



# “青果思享会”邀你品读名士

## 26日,河海大学纪玲妹教授讲述《常州人文始祖——季札》

9月26日下午,“常州文化下午茶”——“青果思享会”第5期分享活动将和大家见面。河海大学教授、博士,常州市季子文化研究会副会长纪玲妹,将与大家分享《常州人文始祖——季札》。

张敏



“青果思享会”第5期海报

### “品读名士”系列首场活动开启

“青果思享会”是常州全民阅读促进会重点推荐的全民阅读活动品牌,同时也是省级“书旅融合先行区”青果巷的知名文化品牌,2021年列入常州中吴文化艺术节的重要活动单元,由常州市委宣传部、常州市全民阅读促进会、常州晋陵投资集团指导,江苏晋陵文旅、天宁区宣传部主办,现代快报承办,常州青果巷历史文化研究院、“我们的节日”文化传承中心协办,分为“遇见大师”“品读名士”“红色青果”三大主题系列,让广大市民在家门口赴一场文化下午茶之约,与名家大师进行心灵对话,享受文化艺术盛宴。

“青果思享会”2021年第5期活动,也是“品读名士”主题系列的首场活动,得到了常州市季子文化研究会、河海大学地方文化研究所的大力支持。主办方邀请到了河海大学教授、常州市季子文化研究会副会长、江苏省地域文化研究会秘书长纪玲妹教授,将于9月26日下午2:30,在青果巷松健堂为大家分享“常州人文始祖——季札”。

纪玲妹教授长期从事中国文学与文化、传统文化、地方文化的教学与研究,先后出版《清代毗陵诗派研究》《黄仲则评传》等著作,曾获得常州市宣传文化系统“六个一批”人才、常州市哲学社会科学“十佳”先进工作者、常州市师德模范、河海大学优秀主讲教师等荣誉。

### “名士文化”是常州文化的名片

一条青果巷,半部常州史。青果巷是大运河文化带的明珠,紧邻大运河最古老段——南市河,因水而生、因水而兴、因水而盛。青果巷是常州文脉高地,书香盈巷,被誉为“江南名士第一巷”。自2020年“青果思享会”推出“青果思享会·遇见大师”主题系列后,主办方为了更好展示和推广“名士文化”,提升常州城市品牌的辨识度,策划了“青果思享会·品读名士”系列,从人文始祖季札开始,今后将陆续推出系列常州名士,讲好常州故事,让更多人了解常州文化。

### 季札是“名士文化”的典范人物

季札,春秋时吴王寿梦第四子,公元前547年封于延陵,被常州奉为“人文始祖”。《史记·吴太伯世家》记述了季札“让位”“归耕”“观乐”“使国”“挂剑”等事迹,其高尚的道德操守和礼乐文化,是孔子眼中的“延陵君子”。历史上,常州范围留下许多与季札有关的墓、庙、祠、碑,吴地江南重镇都不约而同把季札列为第一先贤。

为了纪念季子并研究、传承季子文化,常州市季子文化研究会于2020年正式成立,在市社科联和市民政局的指导下,深入开展季子文化研究和推广,推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

## 75辆新能源公交车投运上路



助力绿色出行,75辆新能源新车启航 通讯员供图

9月20-26日是公交出行宣传周,现代快报记者从常州公交公司获悉,为助力绿色出行,75辆新能源公交车——纯电动城市客车正式投运上路。据悉,这些城市客车将投放至B2和B11等线路。

据介绍,目前,常州共有城市公共汽车2179辆,其中新能源公交车676辆,占比31%。此次投

运的纯电动城市客车,整车采用全铝车身打造,自重轻、安全性高、能耗低,具有高效舒适、经济节能、智能驾控、安全可靠等特点,后期还将陆续有648辆纯电动客车投放运营。届时常州公交新能源车将达到1324辆,其中纯电动车951辆,新能源车占车辆总数比例将提升至61%。

周俊年 葛小林

## 首家社区“反诈体验馆”开放

“我以前只是觉得刷单不靠谱,压根没想到套路这么深,有人被骗几十万元。”“全职宝妈”杜静静取下耳塞,听完一段真实的诈骗录音后,心有余悸地说。9月22日,常州经开区公安分局潞城派出所“反诈体验馆”对外开放,接待了包括杜静静在内的首批15位体验者。据了解,这是常州首家社区“反诈体验馆”。

卜雅倩是潞城派出所曙兴社区民警,经开区反诈治理“排头兵”,曾创立“卜上当”反诈工作室。在日常反诈工作中,她发现,传统的以“说”和“展示”为主的反诈形式,效果有限,“我们挂在街头的反诈横幅、反诈标语,在朋友圈转发的反诈案例,甚至是当面提醒,难以让受众入脑入心。”

今年4月,卜雅倩设想能不能依托自己的社区平安前哨工作站,建立一个反诈体验馆。这个工作室最大的特色就是,受众获得一种“沉浸式”的体验感,类似于现在流行的线下推理游戏“剧本

杀”。她将设想汇报给了派出所、分局以及当地街道,得到了大力支持,体验馆于7月初正式动工,9月中旬初步完工。

据介绍,“反诈体验馆”位于曙兴社区居委会内,面积有60平方米,除了常规的反诈宣传,主推三大块“沉浸式”体验板块:首先,在门口反诈通过综合测试,每一位体验者必须做完一个线上“反诈测试”,里面有10道反诈测试题。题目做完后,可以分析得出,参观者具体属于哪种易受骗体质;其次,是语音体验板块,参观者戴上耳机,就能听到正式的诈骗语音,感受骗子的话术;第三,情境体验板块,参观者拿出手机扫描墙上的二维码,就可以开始情景体验,真实感受在刷单和冒充客服退款等骗局中,骗子是如何一步步套路你、榨干你。

经开区警方除了不定期组织居民、企业员工等体验,也欢迎市民在周一到周五的工作时间段到“反诈体验馆”参观。刘博文 葛小林

## 市场监管人参加“四史”教育电影课

9月14日至17日,常州市市场监管局及直属事业单位的400多名党员干部分批参加“光影辉映百年路 砥砺奋进新征程”——红色经典“四史”教育电影课。

活动中,市场监管党员干部们通过观看《永不消逝的电波》《柳堡的故事》和《上甘岭》等一批优秀影片,重温百年党史。大家纷纷表示,在观影中深受教育。这批电影展现了革命先烈们勇于奉献、敢于牺牲的动人故事,激励着大家发扬红色传统、传承红色基因,把爱

党爱国落实到实际行动中,以奋进姿态和扎实作风履行好市场监管部门职责。

以可视化学习资源推进“四史”教育,是常州市市场监管局党史学习教育中的重要举措。该局先后推出了打造“红色阵地”、寻找“红色足迹”和致敬“红色榜样”等一系列富有特色的“自选动作”。今后,常州市市场监管局将借鉴电影课活动经验,更多更好运用可视化学习资源,带动党员干部入脑入心,提升党史学习教育实效。 常州市 刘国庆

# 开园21载,创新再出发

## 恐龙园集团启动“大恐龙园”发展战略

近日,刚过完21周岁生日的常州恐龙园文化旅游集团有限公司再度开启新一轮创新驱动战略,全面启动“大恐龙园”发展战略。未来恐龙星球、创智中心、恐龙亚特兰特斯旅游综合体等一批文旅项目将拔地而起。同时,集团立下打造“百亿产值”和“百年企业”发展目标,推动恐龙创新文化不断裂变进化,助力常州建设长三角文旅中轴。

蒋健 张敏

### 初生与市场化

2000年9月,中华恐龙园开门迎客。当时国家地矿部原本是为了保护珍贵的远古动植物化石,拟建一座恐龙博物馆。在地矿部、常州市人民政府和中国地质博物馆三方合作下,恐龙园嬗变为一座以恐龙文化为核心的主题乐园,开创了“科普+游乐”的独特发展模式。此后,恐龙园集团每年都有新创举、新惊喜、新突破,引领中国文化旅游从“资源依赖型”向“市场创意型”转型。

集团2006年打造中国主题公园首部原创卡通音乐剧《乐回家》,2007年打造恐龙原创IP,2009年打造国内首场花车巡游,2010年环球恐龙城成为国家5A级旅游景区,2011年由恐龙园编制的主题公园行业首部国家标准《主题公园服务规范》发布实施,2014年新大门开启,环球恐龙城城郭初现,2016年由团队打造的金坛茅山“东方盐湖城(一

期)道天下”景区云开城现……20多年来,中华恐龙园景区累计接待游客人次逾6000万,名列全球主题公园权威研究机构AECOME名单上亚洲区第13位。

### 转型与裂变

恐龙园集团董事局主席、首席执行官沈波认为,2013年是恐龙园的“二次创业”,集团提出要“逃离”主题公园,从单一的主题公园开发运营商向“文化旅游产业投资服务运营商”转型。

恐龙园集团总结提炼了主题公园“5+3”发展模式、文旅景区“24H12M80Y”、模块理论等各类文化旅游专业理论,先后组建成立文旅研究、规划设计、文化科技、文化演艺、智慧旅游和旅游管理咨询等专业公司和平台,向文旅产业链的上下游不断延伸布局。

这次战略转型,让恐龙园集团实现了投资开发业务、周边服务业

务和项目运营业务的多元增效。在深受疫情影响的2020年,恐龙园集团创新业务逆势上扬。目前,已在上海、天津、江苏、浙江、安徽、山东、贵州、甘肃、河南、湖北、青海、陕西及海南等地实施文旅合作项目近300项,更多烙上“恐龙”基因和文旅项目在全国遍地开花。

### 创新再出发

今年初,恐龙园集团文化战略再度提升,从“恐龙形象”向“恐龙对人类现实意义”升级,传递“不让恐龙的昨天成为人类的明天”的价值导向,并提出“亲近自然、保护环境、珍爱生命、守护家园”的绿色宪章。相继研发小模块产品恐龙人俱乐部、恐龙人防灾避险体验馆、恐龙人特色餐秀;中模块产品恐龙人部落、恐龙欢乐农庄;大模块产品中华恐龙园、恐龙星球等,打造独特的核心竞争力,积极践行绿色理念。

作为常州文旅领军企业,恐龙园集团积极谋划,又启动“大恐龙园”战略,实现“东进、西拓、南征、北上”全方位文旅赋能,通过对环球恐龙城东部天宁青龙等区域实施合纵连横打造,常州城西金坛茅山旅游度假区实施升级改造,常州老城厢和大运河沿岸城市更新及创新运营、常州新北区全域旅游资源挖掘和深耕,以实际行动支撑长三角文旅中轴建设。