%	1,197,000	5,424,000	F
9	美国自然历史博物馆, 美国, 纽约	n/a	n/a	5,000,000	P
10	国立艾尔米塔什博物馆(冬宫), 俄罗斯, 圣彼得堡	-78.8%	969,000	4,957,000	P

2019 排名	博物馆, 所在国家(地区)和城市	变化%	2020年 游客量	2019年 游客量	入场*
11	上海科技馆, 上海	-72.0%	1,351,000	4,824,000	P
12	索菲娅王后国家艺术中心博物馆, 西班牙, 马德里	-71.8%	1,248,000	4,426,000	F
13	国家自然历史博物馆, 美国, 华盛顿	-86.4%	573,000	4,200,000	F
14	南京博物院, 南京	-63.7%	1,515,000	4,169,000	F
15	浙江省博物馆, 杭州	-73.3%	1,108,000	4,150,000	F
16	国家艺术博物馆, 美国, 华盛顿特区	-82.1%	730,000	4,074,000	F
17	维多利亚和阿尔伯特博物馆, 英国, 伦敦	-77.8%	872,000	3,921,000	P
18	中国科学技术馆, 北京	-82.3%	690,000	3,891,000	P
19	台北故宫博物院, 台北	-83.2%	643,000	3,832,000	P
20	奥赛博物馆, 法国, 巴黎	-76.3%	867,000	3,652,000	F

<b>2020年全球排名前20位博物馆总游客量</b>	<b>22,393,000</b>	<b>105,480,000</b>
<b>2019-2020年全球排名前20位博物馆总游客量增长率</b>	<b>-77.7%</b>	<b>22,393,000 105,480,000</b>

© 2020 TEA / AECOM

2020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2020年的报告中沿用了2019年的排名用作博物馆的列示顺序。

**-77.7%**

2019-2020年全球排名前20位博物馆游客量增长率

**2,240万**

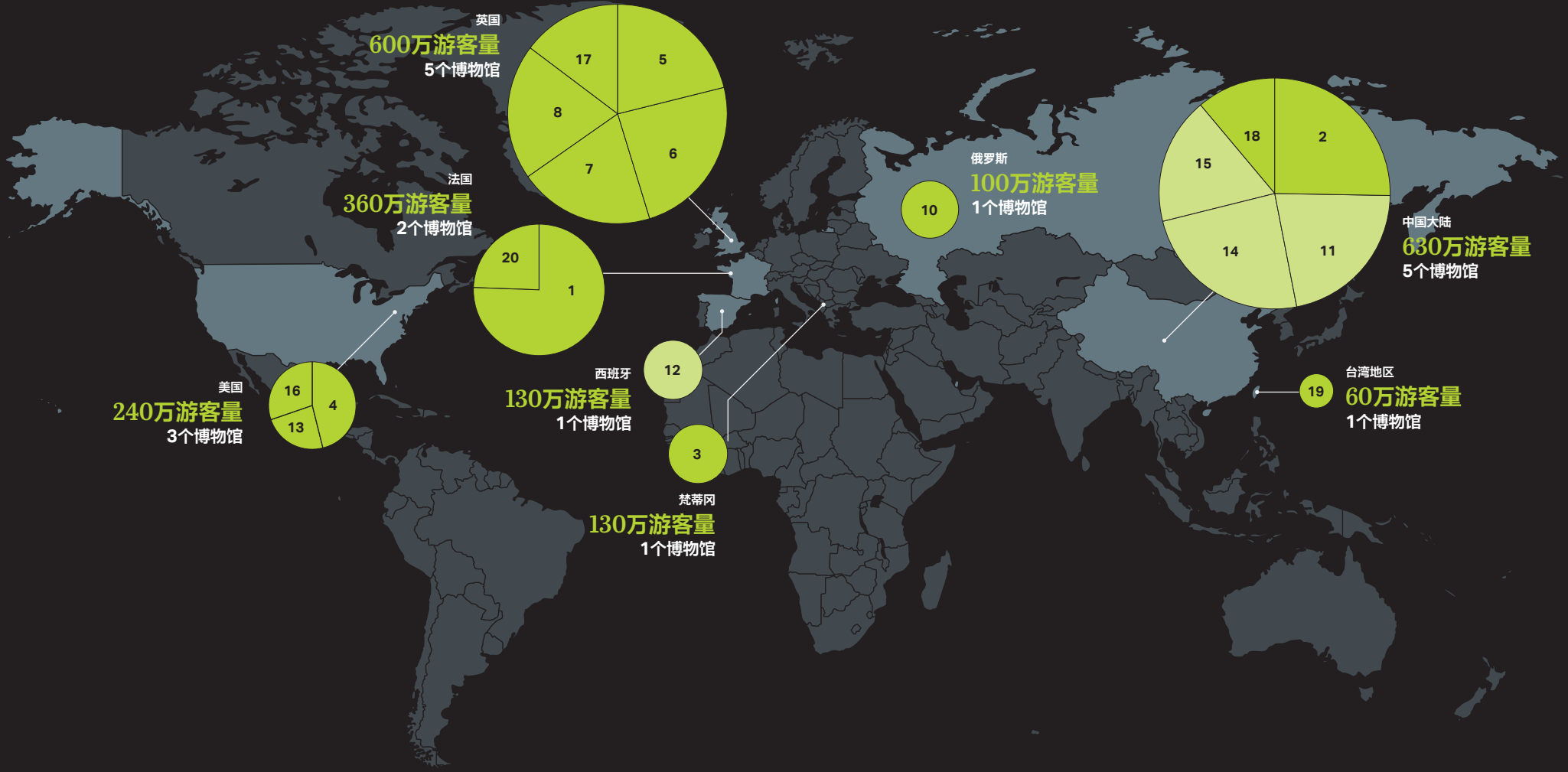
2020年全球排名前20位博物馆游客量

**1.055亿**

2019年全球排名前20位博物馆游客量

\* 表格中P表示该博物馆为收费入场, F表示该博物馆为免费入场。

# 全球排名前20位 博物馆



## 图例

- 0—24.9%
- -25%—49.9%
- 50%—74.9%
- >-75%

饼图代表入榜博物馆的游客量规模。图中各扇形上数字表示该博物馆排名，扇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。

**-77.7%**

2019-20年全球排名前20位博物馆游客量增长率

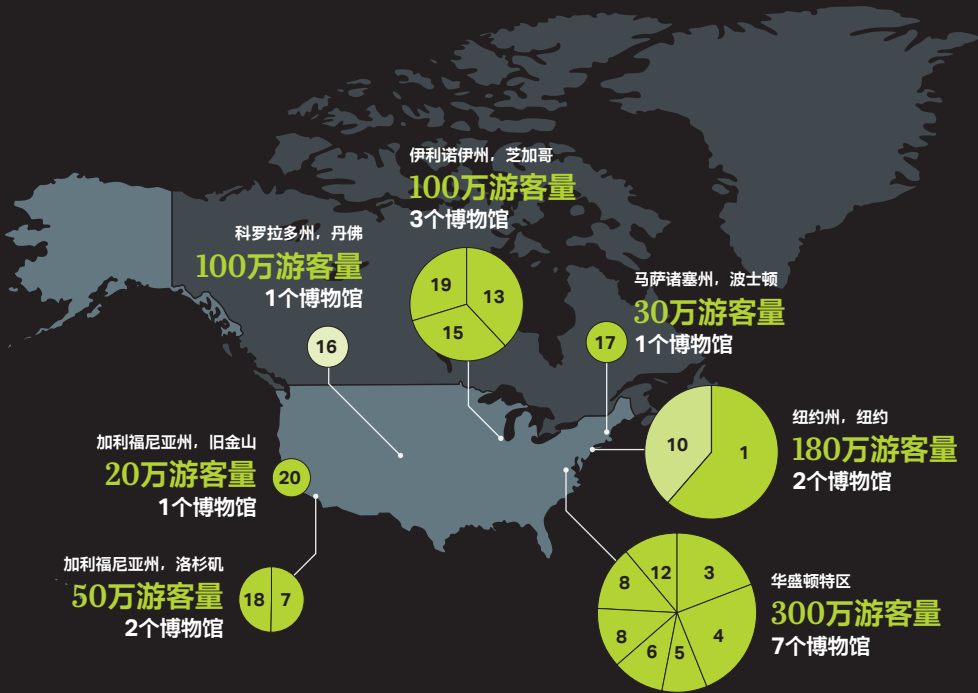
**2,240万**

2020年全球排名前20位博物馆游客量

**1.055亿**

2019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



2019 排名	博物馆, 所在国家 (地区) 和城市	变化%	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	-83.4%	1,125,000	6,770,000	P
2	美国自然历史博物馆, 美国, 纽约州, 纽约	n/a	n/a	5,000,000	P
3	国家自然历史博物馆, 美国, 华盛顿特区	-86.4%	573,000	4,200,000	F
4	国家艺术博物馆, 美国, 华盛顿特区	-82.1%	730,000	4,074,000	F
5	美国航空航天博物馆, 美国, 华盛顿特区	-91.7%	267,000	3,200,000	F
6	美国国家历史博物馆, 美国, 华盛顿特区	-88.9%	311,000	2,800,000	F
7	加州科学中心, 美国, 加利福尼亚州, 洛杉矶	-87.7%	271,000	2,200,000	P
8	国立非裔美国人历史和文化博物馆, 美国, 华盛顿特区	-81.6%	368,000	2,000,000	F
	史密森尼美国艺术博物馆, 美国, 华盛顿特区	-80.7%	387,000	2,000,000	F
10	现代艺术博物馆, 美国, 纽约州, 纽约	-64.6%	706,000	1,992,000	P
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	1,974,000	F
12	美国国家肖像画廊, 美国, 华盛顿特区	-81.1%	321,000	1,700,000	F
13	芝加哥艺术博物馆, 美国, 伊利诺伊州, 芝加哥	-77.5%	375,000	1,666,000	P
14	美国大屠杀遇难者纪念馆, 美国, 华盛顿特区	n/a	n/a	1,600,000	P
15	菲尔德自然历史博物馆, 美国, 伊利诺伊州, 芝加哥	-78.8%	316,000	1,494,000	P
16	丹佛自然科学博物馆, 美国, 科罗拉多州, 丹佛	-33.4%	991,000	1,487,000	P
17	科学博物馆, 美国, 马萨诸塞州, 波士顿	-76.3%	345,000	1,458,000	P
18	保罗盖蒂博物馆, 美国, 加利福尼亚州, 洛杉矶	-81.4%	267,000	1,439,000	F
19	科学工业博物馆, 美国, 伊利诺伊州, 芝加哥	-79.0%	291,000	1,388,000	P
20	加州科学博物馆, 美国, 加利福尼亚州, 旧金山	-81.8%	240,000	1,321,000	P
2020年北美地区排名前20位博物馆总游客量			7,884,000	49,763,000	
2019-2020年北美地区排名前20位博物馆总游客量增长率			-80.9%	7,884,000	49,763,000

© 2020 TEA / AECOM

2020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2020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—24.9%
- 25%—49.9%
- 50%—74.9%
- >-75%

饼图代表上榜博物馆的游客量规模。图中各扇形上数字表示该博物馆排名, 扇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。

-80.9%

2019-2020年北美排名前20位博物馆游客量增长率

790万

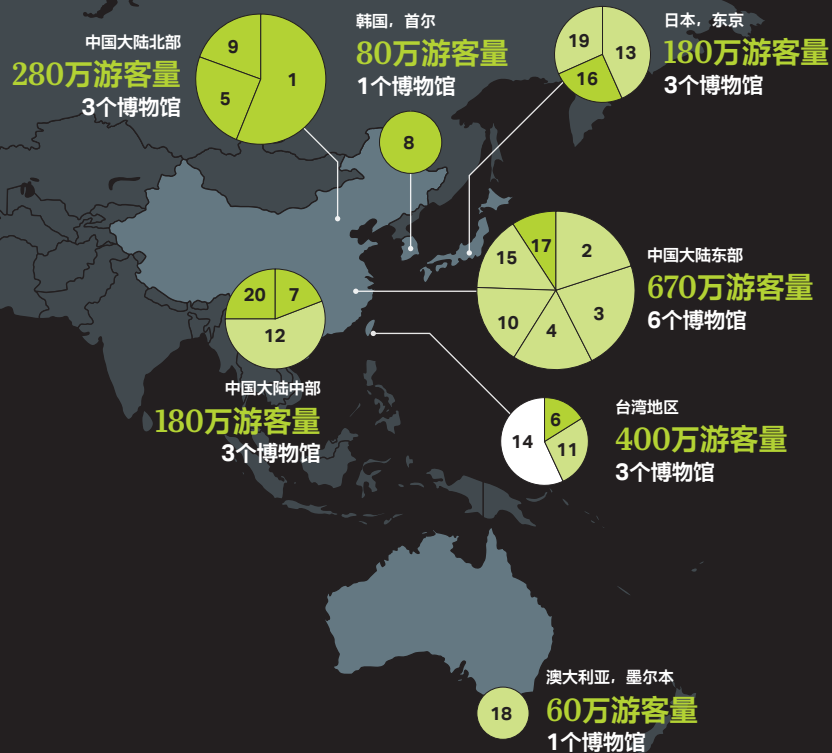
2019-2020年北美排名前20位博物馆游客量

4,980万

2019年北美排名前20位博物馆游客量

\* 表格中P表示该博物馆为收费入场, F表示该博物馆为免费入场。

# 亚太地区排名前20位博物馆



2019 排名	博物馆, 所在国家 (地区) 和城市	变化%	2020年 游客量	2019年 游客量	入场*
1	中国国家博物馆, 北京	-78.3%	1,600,000	7,390,000	F
2	上海科技馆, 上海	-72.0%	1,351,000	4,824,000	P
3	南京博物院, 南京	-63.7%	1,515,000	4,169,000	F
4	浙江省博物馆, 杭州	-73.3%	1,108,000	4,150,000	F
5	中国科学技术馆, 北京	-82.3%	690,000	3,891,000	P
6	台北故宫博物院, 台北	-83.2%	643,000	3,832,000	P
7	西安博物院, 西安	-89.8%	348,000	3,420,000	F
8	韩国国立中央博物馆, 韩国, 首尔	-76.9%	774,000	3,354,000	F
9	天津自然博物馆, 天津	-82.5%	550,000	3,150,000	F
10	湖南省博物馆, 长沙	-64.0%	1,130,000	3,140,000	F
11	台湾科学教育馆, 台北	-63.9%	1,082,000	3,000,000	P
12	陕西历史博物馆, 西安	-65.5%	1,000,000	2,900,000	F
13	东京都美术馆, 日本, 东京	-82.3%	510,000	2,874,000	P
14	台湾自然科学博物馆, 台中	-14.6%	2,263,000	2,650,000	P
15	上海自然博物馆, 上海	-59.2%	1,040,000	2,549,000	P
16	日本国立自然科学博物馆, 日本, 东京	-76.4%	580,000	2,460,000	P
17	浙江自然博物馆, 杭州	-75.4%	600,000	2,443,000	P
18	维多利亚国家美术馆, 澳大利亚, 墨尔本	-73.8%	637,000	2,433,000	F
19	东京国立博物馆, 日本, 东京	-70.2%	725,000	2,431,000	F
20	湖北省博物馆, 武汉	-81.4%	446,000	2,400,000	F
2020年亚太地区排名前20位博物馆总游客量			18,592,000	67,460,000	
2019-2020年亚太地区排名前20位博物馆总游客量增长率			-72.4%	18,592,000	67,460,000

© 2020 TEA / AECOM

2020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2020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—24.9%
- 25%—49.9%
- 50%—74.9%
- >-75%

饼图代表入榜博物馆的游客量规模。图中各扇形上数字表示该博物馆排名, 扇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。

-72.4%

2019-2020年亚太地区排名前20位博物馆游客量增长率

1,860万

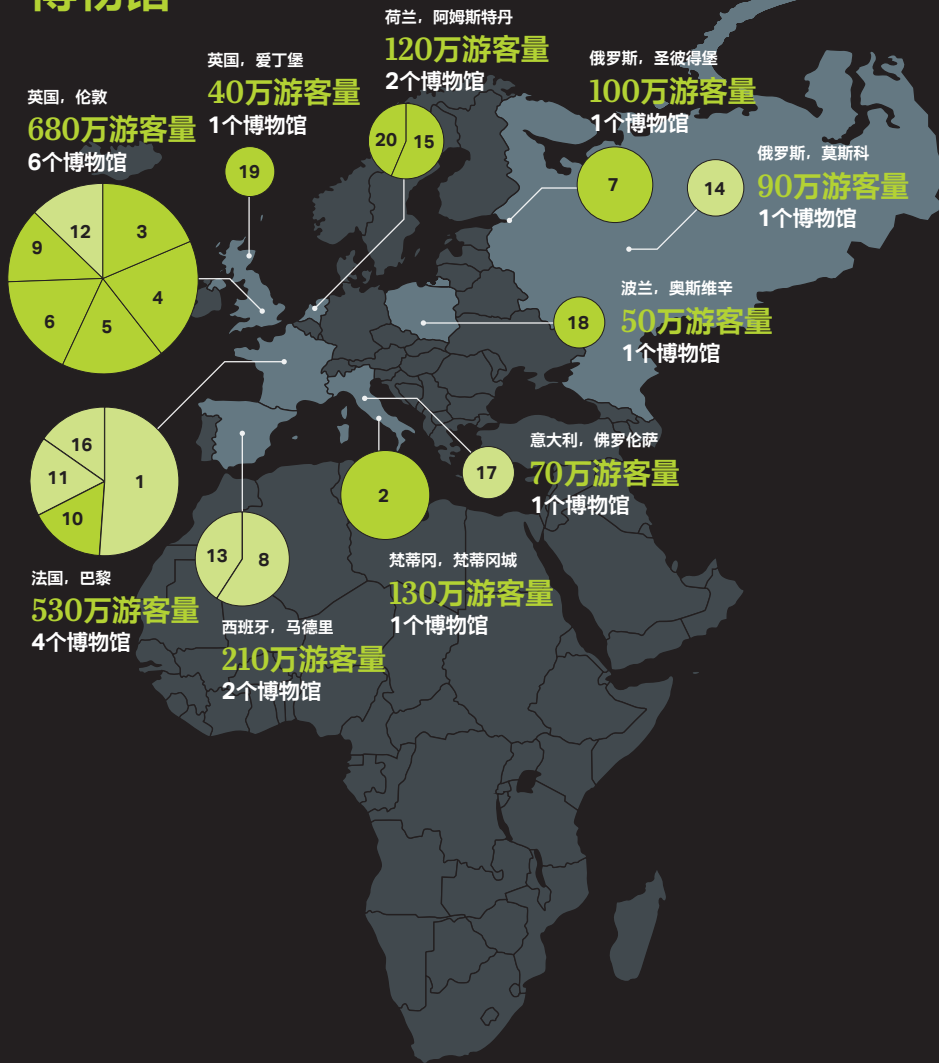
2019-2020年亚太地区排名前20位博物馆游客量

6,750万

2019年亚太地区排名前20位博物馆游客量

\* 表格中P表示该博物馆为收费入场, F表示该博物馆为免费入场。

# 欧洲/中东/非洲地区排名前20位博物馆



排名	博物馆, 所在国家(地区)和城市	变化%	2020年游客量	2019年游客量	入场*
1	罗浮宫, 法国, 巴黎	-71.9%	2,700,000	9,600,000	P
2	梵蒂冈博物馆, 梵蒂冈	-81.1%	1,300,000	6,883,000	P
3	大英博物馆, 英国, 伦敦	-79.5%	1,275,000	6,208,000	F
4	泰特现代美术馆, 英国, 伦敦	-76.5%	1,433,000	6,098,000	F
5	国家美术馆, 英国, 伦敦	-80.1%	1,197,000	6,011,000	F
6	自然历史博物馆, 英国, 伦敦	-77.9%	1,197,000	5,424,000	F
7	国立艾尔米塔什博物馆(冬宫), 俄罗斯, 圣彼得堡	-80.5%	969,000	4,957,000	P
8	索菲亚皇后国家艺术中心博物馆, 西班牙, 马德里	-71.8%	1,248,000	4,426,000	F
9	维多利亚与阿尔伯特博物馆, 英国, 伦敦	-77.8%	872,000	3,921,000	F
10	奥赛博物馆, 法国, 巴黎	-76.3%	867,000	3,652,000	F
11	蓬皮杜中心, 法国, 巴黎	-72.1%	913,000	3,270,000	P
12	科学博物馆(南肯辛顿), 英国, 伦敦	-73.5%	862,000	3,254,000	P
13	普拉多博物馆, 西班牙, 马德里	-73.4%	852,000	3,203,000	P
14	特列季亚科夫画廊, 俄罗斯, 莫斯科	-68.5%	894,000	2,836,000	P
15	荷兰国家博物馆, 荷兰, 阿姆斯特丹	-75.0%	675,000	2,700,000	P
16	科学工业城, 法国, 巴黎	-66.5%	793,000	2,370,000	P
17	乌菲兹美术馆, 意大利, 佛罗伦萨	-72.1%	659,000	2,362,000	P
18	奥斯维辛国家博物馆, 波兰, 奥斯维辛	-78.2%	502,000	2,300,000	P
19	苏格兰国家博物馆, 英国, 爱丁堡	-79.9%	444,000	2,210,000	F
20	梵高美术馆, 荷兰, 阿姆斯特丹	-75.4%	517,000	2,100,000	P
<b>2020年欧洲/中东/非洲地区排名前20博物馆总游客量</b>			<b>20,169,000</b>	<b>83,785,000</b>	
<b>2019-2020年欧洲/中东/非洲地区排名前20博物馆总游客量增长率</b>			<b>-75.9%</b>	<b>20,169,000</b>	<b>83,785,000</b>

© 2020 TEA / AECOM

2020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2020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—24.9%
- -25%—49.9%
- 50%—74.9%
- >-75%

饼图代表上榜博物馆的游客量规模。图中各扇形上数字表示该博物馆排名,扇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。

**-75.9%**

2019-2020年欧洲/中东/非洲地区排名前20位博物馆游客量增长率

**2,020万**

2019-2020年欧洲/中东/非洲地区排名前20位博物馆游客量

**8,380万**

2019年欧洲/中东/非洲地区排名前20位博物馆游客量

\* 表格中P表示该博物馆为收费入场, F表示该博物馆为免费入场。

# 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联合发布的第十五个年度主题公园报告。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一个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品牌冠名。

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。



**John Robinett**  
AECOM  
经济咨询高级副总裁



**Judith Rubin**  
TEA/AECOM  
全球主题景点游客报告编辑

自2006年以来, 主题娱乐协会已与AECOM的经济咨询团队合作进行年度游客量研究, 而John Robinett与Judith Rubin一直以来合作编制每一期TEA/AECOM全球主题景点游客报告。他们均被授予 TEA Peter Chernack 杰出服务奖, 以表彰其为景点行业提供的卓越贡献。

# 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, 以此增加游客人次和重游率, 从而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报告, 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年出现前所未有的异常情况, 为了最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2020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规定, 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2020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) 将会鼓励运营商作出回应。

- 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 2020财年, AECOM专业服务业务的年营业额为132亿美元。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2019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)