

中国旅游景区 CHINA 欢乐指数

TOURIST ATTRACTION
HAPPINESS INDEX

TUI 研究
年度报告

国内首创中国旅游景区行业欢乐指数研究报告
中国旅游景区协会和华侨城创新研究院共同发布

序

随着信息技术的发展和商业模式的变革，大数据、云计算、人工智能、区块链等基础技术逐步成熟，数字化发展成为重要趋势之一。习总书记指出，中国要加快建设数字中国，更好服务我国经济社会发展和人民生活改善。

文化和旅游产业作为幸福产业的代表，是体现人民生活水平提高的重要行业，更要主动拥抱数字时代，加快数字化转型。新时代，旅游行业要把大数据作为重要资产，以数字技术驱动文化旅游产业高质量发展。近年来，互联网和智能移动终端的发展为旅游行业积累了大量数据，这些大数据与游客消费及对市场供给的反应密切相关。对大数据的获取、储存、搜索、共享、分析，乃至可视化呈现，成为当前旅游业重要的创新课题。

基于此，国内首创的中国旅游景区欢乐指数研究成为“旅游+互联网”的有益探索，通过指数化的形式量化游客体验，客观地反映游客对景区的评价，为旅游企业把脉市场动向、掌握消费者偏好提供了有力支撑。

中国旅游景区欢乐指数研究实现了三个方面的创新：一是改变了单纯从专家评审、抽样调查来评价旅游景区品质的传统做法，而是采用大数据的研究方法，客观、系统地反映景区的运营和品质；二是改变自上而下的评价体系，从游客体验的角度来客观评价旅游景区；三是研发算法模型，把抽象的情绪、感受、体验，变成直观、可视、可测量的数据信息。

研究从游客行为数据和交易数据等维度，通过算法模型，计量旅游景区的受欢迎程度和游客满意度，洞悉旅游景区发展新动向、新趋势、新特征和游客新需求，形成重要的价值创新。

未来，希望中国旅游景区欢乐指数研究继续深入，扩大研究范围，增加研究内容，深挖旅游大数据所蕴藏的内在价值，形成更加综合性的研究成果，搭建涵盖中国旅游景区评判标准的复合指数体系，推动旅游行业的数字化创新与转型，积极为行业发展做贡献。



中国旅游景区协会会长
二〇二〇年四月二十日

中国旅游景区 CHINA 欢乐指数

TOURIST ATTRACTION
HAPPINESS INDEX

2019
研究
年度报告

目录

序

研究说明

2019 中国旅游景区欢乐指数 (THI) 排名 (前 100 名)

中国旅游景区欢乐指数 (THI) 排名分榜单

- 自然景观类
- 人文景观类
- 博物馆类
- 乡村田园类
- 现代娱乐类

附录

研究说明

1. 研究背景

随着移动互联网和在线旅游的发展,游客通过网络表达自己的意见,同时通过网络评论选择旅游景区,但网络评论存在碎片化、数据量巨大、直观性差等缺点。游客体验是来自旅游景区多方面因素影响的结果,不同资源类型的旅游景区的游客体验不同。人们旅游的事前决策目的性强,游客如何根据自身的旅游目的,快速选择体验感强的旅游景区是当前需要解决的热点问题。

游客对旅游景区的评论能反映游客对旅游景区的综合体验,大数据应用于旅游景区的评价、考核、选择、管理和行业指导具有深远的意义。

2. 术语定义

旅游景区欢乐指数 (Tourist attraction Happiness Index, 简称 THI) 是一套以指数形式反映全国各景区游客综合体验的指标体系,也是一种基于大数据的测量景区游客综合体验的科学计量方法。欢乐指数主要包含两层含义: 景区受欢迎的程度、景区令人满意的程度。

3. 研究目的

- (1) 为游客快速选择旅游景区提供参考。
- (2) 为景区快速响应市场需求提供决策依据。
- (3) 通过数据直观反映游客复杂的旅游体验。
- (4) 通过数据直观反映旅游经济现象总体变动。

4. 研究方法

- (1) 大数据挖掘法

在本研究中,因为游客在各个网站的留言往往是碎片化的数据,大数据挖掘法通过对旅游景区留言或评论进行语义分析,采用分类、回归分析、关联规则、特征聚类、偏差分析和 Web 页挖掘等,从不同的角度对数据进行挖掘。

- (2) 比较法

根据 11 个一级指标、57 个二级指标对各旅游景区的优缺点进行比较研究。

- (3) 文献法

通过查阅文献和报告,补充获取相关研究资料。

- (4) 调研法

对于一些无法获取的资料,或指数值出现较大偏离的情况,研究组需到景区现场查勘以补充相关数据。

5. 指标体系

根据游客在主流旅游网站的留言或评论,分析其语义关键词,根据语义的属性,对游客评论进行分析。对于评价内容,再细分为一级指标 11 个,二级指标 57 个,覆盖了旅游景区从景观、餐饮、住宿到购物、服务、购物、娱乐等子类。

6. 研究过程

本报告基于国内 11 个主流旅游网站数据,对全国 1181 个旅游景区样本的原始评论进行大数据分析,数据覆盖时间为 2019 年 1 月 1 日至 12 月 31 日,数据载体为游客发布的原始评论。

通过对选定的全国旅游景区样本的所有评论进行语义分析,利用所述关键词语料词库及预设评价指标体系对所述评论信息进行语义分析,以识别每一评论的情感倾向。将经语义分析和数据整理后的各旅游景区的净好评数为计算起点,将以往的多维度数据的计算转为单一维度的计算比较,同时通过符合大众认知习惯的百位数计分原则对指数进行转化,使得到的欢乐指数的数据比较性和结果指向性更强。

7. 样本选取依据

- (1) 旅游景区关注度高。欢乐指数的研究是基于游客视角,关注度高的旅游景区是重点监测的旅游景区。

- (2) 旅游景区级别高。依据国家《旅游景区质量等级的划分与评定》标准,监测的旅游景区以 4A 级以上为主。

- (3) 旅游景区特色鲜明。在省或者市一级的旅游景区群中地位比较高,资源特色突出或者游客欢迎度逐年增强的旅游景区也被纳入监测范围。

8. 旅游景区分类标准

本报告对各类旅游景区采取科学的分类方式并进行准确的表述。分类力求简明扼要,分类涵盖各类旅游景区,同时避免互相包含、交叠重合,体现系统性与完整性要求。

本报告的旅游景区分类根据中国旅游景区协会于 2019 年 11 月 15 日发布的团体标准《旅游景区分类》(T/CTAA 0001—2019)。旅游景区分类主要采用“依据核心旅游吸引物进行分类”的分类方法,并参考行业实践进一步划分博物馆类景区,力求真实反映我国旅游景区的客观情况,体现各类旅游景区的主要属性。本研究致力于同时满足政府、旅游景区管理者与市场等多方需求,实际分类中更多体现操作性与实用性要求。

9. 其他说明

- (1) 欢乐指数与景区在线化率密切相关。
- (2) 景区宣传要抓住游客关注热点,采用新媒体传播方式有利于提高景区知名度。
- (3) 本研究旨在推动旅游行业的转型升级,研究成果本身尚有提升空间,不足之处欢迎指正。
- (4) 后期研究将扩大景区样本、提升数据质量、完善计算模型。

2019 中国旅游景区欢乐指数 (THI) 排名 (前 100 名)

指数排名	景区名称	景区分类 / 省份 / 城市	景区等级	THI
1	北京故宫博物院	博物馆类, 北京市	5A	267.58
2	上海迪士尼度假区	现代娱乐类, 上海市	其他	194.71
3	成都大熊猫繁育研究基地	现代娱乐类, 四川省, 成都市	4A	128.36
4	香港迪士尼乐园	现代娱乐类, 香港特别行政区	其他	117.58
5	长隆野生动物世界	现代娱乐类, 广东省, 广州市	5A	102.94
6	珠海长隆海洋王国	现代娱乐类, 广东省, 珠海市	其他	101.73
7	上海海昌海洋公园	现代娱乐类, 上海市	其他	94.94
8	上海野生动物园	现代娱乐类, 上海市	5A	94.43
9	南京总统府	博物馆类, 江苏省, 南京市	4A	94.15
10	颐和园	人文景观类, 北京市	5A	90.52
11	秦始皇兵马俑博物馆	博物馆类, 陕西省, 西安市	5A	86.60
12	北京欢乐谷	现代娱乐类, 北京市	4A	83.42
13	长隆欢乐世界	现代娱乐类, 广东省, 广州市	5A	78.81
14	上海东方明珠广播电视塔	现代娱乐类, 上海市	5A	77.05
15	上海欢乐谷	现代娱乐类, 上海市	4A	63.69
16	拙政园	人文景观类, 江苏省, 苏州市	5A	62.11
17	中华恐龙园	现代娱乐类, 江苏省, 常州市	5A	60.67
18	天坛公园	人文景观类, 北京市	5A	59.20
19	上海科技馆	博物馆类, 上海市	5A	55.30
20	黄鹤楼公园	人文景观类, 湖北省, 武汉市	5A	55.20
21	长隆水上乐园	现代娱乐类, 广东省, 广州市	5A	54.60
22	华谊兄弟电影世界	现代娱乐类, 江苏省, 苏州市	其他	53.81
23	圆明园遗址公园	人文景观类, 北京市	5A	53.16
24	重庆欢乐谷	现代娱乐类, 重庆市	4A	52.42
25	瘦西湖风景区	人文景观类, 江苏省, 扬州市	5A	51.18

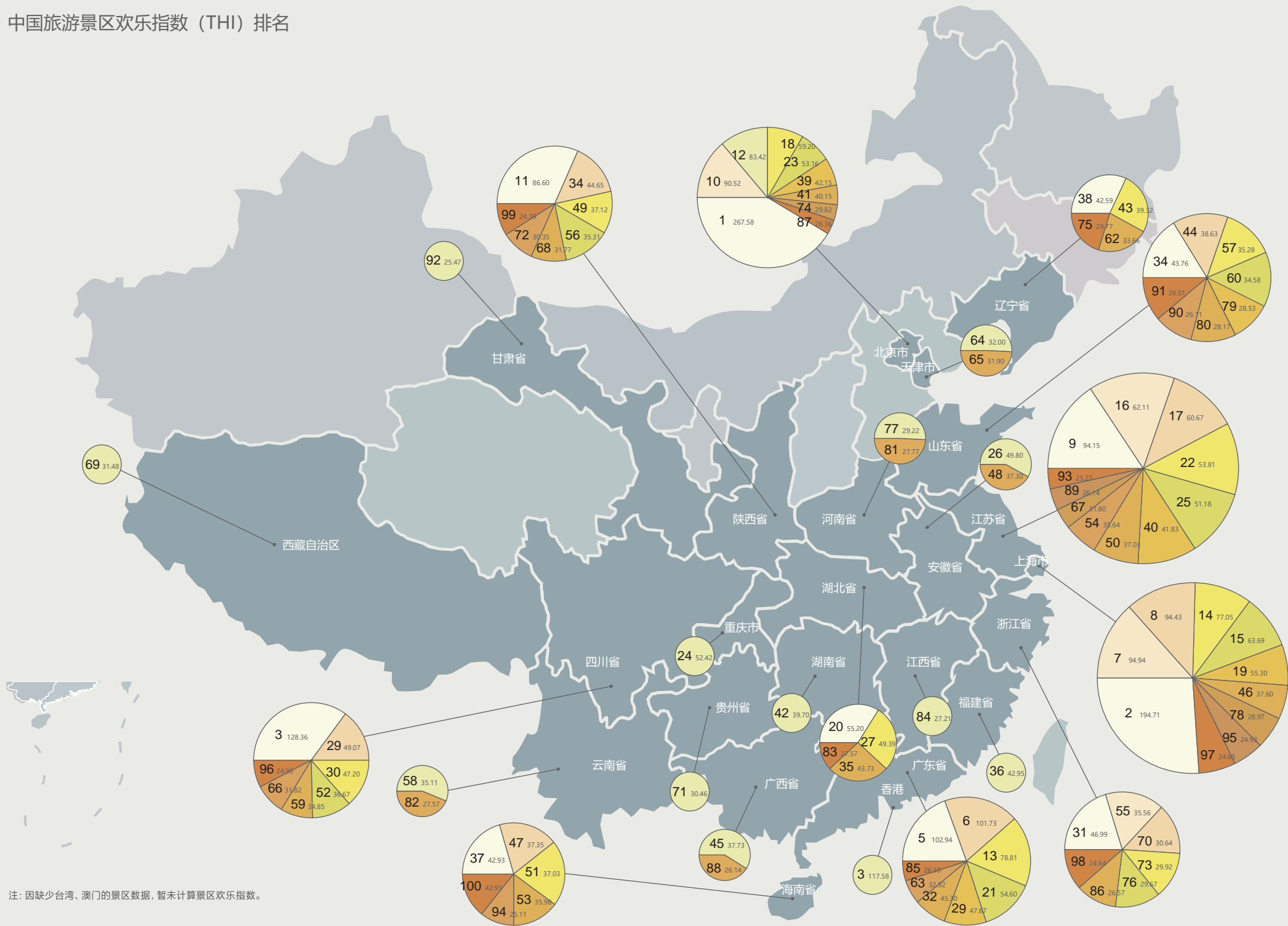
指数排名	景区名称	景区分类 / 省份 / 城市	景区等级	THI
26	黄山风景名胜区	自然景观类, 安徽省, 黄山市	5A	49.80
27	武汉欢乐谷	现代娱乐类, 湖北省, 武汉市	4A	49.39
28	成都动物园	现代娱乐类, 四川省, 成都市	其他	49.07
29	深圳世界之窗	现代娱乐类, 广东省, 深圳市	5A	47.67
30	都江堰景区	人文景观类, 四川省, 成都市	5A	47.20
31	宋城	现代娱乐类, 浙江省, 杭州市	4A	46.99
32	广州塔	现代娱乐类, 广东省, 广州市	4A	45.30
33	陕西历史博物馆	博物馆类, 陕西省, 西安市	4A	44.65
34	青岛海昌极地海洋公园	现代娱乐类, 山东省, 青岛市	4A	43.76
35	荆州方特东方神话	现代娱乐类, 湖北省, 荆州市	其他	43.73
36	鼓浪屿旅游区	人文景观类, 福建省, 厦门市	5A	42.95
37	蜈支洲岛旅游区	自然景观类, 海南省, 三亚市	5A	42.93
38	大连圣亚海洋世界	现代娱乐类, 辽宁省, 大连市	4A	42.59
39	北京野生动物园	现代娱乐类, 北京市	4A	42.15
40	鼋头渚景区	自然景观类, 江苏省, 无锡市	5A	41.83
41	古北水镇	人文景观类, 北京市	其他	40.15
42	张家界天门山国家森林公园	自然景观类, 湖南省, 张家界市	5A	39.70
43	沈阳故宫博物院	博物馆类, 辽宁省, 沈阳市	4A	39.32
44	趵突泉公园	自然景观类, 山东省, 济南市	5A	38.63
45	南宁方特东盟神画	现代娱乐类, 广西壮族自治区, 南宁市	其他	37.73
46	上海海洋水族馆	现代娱乐类, 上海市	4A	37.60
47	天涯海角游览区	自然景观类, 海南省, 三亚市	4A	37.35
48	宏村风景区	人文景观类, 安徽省, 黄山市	5A	37.30
49	西安城墙	人文景观类, 陕西省, 西安市	5A	37.12
50	灵山小镇拈花湾	人文景观类, 江苏省, 无锡市	其他	37.03

2019 中国旅游景区欢乐指数 (THI) 排名 (前 100 名)

指数排名	景区名称	景区分类 / 省份 / 城市	景区等级	THI
51	三亚南山文化旅游区	现代娱乐类, 海南省, 三亚市	5A	37.03
52	成都欢乐谷	现代娱乐类, 四川省, 成都市	4A	36.67
53	亚龙湾热带天堂森林公园	自然景观类, 海南省, 三亚市	4A	35.96
54	虎丘山风景名胜区	人文景观类, 江苏省, 苏州市	5A	35.64
55	西湖风景名胜	人文景观类, 浙江省, 杭州市	5A	35.56
56	秦岭野生动物园	现代娱乐类, 陕西省, 西安市	4A	35.31
57	日照海洋公园	现代娱乐类, 山东省, 日照市	3A	35.28
58	七彩云南欢乐世界	现代娱乐类, 云南省, 昆明市	其他	35.11
59	峨眉山景区	自然景观类, 四川省, 眉山市	5A	34.85
60	青岛海底世界	现代娱乐类, 山东省, 青岛市	4A	34.58
61	上海动物园	现代娱乐类, 上海市	4A	33.98
62	大连老虎滩海洋公园	现代娱乐类, 辽宁省, 大连市	5A	33.66
63	深圳欢乐谷	现代娱乐类, 广东省, 深圳市	5A	32.92
64	天津欢乐谷	现代娱乐类, 天津市	4A	32.00
65	天津海昌极地海洋公园	现代娱乐类, 天津市	4A	31.90
66	乐山大佛景区	人文景观类, 四川省, 乐山市	5A	31.82
67	大报恩寺遗址公园	人文景观类, 江苏省, 南京市	4A	31.80
68	大唐芙蓉园	现代娱乐类, 陕西省, 西安市	5A	31.77
69	拉萨布达拉宫景区	人文景观类, 西藏自治区, 拉萨市	5A	31.48
70	普陀山风景名胜区	人文景观类, 浙江省, 舟山市	5A	30.64
71	黄果树大瀑布景区	自然景观类, 贵州省, 安顺市	5A	30.46
72	华山风景名胜	自然景观类, 陕西省, 渭南市	5A	30.35
73	乌镇西栅景区	人文景观类, 浙江省, 嘉兴市	5A	29.92
74	北京动物园	现代娱乐类, 北京市	4A	29.82
75	大连森林动物园	现代娱乐类, 辽宁省, 大连市	4A	29.77

指数排名	景区名称	景区分类 / 省份 / 城市	景区等级	THI
76	灵隐飞来峰景区	人文景观类, 浙江省, 杭州市	其他	29.67
77	凤翔温泉旅游度假区	自然景观类, 河南省, 洛阳市	4A	29.22
78	上海中心·上海之巅观光厅	现代娱乐类, 上海市	其他	28.97
79	青岛啤酒博物馆	博物馆类, 山东省, 青岛市	4A	28.53
80	泰山风景名胜	自然景观类, 山东省, 泰安市	5A	28.17
81	郑州市动物园	现代娱乐类, 河南省, 郑州市	其他	27.77
82	玉龙雪山景区	自然景观类, 云南省, 丽江市	5A	27.57
83	武汉海昌极地海洋公园	现代娱乐类, 湖北省, 武汉市	4A	27.57
84	南昌滕王阁旅游区	人文景观类, 江西省, 南昌市	4A	27.21
85	白云山风景名胜	自然景观类, 广东省, 广州市	5A	26.58
86	杭州乐园	现代娱乐类, 浙江省, 杭州市	4A	26.57
87	慕田峪长城	人文景观类, 北京市	5A	26.36
88	青秀山旅游区	自然景观类, 广西壮族自治区, 南宁市	5A	26.14
89	狮子林	人文景观类, 江苏省, 苏州市	5A	26.14
90	台儿庄古城	人文景观类, 山东省, 枣庄市	5A	26.11
91	济南动物园	现代娱乐类, 山东省, 济南市	其他	26.01
92	张掖七彩丹霞旅游景区	自然景观类, 甘肃省, 张掖市	5A	25.47
93	淹城野生动物世界	现代娱乐类, 江苏省, 常州市	4A	25.27
94	亚特兰蒂斯失落的空间水族馆	现代娱乐类, 海南省, 三亚市	其他	25.11
95	豫园	人文景观类, 上海市	4A	24.93
96	成都海昌极地海洋公园	现代娱乐类, 四川省, 成都市	4A	24.90
97	上海世纪公园	人文景观类, 上海市	4A	24.65
98	杭州西溪国家湿地公园(周家村)	自然景观类, 浙江省, 杭州市	5A	24.64
99	华清宫景区	人文景观类, 陕西省, 西安市	5A	24.39
100	鹿回头风景区	自然景观类, 海南省w 三亚市	4A	24.37

中国旅游景区欢乐指数 (THI) 排名

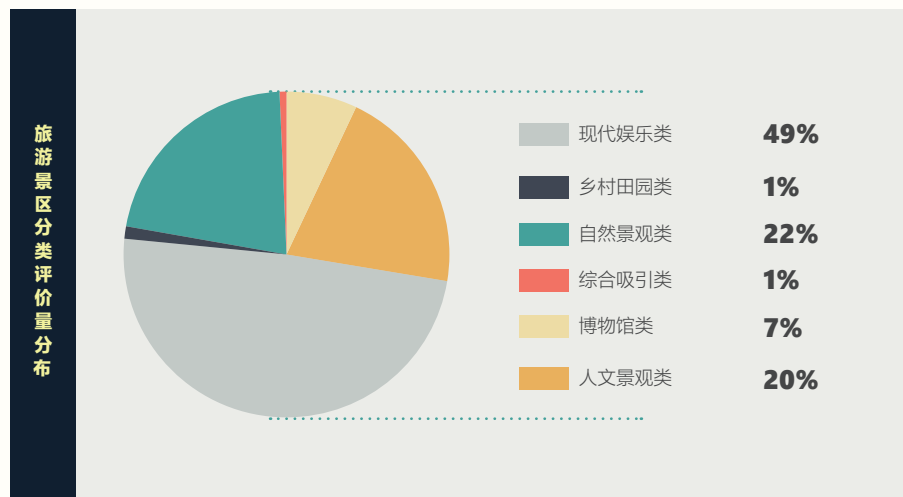


注: 因缺少台湾、澳门的景区数据, 暂未计算景区欢乐指数。

2019 年度，本报告监测的中国旅游景区欢乐指数呈现如下特点：

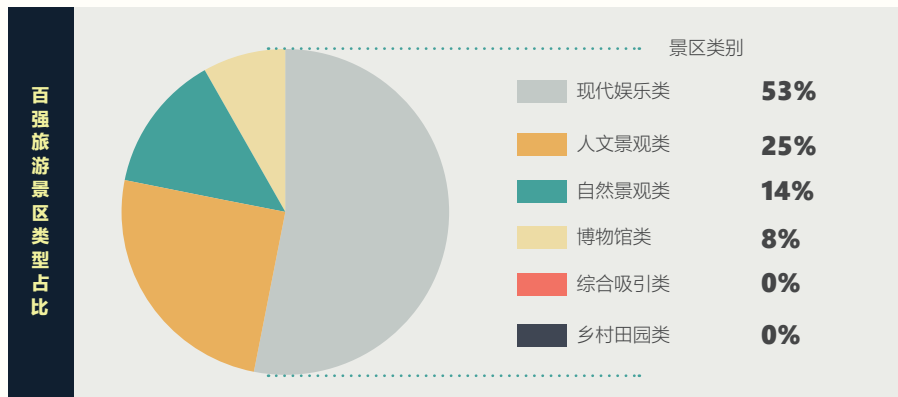
旅游景区得以可持续发展必须依托一定的旅游产品，不同旅游产品对游客的吸引力有差异，因此受欢迎程度也有不同。消费者对旅游产品的总体印象、项目体验的路线设计、价格优惠、交通规划、设施服务、设备安全、信息服务等因素都会影响其受欢迎程度。只有为游客提供方便、安全、舒适、实惠和愉悦的旅游产品和服务，才能获得游客较高程度的认同和喜爱。

根据大数据全年跟踪监测，我们发现游客关注度最高的是现代娱乐类景区，占 49%；自然景观类景区其次，占 22%，紧随其后的是人文景观类景区，占 20%；博物馆类景区占 7%，乡村田园和综合吸引类景区各占 1%，共同形成了我国的旅游景区生态圈。



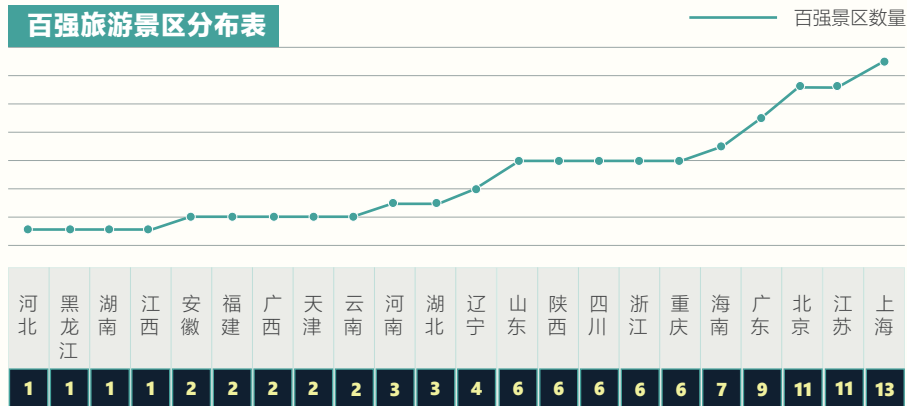
(1) 现代娱乐类景区备受青睐。

从百强旅游景区类型中发现，全国最受欢迎的旅游景区类型主要集中在现代娱乐类（占 53%），其次是人文景观类（占 25%），自然景观（占 14%）和博物馆（占 8%）也有不俗表现，乡村田园和综合吸引类没有景区进入百强名单。



(2) 都市周边游成为主力。

考量假期长短、交通便捷、体验强弱，在经济相对发达的省市，路网密布，都市周边游成为主力。上海、江苏、北京、广东成为最大赢家，百强旅游景区数量相对集中。欢乐指数百强旅游景区中有 44% 分布在这四大省市中，经济发达，交通便利，旅游综合体验上乘。



(3) IP 王者，强者恒强。

根据大数据监测，追踪研究一年来的 THI 值，欢乐指数首尾差距很大，头部旅游景区综合效应明显。旅游景区欢乐指数前三分别是北京故宫博物院、上海迪士尼度假区、成都大熊猫繁育研究基地，悠久的历史文化底蕴和强大的品牌效应是这三个旅游景区成功的核心要素，无论是故宫、迪士尼还大熊猫，都是具有强大号召力的超级大 IP。

中国旅游景区欢乐指数（THI）排名

自然景观类（前 20 名）

指数排名	景区名称	省份 / 城市	景区等级	THI
1	黄山风景名胜	安徽省, 黄山市	5A	49.80
2	蜈支洲岛旅游区	海南省, 三亚市	5A	42.93
3	鼋头渚景区	江苏省, 无锡市	5A	41.83
4	张家界天门山国家森林公园	湖南省, 张家界市	5A	39.70
5	趵突泉公园	山东省, 济南市	5A	38.63
6	天涯海角游览区	海南省, 三亚市	4A	37.35
7	亚龙湾热带天堂森林公园	海南省, 三亚市	4A	35.96
8	峨眉山景区	四川省, 眉山市	5A	34.85
9	黄果树大瀑布景区	贵州省, 安顺市	5A	30.46
10	华山风景名胜	陕西省, 渭南市	5A	30.35
11	凤翔温泉旅游度假区	河南省, 洛阳市	4A	29.22
12	泰山风景名胜	山东省, 泰安市	5A	28.17
13	玉龙雪山景区	云南省, 丽江市	5A	27.57
14	白云山风景名胜	广东省, 广州市	5A	26.58
15	青秀山旅游区	广西壮族自治区, 南宁市	5A	26.14
16	张掖七彩丹霞旅游景区	甘肃省, 张掖市	5A	25.47
17	杭州西溪国家湿地公园（周家村）	浙江省, 杭州市	5A	24.64
18	鹿回头风景区	海南省, 三亚市	4A	24.37
19	鸽子窝公园	河北省, 秦皇岛市	4A	23.09
20	安徽九华山风景区	安徽省, 池州市	5A	19.63

人类向大自然汲取营养，获取力量，转化为欣欣向荣的生命力和创造力，所以自然景观类景区自古以来长盛不衰。根据对自然景观类景区全年的监测，自然景观受到各年龄层次的欢迎。尽管人类喜欢纵情山水，但是，因为有些自然景观地处偏远，到达性较差；翻山越岭，体验比较辛劳；面积较大，服务很难做到周全，所以从整体上看，自然景观类的景区欢乐指数不高。2019 年度，本报告监测的自然景观类旅游景区欢乐指数呈现如下特点：

影响力是自然景观的关键因素

全国自然景区前十强，涵盖了我国头部自然景观，如黄山、华山、张家界、峨眉山等。自然景观类旅游景区以知名山岳、河湖为核心景点，具有独一无二的资源和品牌效应，拥有较强的传播力。基于已有资源的多元化休闲产品研发、高质量服务水平、价格水平及交通便捷度也是影响排名的重要因素。

景区规模对指数影响较大

特大型、大型自然景观整体欢乐指数高于中小型自然景观的欢乐指数值。特大型自然景观类旅游景区欢乐指数榜单中以山岳资源为核心的旅游景区（黄山、峨眉山、华山、泰山等）是重要的旅游热点，约占据前二十榜单的 60%。特大型 5A 级旅游景区自身多具有较高的知名度和品牌吸引力，能够适应全年龄段的旅游需求。

影视传播推动自然景区欢乐指数长足进步

一些具有独特景观的自然景区，往往会吸引影视剧组来取景，影视传播扩大了影响力，推动欢乐指数长足进步。例如张掖七彩丹霞旅游景区集神奇的自然和独特的人文景观于一体，具有很高的科考和旅游观赏价值，也经常有剧组到这里取景。例如电影《太阳照常升起》、《三枪拍案惊奇》、电视剧《神探狄仁杰（第三部）》在这里取景，吸引了大量游客前往观赏打卡。

小型自然景观以其交通便捷而备受欢迎

小型自然景观偏向城市核心区域或城郊，交通便捷，对周边游或家庭游吸引力较大，大多作为周末休闲娱乐的好去处。例如蜈支洲岛是海南岛周围为数不多的有淡水资源和丰富植被的小岛，拥有情人桥、海洋之星、情人岛等著名景点。无锡鼋头渚位于太湖之滨，是国家级重点风景名胜，中国著名赏樱基地，每年樱花季游客接待量相当可观。自然景观的优势在于资源的稀缺性，但劣势在于通常面积较大，景区服务难以全面覆盖，游客的综合体验感相对较低，导致欢乐指数值较低。

中国旅游景区欢乐指数（THI）排名

人文景观类（前 20 名）

指数排名	景区名称	省份 / 城市	景区等级	THI
1	颐和园	北京市	5A	90.52
2	拙政园	江苏省, 苏州市	5A	62.11
3	天坛公园	北京市	5A	59.20
4	黄鹤楼公园	湖北省, 武汉市	5A	55.20
5	圆明园景区	北京市	5A	53.16
6	瘦西湖风景区	江苏省, 扬州市	5A	51.18
7	都江堰景区	四川省, 成都市	5A	47.20
8	鼓浪屿旅游区	福建省, 厦门市	5A	42.95
9	古北水镇	北京市	其他	40.15
10	宏村风景区	安徽省, 黄山市	5A	37.30
11	西安城墙	陕西省, 西安市	5A	37.12
12	灵山小镇拈花湾	江苏省, 无锡市	其他	37.03
13	虎丘山风景名胜	江苏省, 苏州市	5A	35.64
14	西湖风景名胜	浙江省, 杭州市	5A	35.56
15	乐山大佛景区	四川省, 乐山市	5A	31.82
16	大报恩寺遗址公园景区	江苏省, 南京市	4A	31.80
17	拉萨布达拉宫景区	西藏自治区, 拉萨市	5A	31.48
18	普陀山风景名胜	浙江省, 舟山市	5A	30.64
19	乌镇西栅景区	浙江省, 嘉兴市	5A	29.92
20	灵隐飞来峰景区	浙江省, 杭州市	其他	29.67

随着经济发展和人均收入上升，大众消费理念转向品质追求和文化自信，“国潮”文化兴起，反映在旅游行业，文化深度体验休闲游渐趋火热。人文景观类景区因注重在旅游产品中增加文化内涵，增强了景区吸引力，提高了游客的体验性和参与性，获得游客认同，欢乐指数值总体较高。另一方面，虽然与历史文化知名度有强烈的正相关性，但可以看出人文景观类景区内容展示的多媒体化与高科技化是景区好评增加的主要原因之一。尝试利用社交媒体手段来提升年轻人的关注、让游客与艺术化的历史人文产生互动，令景区呈现“网红化”。

中华文明符号和鲜明的历史地理文化特征贡献景区核心价值

分类排名前 10 位中，颐和园、拙政园、天坛、黄鹤楼、圆明园、瘦西湖、都江堰、鼓浪屿，皆为我国园林、祭祀、建筑、水利、风光诸文化代表，堪称中华文明符号物，具有非常鲜明的历史地理文化特征与教育意义，研究价值、教育价值和应用价值突出。北京颐和园作为保存最完整的皇家行宫御苑和“皇家园林博物馆”，成为中国园林的代表作品之一。另外，由于得天独厚的历史原因，北京域内人文景区在前 10 名中占有 4 席，包括颐和园、圆明园、天坛、古北水镇，成为重要的文化旅游目的地城市。

产品创新活动显著提升景区欢乐指数排名

注重多媒体与高科技展示、游客体验以及运营创新，令景区受到年轻游客的青睐。知名度一般的南京大报恩寺，在景区为游客提供穿戴汉服拍照并在社交媒体分享的服务，创造出受到年轻人强烈追捧的网红打卡点，在各大社交平台反馈良好，使景区产生了良好的口碑裂变。西安城墙融入了夜间灯光表演与城墙站岗表演打造文化的深度体验，吸引了众多游客参与并给予好评。

新建文化类景区深度挖掘在地文化资源

古水北镇、拈花湾、乌镇等部分新建文化类景区，即使没有深厚历史背景的支撑，仍致力挖掘在地文化资源——古长城、禅宗、江南风情等，并强调“旅游 + 互联网”模式创新，打通吃、住、行、游、购、娱等旅游要素全链条，满足当下爆发式增长的亲子与休闲游需求，欢乐指数值超出很多知名历史文化景区。

中国旅游景区欢乐指数（THI）排名

博物馆类（前 20 名）

指数排名	景区名称	省份 / 城市	景区等级	THI
1	北京故宫博物院	北京市	5A	267.58
2	南京总统府	江苏省, 南京市	4A	94.15
3	秦始皇兵马俑博物馆	陕西省, 西安市	5A	86.60
4	上海科技馆	上海市	5A	55.30
5	陕西历史博物馆	陕西省, 西安市	4A	44.65
6	沈阳故宫博物院	辽宁省, 沈阳市	其他	39.32
7	青岛啤酒博物馆	山东省, 青岛市	4A	28.53
8	上海杜莎夫人蜡像馆	上海市	4A	23.28
9	成都金沙遗址博物馆	四川省, 成都市	4A	21.53
10	海军博物馆	山东省, 青岛市	3A	19.72
11	中国国家博物馆	北京市	其他	19.65
12	广东科学中心	广东省, 广州市	4A	19.07
13	张氏帅府博物馆	辽宁省, 沈阳市	4A	17.24
14	北京汽车博物馆	北京市	4A	15.93
15	上海博物馆	上海市	4A	15.5
16	成都武侯祠博物馆	四川省, 成都市	4A	12.01
17	上海自然博物馆	上海市	其他	11.15
18	湖北省博物馆	湖北省, 武汉市	5A	10.55
19	北京杜莎夫人蜡像馆	北京市, 北京市	其他	10.23
20	丽江古城博物院（木府）	云南省, 丽江市	4A	9.17

近年来，随着展陈方式的不断更新和手段的日益多元化、展品类型的不断丰富和展品数量的不断增加，国内博物馆的发展出现了显著变化。据国家文旅部统计显示，2018 年超过 90% 的游客参加了文化活动，前往博物馆、科技馆等游客达到 40% 以上，博物馆、科技馆等正在成为文旅融合的热点领域和重要载体。博物馆类景区由于拥有丰富而独特的文化资源，因而具备较强吸引力。然而，只有在品牌塑造、展陈设计、文创开发上更加迎合青少年群体需求的博物馆，才能获得游客的高度认可。

博物馆类排名呈现两极分化，数字化故宫独占鳌头

故宫博物院欢乐指数高达 267.58，全类综合排名第一。故宫博物院利用网络平台推出“故宫名画记”“数字文物库”“数字多宝阁”和虚拟展览，将超过 186 万件 / 套藏品进一步活化、呈现。以高清影像记录故宫各个院落的“全景故宫”栏目，通过官网、微信号、视听馆深度展示。南京总统府（中国近代史博物馆）和秦始皇兵马俑博物馆也处于较高水平。但是从 16 名开始，欢乐指数值下降较快，个别博物馆的欢乐指数只有个位数，与前三名形成较大反差，这种偏离程度在各个分类排名中最为明显。

文旅融合存在一定难度，运营创新是关键

中国国家博物馆（由原中国历史博物馆与原中国革命博物馆合并）、南京博物院、上海博物馆等历史类博物馆，属于传统意义上的博物馆，比较注重文化定位和教育功能，旅游开发偏弱，因此欢乐指数值普遍较低。成都武侯祠、北京杜莎夫人蜡像馆的旅游功能大于教育功能，欢乐指数同样偏低，都存在较大提升空间。被划入其他类别的青岛啤酒博物馆，确切地说属于工业遗产博物馆，并且赋予了丰富的旅游功能，获得了相对较高的评价，其做法值得关注 and 借鉴。

科技馆获得新技术加持，未来发展空间大

从排名分析，上海科技馆位置靠前，也赢得良好国际声誉；广东科学中心也进入前 20 名，显示了科技型博物馆的发展前景。上海科技馆的做法是，加强高新技术科普，让观众深度体验虚拟现实、增强现实、智能穿戴、机器人、高端医学影像等各类高新技术展品。它总共有 5 大展馆，7 大展区，还有 4 个影院（立体巨幕影院、球幕影院、四维影院和太空影院），智慧之光馆、食物的旅行、彩虹儿童乐园等受到市场认可。而单纯以分类、发展或生态的方法展示自然界，以立体的方法从宏观或微观方面展示科学成果，如中国地质博物馆、自贡恐龙博物馆等，欢乐指数值均偏低。

中国旅游景区欢乐指数（THI）排名

乡村田园类（前 20 名）

指数排名	景区名称	省份 / 城市	景区等级	THI
1	黄龙溪欢乐田园	四川省, 成都市	其他	19.02
2	广东盈香生态园	广东省, 佛山市	4A	10.05
3	大丰荷兰花海景区	江苏省, 盐城市	4A	6.48
4	广州百万葵园主题公园	广东省, 广州市	4A	4.63
5	金卉庄园度假区	湖北省, 孝感市	4A	4.09
6	秦皇岛集发农业梦想王国	河北省, 秦皇岛市	4A	4.06
7	观澜山水田园农庄景区	广东省, 深圳市	4A	3.76
8	深圳市西部海上田园旅游区	广东省, 深圳市	4A	3.61
9	蔚然花海旅游景区	四川省, 成都市	4A	3.00
10	袁家村 - 关中印象体验地景区	陕西省, 咸阳市	4A	2.15
11	沂南竹泉村旅游区	山东省, 临沂市	4A	2.03
12	深圳光明农场大观园	广东省, 深圳市	4A	1.77
13	杭州湾海上花田景区	浙江省, 绍兴市	4A	1.49
14	天宫庄园休闲旅游区	浙江省, 宁波市	4A	1.48
15	新疆农业博览园	新疆维吾尔自治区, 乌鲁木齐市	4A	1.22
16	永记生态园景区	广东省, 惠州市	4A	1.21
17	无锡田园东方蜜桃村	江苏省, 无锡市	其他	1.10
18	光明小镇欢乐田园	广东省, 深圳市	其他	0.94
19	大浦乡村世界	安徽省, 芜湖市	4A	0.78
20	花都香草世界旅游度假区	广东省, 广州市	其他	0.78

随着快节奏、高强度成为都市人生活的常态，疲惫的身体与紧绷的精神常常渴望能够回归传统生活场景，感受生活本真的味道。基于此诉求，提供乡村原有真实情境体验的乡村田园类旅游景区应运而生，并呈现出以下特点：

我国乡村田园类旅游景区处于起步阶段

整体来看，乡村田园类旅游景区欢乐指数值均较低，排名第一的黄龙溪欢乐田园欢乐指数值也只有 19.2，更多旅游景区的欢乐指数值不足 1，由此可见此类产品的存在较大提升空间，发展前景相对广阔。

欢乐指数值较高的旅游景区多分布在我国华南和华东地区

在欢乐指数值排名靠前的 20 个旅游景区中，40% 分布在华南地区，主要位于广东省，30% 分布在华东地区，包括浙江省、江苏省、安徽省和山东省。这是因为乡村田园类旅游景区的游玩体验受气候条件影响较大，风、云、雨、雪、霜等物理现象的变化使游客评论的好坏随机性增加，因此气候条件优良的地区其乡村田园类旅游景区欢乐指数值较高。同时，这一数量分布也反映出华南地区和华东地区的乡村田园类旅游景区市场竞争激烈。

丰富的田园体验是游客的关注重点

从欢乐指数值排名来看，体验内容种类多样的旅游景区，其欢乐指数值数倍于单纯观光的旅游景区。如欢乐指数值排名第一的黄龙溪欢乐田园，集合了休闲旅游观光、农牧生态体验、游乐设备体验和综合演艺观赏等内容，其 THI 为 19.02，而以生态观光为单一功能的光明小镇欢乐田园 THI 仅为 0.94。

景区周边的亲子家庭是主要客群

从监测到的原始评论来看，无论是在一级指标还是在二级指标的任何一类评论里进行检索，“亲子”、“家庭”、“孩子”、“宝宝”、“家人”、“小朋友”等关键词的出现频次占到各类评论数量的 70% 以上，由此可以看出，抓住亲子客群是乡村田园类旅游景区的制胜关键。

中国旅游景区欢乐指数（THI）排名

现代娱乐类（前 20 名）

指数排名	景区名称	省份 / 城市	景区等级	THI
1	上海迪士尼度假区	上海市	其他	194.71
2	成都大熊猫繁育研究基地	四川省, 成都市	4A	128.36
3	香港迪士尼乐园	香港特别行政区	其他	117.58
4	长隆野生动物世界	广东省, 广州市	5A	102.94
5	珠海长隆海洋王国	广东省, 珠海市	其他	101.73
6	上海海昌海洋公园	上海市	其他	94.94
7	上海野生动物园	上海市	5A	94.43
8	北京欢乐谷	北京市	4A	83.42
9	长隆欢乐世界	广东省, 广州市	5A	78.81
10	上海东方明珠广播电视塔	上海市	5A	77.05
11	上海欢乐谷	上海市	4A	63.69
12	中华恐龙园	江苏省, 常州市	5A	60.67
13	长隆水上乐园	广东省, 广州市	5A	54.60
14	华谊兄弟电影世界	江苏省, 苏州市	其他	53.81
15	重庆欢乐谷	重庆市, 重庆市	4A	52.42
16	武汉欢乐谷	湖北省, 武汉市	4A	49.39
17	成都动物园	四川省, 成都市	其他	49.07
18	深圳世界之窗	广东省, 深圳市	5A	47.67
19	宋城	浙江省, 杭州市	4A	46.99
20	广州塔	广东省, 广州市	4A	45.30

现代经济社会的发展和生产生活方式的改变，大众习惯快节奏的生活，体验与平时不一样的生活，与朋友社交的娱乐场所需求旺盛，为工作和生活的压力寻找释放点。现代娱乐型景区以带有主题性的人造景观为核心吸引物，满足了现代人快节奏的生活，是家庭和朋友结伴周边游的主要首选目的地，以便利的交通优势和娱乐属性强为现代娱乐型景区带来大量流量，品牌和 IP 赋能为景区带来品质化的提升，参与性的沉浸式场景、动物类主题与器械娱乐结合的娱乐方式成为主流。

区位优势是关键，华东和华南地区整体服务质量最好，西南是热点区域

华东和华南地区的现代娱乐类旅游景区占比约 60%，西南地区占 13%。THI 指数前 20 名的旅游景区在华东和华南地区占比达 70% 以上，一线城市占比 55%，其中上海市和广州市的旅游景区各占 25% 和 20%，城市区位为休闲娱乐度假提供便捷交通条件和高品质游玩体验，上海和广州作为旅游目的性旅游城市，提供城市地标型、多种类、国际化、高品质的现代娱乐产品，上海市的旅游品牌更具多元化，广州以长隆为主。西南地区以重庆和成都为主，同时是各大品牌进驻热点区域。

品牌赋能服务品质标准化，IP 和主题仍是核心竞争力

现代娱乐类旅游景区的品牌分中以华侨城、华强、融创、海昌、长隆、宋城和迪士尼为主，THI 指数前 20 名的旅游景区品牌华侨城占 25%，长隆占 20%。品牌标准化的扩张带来品质的保证，形成游客良好的口碑效应，各品牌旅游的核心吸引物是游客前往该景区的主要因素。迪士尼的 IP 和国际化服务标准在游客口碑中占领高位。华侨城品牌以惊险刺激的器械设施类主题公园作为市场连锁扩张的核心吸引物，其在景点景色的游乐设施指标倍受关注。长隆品牌旅游景区以在粤港澳大湾区分布的集群效应和高品质的服务带来全国游客的高质量口碑。

亲子友好型产品受青睐，以动物作为核心吸引物的旅游景区优势明显

以奇幻 / 卡通人物类和动物类为主的合家欢型旅游景区 THI 指数高，THI 指数前 20 名榜单中动物类旅游景区占比最大（35%），其中以大熊猫品牌、长隆野生动物世界和海洋王国、海昌海洋公园和各地区的动物园为主。以成都大熊猫繁育研究基地为例，以独特的大熊猫 IP 作为核心吸引力为其带来高质量的口碑，但其景区秩序指标的负面影响最高，在一级指标中提及率高达 43.34%。开业两年的上海海昌海洋公园特点鲜明，通过海洋动物的核心 IP，在合家欢设施和旅游演艺指标中表现尤为突出，为其在娱乐等待时间的痛点上进行了弥补。

好玩性、票价、核心吸引物是当前影响游客体验的最重要的因素

在 11 个一级指标中，游客对景点景色指标的关注度高达 73.66%，其次是景区门票（占比 21.79%）和总体印象（占比 20.15%），其中的景点景色的二级指标景区秩序是游客反映的最大问题，第二大问题是游客等待时间。景区景色指标中最受关注的是游乐设施（占比 52.25%），门票价格指标中最受关注的是价格（占比 82.4%）。

年度小结

2019 年中国旅游景区欢乐指数排行榜

采用大数据技术对全国 1181 家景区样本动态监测，反映以下特点：

新媒体助力景区营销，数字化成为新趋势

故宫博物馆借力新媒体跨界营销，将原本严肃的博物馆打造成全国甚至全球的“网红 IP”，成为线上营销的典型案列，最终以 267.58 的欢乐指数值摘得综合排行榜“状元”。成都大熊猫繁育研究基地通过直播、短视频等方式还原萌趣国宝生活，利用大熊猫憨态可掬的超萌形象和网红导游小视频进行传播推广，不仅在网上海获了大量粉丝，也令基地成为成都旅游的特殊热门景点。成都大熊猫繁育研究基地以高达 128.36 的欢乐指数，成为欢乐指数排行榜第三名。不仅如此，故宫博物院和大熊猫基地通过 IP 提炼和周边文创产品开发，拓宽了景区发展空间和影响力。其他如南京大报恩寺和西安城墙，创新服务方式，增加表演类型，同时为游客提供社交媒体分享服务，创造网红打卡点，数字化助力品牌传播，效果明显。

主题公园类景区占比过半，依然是行业中流砥柱

在中国旅游景区欢乐指数年度综合排行榜中，主题公园占 50%，成为旅游景区的中流砥柱。包括主题公园在内的现代娱乐类景区欢乐指数值整体较高，主题公园类景区一直试图通过更引人入胜的体验来吸引游客。游客对大型主题公园的正面评论集中在娱乐项目、景观和住宿等方面。刺激惊险的器械设备、独特的主题 IP 营造、沉浸式演艺体验以及合家欢游玩项目等提升了游客满意度。

文化消费持续高涨，旅游从备选消费成为日常消费

具有深厚历史文化积淀的博物馆类景区受到热捧。旅游景区欢乐指数前十强中，仅博物馆就占了 4 席，分别是故宫博物院、南京总统府、颐和园、秦始皇兵马俑博物馆。全年看，包括博物馆等文化场馆在内的“文化 + 旅游”消费日趋活跃、频率提高、增速明显，更趋日常化，有效带动旅游产业的发展。

游客需求不断升级，更关注旅游品质和深度体验

随着经济水平的提高和文化旅游的持续发展，大数据研究显示，游客更加关注出行品质和深度文化体验。讲究吃好、住好、玩好的品质旅游正在取代观光打卡式的常规大众旅游。欢乐指数研究的重要方向就是游客体验。消费者对餐饮体验、交通体验、住宿体验、购物体验、服务体验的反馈量增加，对品质要求逐渐提高。

2019 年度中国旅游景区欢乐指数 THI 研究报告

主办：中国旅游景区协会 华侨城创新研究院

研发：华侨城创新研究院

数据支持：华侨城集团信息中心

总顾问：姚 军

学术顾问：霍建军

主编：许重光

副主编：谢 刚 尹 纾

首席研究员：肖良生

执行主编：陈 文

项目团队：林朝辉 何明威 祝思圆 何 燕 吴 奇

张 巧 姜允臻 刘艳平 赵雪彤 葛子敬 范 珣

设计：刘良辰 王 倩

© 版权所有。保留所有权利。

附录：

- 1.《报告》并不直接反映景区客流量和旅游收入，本研究旨在通过分析评价促进景区管理，并为游客提供出行参考。
- 2.《报告》致力于文旅产业发展及景区开发、建设、运营、服务提升等行业全产业链系统分析和咨询服务，如需订购详细研究报告或相关服务，可与我们取得联系。

Email: chinathi@163.com

电话：0755-86523556

地址：深圳南山区华侨城创意产业园 E5 栋 2 楼

邮编：518000

