

辐射力，毕竟长三角是中国最具消费活力的区域之一，提供了庞大的客源基础，比如乐高乐园或许能吸引不少江浙客流。”而记者所见，前往上海迪士尼乐园的江苏方向客流，真有坐上海轨交11号线从昆山花桥站前往的，也有高铁至铁路上海站，再转乘轨交前往的。

从粤港澳大湾区的情况，某种程度上也印证了毛润泽所言的“跨省之旅”有合理性。在粤港澳大湾区概念提出之前，香港旅游业曾经经历过一段辉煌。其中不乏一些主题公园有意无意地实现了互相帮衬。比如有朋友前往香港迪士尼乐园游玩之际，就会想到，同样到香港待几天，为什么不到海洋公园玩玩呢？而近一两年，港人热衷北上，无论是亲子游，还是一帮学生仔结伴而行，也是一气儿地玩上广深几家乐园，甚至连珠海长隆也捎带上。

毛润泽观察到，除了长三角、粤港澳大湾区等经济发达地区以外，全国许多地方也都上马主题公园。“2024年10月，全国共有385座主题公园，其中特大型和大型主题公园有87座，2025年中国的主题公园市场规模预计将达到1000亿元人民币，年复合增长率超过10%。”毛润泽认为，各地上马主题公园的一大原因在于，认识到了其对经济的带动性还是非常大的。



上图：上海迪士尼夜景。摄影/杨帆

人才依旧是难得

“主题公园属于典型的劳动密集型产业，需要大量的员工维持日常运营，其岗位具有多样性，包括但不限于游乐设施操作员、演职人员、酒店餐饮服务人员、商品零售人员、票务人员、安保人员、保洁人员、技术人员、市场营销人员、管理人员等。”毛润泽说。据公开数据显示，一个特大型主题公园日常运营大致需要1万个直接就业岗位。而根据相关研究成果，主题公园一个直接岗位，能带动1.5到2.5个甚至更多的间接岗位，同时创造的诱发就业岗位可能是直接就业的5倍甚至更高。这意味着乐园每

雇佣1个人，整个经济体系中可能新增7.5到10个就业岗位。

“但即便是劳动密集型产业，其实主题公园所需要的人力资源仍是多元化、专业化和复合型的。”毛润泽分析，主题公园主要需要四类人才。一是一线服务与体验营造人才，亦即作为游客体验的“最后一米”传递者，这类人才直接决定品牌形象塑造；二是专业技术维护与工程人才，乐园设施的安全运营高度依赖专业技术团队，这类人才培养周期比较长，稀缺性比较突出；三是沉浸式内容创作与数字化人才，这类人才既了解Z世代体验需求，又熟悉社交媒体运营，掌握流量转化密码；四是多语种服务与国际化管理人才，这类人才除了外语能力外，还要具备良好的跨文化沟通能力与解决实际问题的能力。

记者了解到，上海旅专与上海迪士尼乐园联合打造的“上迪梦想产业学院”产教融合项目，是不错的尝试。今年2月，上迪梦想产业学院宣布成立，校企双方联合制定人才培养方案、联合开发课程、共建校内实训基地，上半年已收入近百名学生。

在赵抗卫看来，目前主题公园产业依旧人才难得，特别是高级管理人才更难得。如何使主题公园矩阵达成较完整的产业链，且能长期发展，仍是一个实践中的课题！