



迪士尼度假区和上海海昌海洋公园是长三角地区最受欢迎的两大乐园。

迪士尼的国际 IP 效应毋庸置疑。何建民透露，乐园在选址时需要考虑是否有规模足够大、可持续、具有支付能力的游客数量。例如，上海迪士尼乐园的年游客量要达到1000万人次左右。

开业第一年，这个预期数据就被打破了。2024年，上海迪士尼全年客流量达到了1400万人次，创下2016年开业以来的新纪录。

而海昌能够在长三角众多乐园中脱颖而出，除了选址成功，也和客群属性有关。

海昌海洋集团相关人士告诉《新民周刊》，2018年开业的上海海昌海洋公园，当年之所以选择临港，主要考虑依托上海庞

上图：海昌海洋公园九个月大的小虎鲸和游客见面。

摄影 / 周馨

大的本地客群和长三角旅游辐射力，确保了稳定的客流量。从国际主题公园的发展来看，有迪士尼也有海洋公园的城市，例如美国奥兰多、新加坡、中国香港，包括今天的中国上海，凭借各自差异化产品优势和客群属性，发挥了1+1 > 2的效能，聚合大客流，同时拉长停留时间、增加过夜转化。

值得一提的是，临港新片区正加速构建“文商体旅”协同发展的产业矩阵，整合上海海昌海洋公园、耀雪冰雪世界、上海天文馆、中国航海博物馆等资源，推出多日旅游线路，实现游客从“观赛一日”到“沉浸多日”的持续转化。未来，临港将持续放大赛事IP的裂变效应，打造文商体旅高质量融合的“临港范式”。上海海昌作为重要的参与

者也将为临港新片区的文旅产业增添新动力。

上海海昌海洋乐园的成功，也让海昌海洋集团加速了全国布局——

2023年9月开业的郑州海昌海洋公园，位于中原地区重要的国家交通枢纽城市郑州中牟县，2小时交通圈可辐射4.5亿人口，潜在客源市场巨大。

而在建中的北京海昌海洋公园项目，选址于通州城市副中心的文化旅游区，紧邻环球影城，具备主题娱乐项目的集聚效应，客群覆盖京津冀及周边地区，预计年客流量超350万人次。

值得一提的是，中国主题乐园市场呈现出明显的集群效应。

CBRE世邦魏理仕以长三角为例，基本可以实现驱车一小时内即可到达大型主题乐园。交通设施、人口密度、经济水平等多方面要素为长三角主题乐园布局提供了良好的发展土壤。

在上海，迪士尼、海昌海洋公园、欢乐谷等已形成多层次乐园矩阵，乐高乐园的加入将进一步巩固上海作为全球主题乐园集群中心的地位，形成差异化互补的文旅格局。而2027年计划开业的闵行哈利·波特制片厂之旅和崇明长兴岛小猪佩奇户外主题乐园，强化了上海在亚太文旅圈的国际地位，成为一座“乐园之城”。[图](#)