

今年暑期，各类主题乐园成为热门打卡地，不仅带动门票收入的增长，还拉动周边住宿、餐饮等相关产业消费，乐园产业正在释放更大发展活力。

乐园游升温 激发消费新活力

乐园游暑期走热

步入上海乐高乐园度假区，26米高的巨型“搭搭”映入眼帘，它是目前全球最大的乐高人仔。园内各种游乐设施色彩缤纷，人们身处其间，仿佛进入了童话世界。

来自江苏南京的王女士说：“孩子从半年前就念叨着乐高乐园，我们一看到售票信息就订了票。孩子非常喜欢这里，要与每个人偶拍照，玩得十分尽兴。”

上海乐高乐园自7月5日开园以来，已累计举办了近1700场演出，其中，角色见面会950余场，氛围演出超600场，剧场表演超百场，火爆程度可见一斑。

今年暑期，各地主题乐园凭借丰富多样的游乐项目、独特的IP魅力和沉浸式体验，成为人们出游的主要目的地。

“方特恐龙泼水节”在四川自贡方特恐龙王国开启，打造集清凉嬉水、泼水狂欢、现场互动于一体的夏日玩水盛宴；湖北襄阳华侨城奇幻谷的“奇梦城堡光影秀”加入烟花表演，为游客带来7D全息投影与璀璨烟花交融共舞的沉浸体验；郑州银基动物王国的“夏日激爽水派对”，每天的泼水狂欢，让游客畅享清凉野趣。

中国主题公园研究院数据显示，主题公园每1元的收入能够带动城市

3.8元的收入，从而拉动上下游产业6元至15元的收入。

记者从多个平台获悉，截至7月4日，上海金山区作为乐高乐园所在地，今年暑期的酒店预订量比去年增长3.5倍，民宿预订量同比增长6倍，外地旅客酒店预订占比超七成。

最新统计数据显示，2025年暑期前两周，哈尔滨极地公园门票订单增长114%，波塞冬沙滩水世界门票订单增长51%，旅拍订单同比增长超过80%，推动哈尔滨文旅消费同比增长19%。

北京环球度假区开业近4年以来，游客复游率持续提升，不仅带动北京整体文旅市场的持续火热，也吸引了包括北京海昌海洋公园、顶点公园等国内外知名IP落户北京城市副中心。

中国旅游研究院院长戴斌表示，多地以核心主题乐园为引擎，联动周边文旅、商业、生态项目形成综合体，协同发力，催生出显著聚合效应。

乐园建设不断“上新”

记者近日来到上海锦江乐园，这里是“哈利波特制片厂之旅（上海）”项目选址地。目前整个工地已被围挡圈了起来，全力进行升级改造，计划2027年开门迎客。

今年以来，国内乐园产业呈现出蓬勃发展的态势——

一方面，中国已成为全球头部主题乐园投资的热土。北京环球影城二、三期项目正在推进中；上海迪士尼度假区的全新蜘蛛侠主题园区5月破土动工；深圳乐高乐园最大单体建筑“乐高乐园创想世界”宣布封顶。

另一方面，在国际品牌加速布局的同时，本土乐园品牌也在不断发力。山东青岛市的东方伊甸园以“与水共生”为主题打造，融合了休闲度假、科普教育、沉浸演艺等功能，为游客提供生态探索体验；广州星纪世界·南湖乐园在改造升级后焕新开园；今夏，哈尔滨冰雪大世界升级打造太阳岛冰雪艺术馆，为游客带来“夏日飘雪”的奇幻体验。

中国主题公园研究院数据显示，截至2024年10月，全国共有385座主题公园。预计2025年，年游客量增长10%至20%，经营收入增加5%至15%。

中国主题公园研究院院长林焕杰说，新乐园不断涌现，将进一步丰富国内乐园市场的产品供给，满足消费者日益多样化的需求，推动乐园产业向更高水平发展。

走好差异化发展之路

记者在采访中发现，伴随着乐园产业的蓬勃发展，当前，一些乐园同质化现象逐渐显现。如何更好满足人们

个性化、多样化和高品质的需求，是当下乐园产业发展面临的重要课题。

林焕杰说：“未来竞争中能够胜出的主题乐园，需要做到规模和品质双轮驱动，品牌化与本土化兼备，文化性与科技性并重，实行差异化竞争。”

为提高竞争力，一些乐园正在积极行动——

上海乐高乐园深入挖掘长三角独特的文化内涵，打造差异化的文旅体验，如通过“乐高+枫泾古镇”“乐高+城市沙滩”等联动线路，实现“乐园引爆、全域共享”。

北京泡泡玛特城市乐园将Labubu等IP从二维平面和小小的盲盒中“解放”出来，构建出一个充满奇幻色彩的潮玩世界，进一步拓展了IP的商业价值和文化影响力。

裹着羽绒服“一秒入冬”、欣赏栩栩如生的冰雕雪景、玩冰上花滑……这是哈尔滨冰雪大世界园区带给暑期游客们的别样体验。哈尔滨冰雪大世界市场营销部副部长孙泽旻说，未来还将强化与各领域IP的合作，以雪雕、冰雕形式再现游戏、影视剧里的多款经典场景和角色形象。

戴斌表示，在科技进步和市场需求的推动下，相信我国主题乐园产业将呈现更高品质和更具创新性的发展态势，有效激发消费活力，为经济社会发展注入新动能。

新华社上海8月17日电

社会主义核心价值观

富强 民主 文明 和谐
自由 平等 公正 法治
爱国 敬业 诚信 友善

太原市文明办