

在恐龙园之后,常州本土也先后诞生了淹城春秋乐园和环球动漫嬉戏谷两个主题乐园,再加上周边的苏州乐园、安徽方特欢乐世界,2011年5月,“大佬”迪斯尼也敲定正式进入上海。面对“群雄逐鹿”的局面,常州人将如何应对?

□现代快报记者 陈超 何寅平 苏州报道

# 常州,离奥兰多还有多远?

## “当局者”： 有勇气代表中国跟迪斯尼PK



常州嬉戏谷 现代快报记者 路军 摄

### “竞争不一定是坏事”

对此,恐龙园股份有限公司常务副总田恩铭表示并不畏惧,“美国奥兰多几十个主题公园都发展得不错,有竞争不错,这样的情况下,我们应该关心的不是竞争对手,而是我们的上帝游客,应该考虑怎样才能吸引他们并留住他们。”

“迪斯尼来了只能让我们更加注重自己的品质,不排除,你看迪斯尼进驻香港反而对海洋公园的人气有所拉动,因此迪斯尼来了不一定是坏事情,而且我们也有勇气,代表中国跟迪斯尼PK。”

面对各大主题公园的竞争态势,常州淹城旅游区管委会副主任隋宏炳表示这是个好时机,“迪斯尼来了很好,我相信会对常州本土三个乐园乃至长三角地区都起到拉动作用,而且作为一个老牌乐园,我们也要向它学习经验,多讨教。”

对于常州打造中国的“奥兰多”,常州淹城旅游区管委会副主任隋宏炳表示“距离还有些远”,“不过随着乐园的增加,今后肯定也会往那方面发展。”

隋主任认为,应该跳出常州从长三角的立场来看,“苏州乐园,上海迪斯尼、欢乐谷,常州恐龙园、春秋乐园、嬉戏谷,今后的长三角势必会成为中国‘奥兰多’,世界看中国,中国看

长三角。”

隋宏炳建议,应该建立一个长三角主题乐园联盟,“一起学习探讨,实现共赢!”

### “不能卖了3年还是那10道菜”

主题公园没有特色肯定是件很麻烦的事,但有了特色也不代表就一劳永逸。江苏嬉戏族有限公司董事长闵伟明坦率地告诉记者,主题公园也有很大的风险,首先是运营成本较高,“游乐设施磨损很快,维护、运营成本非常高昂,这个是生存的难点之一。”

另外主题乐园除了紧扣主题特色外,还要不断地创新投入,满足游客的新鲜感,“不能说10道菜,卖了3年还是10道菜,肯定会乏味的。”基于这样的考虑,嬉戏谷二期工程将打造嬉戏海、洛克王国,嬉戏海将与嬉戏谷一脉相承,把动漫游戏元素和水元素进行到底,引进十余项全球顶级的水上游乐设施,如史上最高、最快的摩托艇过山车、疯狂汹涌的海啸池、极限眼镜蛇滑道、超级大水寨等,打造前所未有的水上嬉戏国度!

闵伟明透露:“还有一个通过高科技手段展示四大名著的场景,目前也在弄,预计两年后可以向游客开放。”

## “旁观者”： 中国版离美国版还有多远?



奥兰多哈利·波特主题公园 资料图片

### 常州主题公园还不够多

随着恐龙园、春秋乐园、嬉戏谷的陆续开业,旅游业界业内人士指出常州正从之前的旅游过境地往旅游目的地方向转变。“许多人今天玩了恐龙园,明天去嬉戏谷,这样能把人留下来,就势必带动了住宿、餐饮等消费。”

对于常州打造中国“奥兰多”,业内人士表示,目前雏形已基本具备,不过主题公园的数量还较少,“而且还要避免同质化发展,形成差异化互补。”

另外,相关业内人士也提醒,想要打造中国“奥兰多”也绝不仅仅是增加几个主题乐园这么简单,“旅游六要素:吃住行游购娱,游有了,其他5项要素的发展也要跟上,不然根本达不到利益最大化,人是来了,但是不消费有什么用呢?根本起不到对经济的拉动作用。”

据该业内人士指出,目前常州出租车数量就偏少,“所以行上就比较成问题”,该业内人士表示,在这5个配套方面,“应该政府要起到主导作用,多下功夫,先成为中国的主题公园的旅游目的地,然后再走向世界。”

### 需持续投入和更新升级

常州本地旅游行业一位人士也认为,常州几大主题公园

已成为常州旅游产业的标志性景区,对常州整个旅游产业、产业链的形成起到了巨大的带动作用。

“以前的常州一些景点,就像散落的珍珠,现在串起来了,”这位人士说,以前常州的旅游甚至排不到各大旅行社华东区域的热点旅游城市目录上,原来是一日游,经过近10年的努力,现在常州的旅游景区以主题公园为主,旅游的元素和产品都很丰富。

不过,这位人士也表示,单一的主题公园可持续性差,需要持续投入和更新升级。单靠单个的公园,可能眼前门票收入较高,长远来看就难说了,需要对其内涵进行拓展和延伸。比如恐龙园,现在不仅仅是做公园本身,还进入影视制作、动漫卡通甚至商业旅游地产等等,“这应该是一个比较好的发展方向。”

另外,从常州整个旅游产业发展来说,常州旅游目前还是华东区域性的,需要在休闲等方面做好文章,“通俗地说,人气来了,游客来了,光门票收入上去了还不行,不能让人家只是走马观花。游客来了,住下来了,你的夜生活够不够?消费体验、购物做得够不够?这些都需要跟上,需要着眼整体进行一条龙式的打造、包装和发展。”

## 声音

### 游客： 几年前要旅游 不会选择常州

南京游客路先生说,要是在几年前,他旅游不会选择常州,而现在到了常州却能玩个两三天,能把游客留住,确实有其独特的地方。“儿子一直嚷着要到恐龙园、嬉戏谷,这回终于有了空,打算在常州住两天,让他好好玩个够。”因为游客多,虽然在景区内排队等着玩项目让路先生有些心焦,但是常州旅游的服务让他感到很贴心。路先生说,在他入住的一家酒店里,摆在客房里的旅游小手册吸引了他的注意,“里面不仅有各大景区介绍,还有一份景区旅游图,图上的文字是用手写的,看了不但简单明了,还让人感到特别亲切。”

### 市民： 由质疑反对 到举手赞成

在当初建造恐龙园时,一些常州市民不但理解,甚至提出了反对的声音,而如今对于恐龙园,很多市民则改变了当时的偏见,“以前老说恐龙馆不要建成窟窿馆,现在很骄傲,因为很多人都知道咱们常州有个恐龙园,城市的知名度提高了!”

“以前跟苏州、无锡比,我们常州的旅游几乎没什么看的,作为市民,我们脸上也无光,现在三大主题乐园,再加上天目湖、太湖湾等,景点多了,人气也旺了,真为自己是常州人感到自豪!”常州市民黄女士说,作为常州本地人,像恐龙园等都可以办理年卡,想什么时候去都可以,常州的旅游发展了,本地市民也切实感受到受益。

### 非遗传人： 旅游业迅猛发展 拯救了本土非遗

金松群是常州梳篦厂有限公司董事长,他还是国家级非遗传承人、江苏省工艺美术大师。常州的梳篦有着1500多年的历史,然而,和很多非遗一样,却遭遇过传承和生存的困境。金松群说,在1998年东南亚金融危机爆发之前,主要营收的55%来源于出口东南亚。金融危机爆发,出口急剧下降。

金松群说,刚开始由于常州本地旅游产业没有发展,梳篦厂的主要客户在全国各地的重要景区,为各个景区量身定做工艺梳篦。“2010年前后,常州旅游产业进入了快速发展期,我们也跟着受益,3年来营业额翻了一番,去年一年营业额已经达到了600万元。”金松群说,他们的梳篦发展已经离不开旅游。如今的梳篦厂不仅有作为非遗传承的梳篦博物馆,还是常州的一个旅游景点。