



天目湖的天然山水是溧阳亮丽的名片 本版均为资料图片

常州“苏南现代化示范区建设”系列报道之四

# 文化和旅游携手成长

驱车经过沪宁高速常州段,三头恐龙雕塑簇拥成中华恐龙园的标志,已经矗立了十几年。很少有人从一开始,就看好这个“无中生有”的主题公园,但人们渐渐发现各个主题公园开了又关,只有恐龙园一直都在,而且还活的很好,越来越多的年轻人和带着孩子的父母一次又一次地去那里玩。

事实上,从2000年开园至今的14年间,恐龙园的游客人数已经突破2500万。国际主题公园及景点协会发布的《2011年亚洲主题公园人气指数报告》显示,恐龙园在大中华区位列第四。

除了“无中生有”的恐龙园,常州又陆续建设了“借题发挥”的春秋淹城,“化虚为实”的环球嬉戏谷,主题公园正在成为常州文化旅游的特色之一。

“尽管常州文化旅游产业在资源禀赋上并不占优势,但是在摸索中逐渐走出了一条文化旅游的融合发展之路。”常州市委书记阎立说。

2013年,常州旅游总收入达到596.98亿元,文化旅游行业各项指标均保持了20%以上的增速。

现代快报记者 杜晓明 李梦雅 蔡一飞 陶魏斌



天目湖生态园



天目湖的茶山

## 1 主题公园用文化打造

并非没有遭遇艰难时刻。

国内主题公园“一年兴,两年平,三年衰,四年败”的魔咒,始终是悬在恐龙园头上的达摩克利斯之剑。当“三年衰”遭遇非典,更是雪上加霜——非典肆虐时最少的一天,恐龙园只迎来了7位游客。

彼时,内部资源有限,外部环境也不好,“我们只能不停地造节”,常州恐龙园股份有限公司办公室主任陈青成回忆说。

造的是有文化的节。在恐龙园建园之初,就打出“科普+主题公园”的牌子,在这个时候发挥了作用——恐龙园举办了科普节;2004年东南亚海啸时,举办了海啸展。然后,拿着这些展览去找各个城市的教育局进行推广。这很对教育部门的胃口,在每年中小学春秋游的基础上,加入科普教育的元素,也是他

们的需求,甚至有几个地方的教育局还发了文件,专门组织学校到恐龙园春秋游。

如今,以恐龙文化为基础的科普教育,已经成为恐龙园的特色之一。每年三四月,都有盛大的恐龙文化节,将我国在恐龙领域最新的学术研究成果,以恐龙园独有的市场化手段进行包装,不仅深受游客欢迎,也得到了业界专家的认可。

“像我们这样的主题公园,离不开文化的打造。”陈青成说,恐龙园从开业之初,就将自己定位为文化旅游企业,“我们的核心目标,就是做成世界性的恐龙文化体验基地。”

恐龙园并不是一个人在战斗。它的身后,站着整个常州文化创意产业。

到恐龙园玩的小朋友,很喜欢一个体感交互游戏:站在大屏幕前,

做出相应的动作,屏幕上就会出现主角驱马奔腾的样子。这个在游戏产业中已经广泛应用的“绿幕深度沉浸体验系统”技术,就来自常州创意产业基地的金刚文化科技集团有限公司。

2009年,恐龙园原创制作的《恐龙宝贝》动画片在中央电视台首播,很快这四个可爱的恐龙宝贝原创动漫形象就走进恐龙园,转变为各种体验项目和衍生品销售。而不管是动画片还是衍生品,都是外包给创意产业基地里的企业来实现的。

动画片的播出,也给恐龙园带来了全新的变化。在此之前,恐龙园的游客基本集中在长三角;但是现在,全国各地的游客正在成为恐龙园的主力,其中有不少都是看过动画片的孩子,要求父母带他们去看看“恐龙宝贝的家”。

## 2 整合动漫产业链

以主题公园为平台,整合动漫产业链上的所有资源,更是一个全新的探索。

2003年,动漫产业被国家广电总局列为重点扶持的文化产业,到2012年,我国动漫产业总产值已经接近800亿元。

但是,中国的动漫产业目前尚未能形成一个良好的市场机制。以往惯常的做法,是动漫企业做了动画片,再花钱去求电视台播;电视台播是播了,但一个动画片放在后半夜播,能有几个人看?然后企业就回头来找政府,说电视台播了,你给我补贴。

阎立觉得不能鼓励这么干,“企业必须找真正的,依靠技术来吃饭的生存之道。”

泡泡兵,正是这样的一个践行

者。2005年,陈雷回到家乡创业,是首批入驻常州创意产业基地的企业之一。成立之初,他就确立了“做有品牌的内容,而不是有内容的品牌”的企业定位。要知道,当时中国动漫产业刚刚起步,大部分企业都是内容生产商,比如做电视动画片,或者是为这些动画片加工提供技术服务。品牌,是很多人尚未思考的问题。

但陈雷坚信,是品牌,而不是内容,最终能跑赢大盘。这也曾经让陈雷经历了最煎熬的等待——2007年,泡泡兵风靡网络,但陈雷却挣不到钱。最困难的时候,只剩下6个人,一个月500元生活费。

现在,陈雷已经从泡泡兵的品牌效应里,一年挣到了3000万人民币,酝酿了4年的游戏平台,也将在

今年正式投入运营。泡泡兵已经不仅是陈雷的品牌,更是常州文化创意产业的一个品牌。

数据显示,常州创意产业基地,已经入驻了动漫游戏、软件应用、网络文化、广告传媒、电子商务、创意设计和文化旅游7大产业集群的600多家企业,2012年实现营业收入182亿元,年平均增速达到了44%。

在阎立看来,虽然“常州的动漫创意和现代旅游等产业,在国内有先发优势,”但还不算特别成功。“我的要求比较高。”这位搞技术出身的市委书记这样说,“常州要把文化旅游和科技金融紧密结合,把文化旅游产业和经济结构转型紧密结合,为文化旅游插上新的翅膀。”

## 3 优化旅游空间布局

提到常州的旅游产业,不能不提天目湖。这个用“一锅砂锅鱼头”做亮的景区,已经实现了超过100亿的旅游收入,前来天目湖旅游的人数已经超过1000万。

天目湖的天然山水,带来了长三角地区罕见的好环境。“生态是溧阳最大的优势,也是可持续的潜力,”溧阳市委书记盛建良说,“也是溧阳最亮丽的名片”。

作为苏南唯一一个粮食自给有

余城市,溧阳将现代农业、旅游和生态保护结合起来,实现既在保护中受益,又在保护中发展。

白茶,位居中国六大茶类之一。如今,这个发源于浙江的茶叶,却与天目湖三个字紧密相连,这让白茶品种的输出方浙江安吉羡慕不已——天目湖茶叶的平均价格是安吉的一倍。人们说起白茶,自然而然说的就是“天目湖白茶”。

事实上,天目湖白茶并非来自

某一家茶园,而是由溧阳农林部门统一注册,制定统一标准。只有符合从生产到销售的各项质量标准的白茶,才允许被冠以天目湖的品牌。

旅游是个富民产业。根据常州市的规划,到2015年旅游增加值要比2010年翻一番,占全市GDP的7%。常州将建设成为华东乃至全国重要的文化创意基地和休闲旅游目的地。