



济南融创文旅城能否借力“文化+”，实现不同业态之间的互动和联系，为城市打造“精神引力场”和“文化地标”——

文化视点

加强工业遗产保护再利用

做迪士尼一样的文旅产品

文化观察

□ 本报记者 朱子钰 本报通讯员 汪霏霏

态彼此关联，共同为消费者营造了一个文化内涵丰富的欢乐体验世界。融创乐园占地43万平方米，是济南首个开放式主题乐园，以欧式风格为主题，设计了魔法小镇、冒险港湾、精灵森林、矮人农庄四大沉浸主题区域，30多套世界顶级游乐设备为游客创造非同寻常的欢乐体验；水世界建筑面积3.8万平方米，是济南首个全天候、全客群亲水乐园。以东南亚热带海岛风情为主题，整体分为海浪区、丛林区、无边泳池三大区域，最多可同时容纳近万人；海世界是集观赏、科普、演艺、娱乐于一体的多功能海洋文化体验中心，不仅有海洋动物展示互动，还有海洋主题游乐设备体验。这些项目都为游客提供了丰富的娱乐体验方式，同时连接购物中心、酒店、剧院等，更加凸显出文旅产业集“吃、住、行、游、娱、购”体验性于一身的“全域性”趋势。

对“全域性”的追求，从济南融创乐园推出的沉浸式夜游体验中看得格外真切：比如“2021夜夜夜阿狸之炫彩的夜”主题夜游，将ARIP元素、互动装置、全息投影以及激光科技等结合，与花车巡游、DJ电音秀，以及精灵森林和矮人农庄等沉浸式区域串联组合成极具特色的旅游项目。为游客提供了差异化需求明显的新消费场景与体验，成为夜游“爆款”项目，有效地延伸了济南夜经济的深度和广度。

文旅商业逻辑的自治

不少学者将文旅城定位为“文化+地产”的休闲度假模式，认为这是我国出现的一种独具特色的文旅融合模式，主要为休闲度假产品，既有旅游度假功能，也有文化休闲功能。如深圳东部华侨城、杭州休闲博览园、恒大文化旅游城、海南观澜湖华谊影视公社等，这些“文化+地产”项目大都由房地产企业主导开发建设。可以说，文旅城的商业模式无一不闪现着地产的关键角色。

融创中国最初是一家商业地产企业，2018年开始组建融创文旅集团，逐渐发展为以地产为核心主业，坚持“地产+”战略，布局六大板块：融创地产、融创服务、融创文旅、融创文化、融创会议会展、融创医疗健康。所以，融创文旅城带来的商业模式也可以理解为“在存量时代的商业地产中创造出一种全新的消费形态和消费场

景”，文旅产业释放的新消费空间，帮助这种模式实现存量项目的优化和增量项目的扩容。

在融创文旅的这一定义模式中，文、商、旅三者不可切割——旅是枢纽，解决覆盖半径的流量；商是利刃，切开流量的诉求；文是底蕴，提高流量的黏性。如果是单纯的房地产项目，或许就成了一座没有生命的钢筋水泥。融入文旅元素，便可以有效提升存量地产的价值，并且这些价值变现的模式更为创新。开放式经营的方式，让文旅城中各业态之间实现叠加融合，这些增量项目可以最大限度发挥作用。以融创乐园为例，其采用“0元入园+分票制”的模式，降低了游客入园的成本。所有游乐项目单独售票，游客可以自由选择。这样一来，融创主题乐园主动开放，给了消费者前往体验的理由，延长了停留时间，也创造了潜在的消费机遇——给其他业态带来了人流。并且，济南融创文旅城涵盖了“吃、住、行、游、娱、购”全方位的业态组合，即便是对融创乐园不感兴趣，消费者抱着“来都来了”的心态，肯定会去“逛一逛”其他项目。“舍弃门票经济，能大大提高入园人流，以此带动综合收入水平实现大幅增长，总的来看完全不亏。”

融创文旅城这种破圈打法，使其建立了一套独特的文旅商业逻辑。从市场反应来看，无疑已实现了自治。据报道，2020年，融创文旅总收入38.8亿元，同比增长36%。不仅仅是在济南，其他城市已经开业的文旅城也十分火爆。昆明、成都、重庆等融创文旅城开业期间客流量均达到30万人次以上。每一座融创文旅城均具备融创乐园、融创酒店和融创酒店三大业态，成为标志性项目。除了统一布局的标配业态，融创文旅还根据不同地域特点，与项目所在地的传统文化深度融合，对雪世界、海世界、水世界、电影世界、体育世界、秀场、大剧院和会议中心等项目进行多样化组合，打造“一城一色”。这些都大大增强了文化与地产的深度融合和共同成长。

做迪士尼一样的文旅产品

当文化和旅游融合在一起时，对旅游资源和旅游产品的内涵要求，以及结合整个市场的需求变化，都可能进入一个新的旅游时代。但是目前国内文旅产业和文旅市场表现为两个不匹配，即低水平、低质量的旅游产品供过于求，而高水平、高质量的旅游产品供不应求。中国亟须打造自己的世界文旅企业，创造出更多适合家庭游的文旅产

日前，济南融创文旅城正式开城。开业期间，来自全国各地共计55万人次的游客涌入这座欢乐之城，可谓开局火爆。

对于融创文旅城，济南寄予厚望，期待它能成为全省最值得来到的文化地标之一。在这座指向未来的文旅城里，市民的期待能否实现，时间自会给出答案。

同时，对有志于以不一样的方式做迪士尼的融创文旅集团（简称融创文旅），能否像迪士尼一样在一个相对有限的空间，以文化融合实现不同业态之间的互动和联系，为城市打造“精神引力场”和“文化地标”？济南融创文旅城也提供了一个最具解剖价值的“样本”。

“对的时间遇上对的人”

一张全新的世界级文旅名片落户济南，绝对不是偶然，而是文化消费升级、文旅业态更新等多种因素综合作用的结果。济南遇上融创文旅城，怎么看都是“对的时间遇上对的人”。

“四面荷花三面柳，一城山色半城湖”，济南作为国家历史文化名城，自然资源丰富，历史文化资源厚重，拥有趵突泉、大明湖、千佛山等风景名胜，李清照、辛弃疾等一大批文人骚客在此挥毫落纸。如今，打造文化济南已成为“强省会”战略的重要内容，济南发展文旅产业的动力与底气很足。

济南文旅市场的潜力无限。2020年，济南市接待游客5000万人次，实现旅游收入640亿元。在2021年第一季度，济南接待游客1780万人次，实现旅游收入205亿元，较去年同期分别增长119%和172%，并获评全国首批文化和旅游消费示范城市。满足人民日益增长的文化消费需求，拓展游客的消费空间，济南必须提供高水平、高质量的供给，从创造作品到提供体验，从单向传播到双向互动，体验式文化消费正逢其时。

而对这一优质市场，融创文旅也拿出了“舍我其谁”的决心与诚意。在官方表述中，济南融创文旅城总投资近630亿元，建筑面积约535万平方米，是融创文旅目前投资最大、体量最大、业态最全、地段最好的文旅项目。济南融创文旅城打造了旅游休闲、购物消费、文化娱乐、体育健身四大消费场景，融创茂、融创乐园、水世界、海世界、体育世界、济南融创国际体育中心、大剧院、酒店群、会议中心、滨河酒吧街十大业



天地间仲甫独秀

——《中流击水》中的王志飞一瞥

□ 逢春阶

小泽观察

“在你立足处深挖下去就会有泉水涌出！别管蒙昧者的叫嚷‘下面永远是——地獄’！”尼采的话，可以用来评价陈独秀，他就是一个不德的挖掘者，特立独行，勇往直前。站在祖国的土地上，看着积贫积弱的民族，仇恨着黑暗的势力，诅咒着不合理的制度，要打碎被轻蔑侮辱被束缚的一切锁链。王志飞在《中流击水》中基本上兜住了陈独秀的魂魄。

总是那么决绝，不留任何缝隙。关在监狱里，儿子延年去看望他，掩面哭泣，他说：“你来就是让我看着你掉泪的？”让孩子过简朴生活，他的理念是，年轻人穿新衣服不长骨头，吃了苦才知甜。这是大家都明白的道理，但又几人能做到？陈独秀是知行合一，在育儿问题上，心硬如铁。儿子陈延年理解了父亲：“他是在拿石头磨我们，把在我们（陈延年、陈乔年）磨成两把刀。”老话说，棍子等于杀子，溺爱等于夺爱。把孩子扔到生活的波涛中去去历练，这是有天地格局的父亲所为。

总是那么性情，不装，不藏着不掖着不藏着，光明磊落地活着。陈独秀回家吃饭，不慎鱼骨卡喉，狂猛狂咳无济于事，难受得死去活来，就在这关头，门外传来报童的叫卖声：“李大钊被捕入狱！”陈独秀惊闻凶讯，脸色



陈独秀 北京大学教授 《新青年》主编

《中流击水》剧照

大变，鱼刺之痛顿时飞到九霄云外。陈独秀与李钊感情之深因一个细节而凸显。我行我素，不拘小节，独秀之独，横扫一切污泥浊水。

他总是那么固执、偏执、坚忍、刚愎自用。《中流击水》可圈可点之处在于，还原了陈独秀“右倾”思想的形成过程。他也是个个人，迷茫，彷徨，担忧，他所处的时代局限、环境的凶险，以及错综复杂前所未有的政治生态等等，他都得面对。多层次多侧面多角度的《中流击水》，比较真实地刻画了一位处于第一次国共合作时期难以决断也难以言说的舵手

形象，还陈独秀以历史的公道。被免去党内一切职务后，青年毛泽东去跟他交心，明确表示要纠正他的路线，走工农道路，不能再逃避了。对毛泽东这句话，他误会了，他说，我的儿子都被敌人残害了，我什么时候逃避过，退却过？当毛泽东告别时，他递出来送给毛泽东一把雨伞，这把伞浸透着老布尔什维克的一片赤诚之心，希望年轻一代少些风雨，但要不惧风雨。

总有一颗透明的赤子之心在怦怦跳动。狱卒要放他出去，他却赖着不走：“你们的大总统怎么不来呀？”让他写保证书，他就又往回

品，展现中国文化旅游的“硬核”实力，一句话，我们需要像迪士尼那样的文旅产品。

而融创文旅正是中国本土文旅产业的一次实践，其目标在于为中国家庭提供欢乐度假一体化解决方案。从这个意义上看，融创文旅也想做迪士尼，不过是结合时间（时代特征）和空间（中国特色）“以不一样的方式做”。

这一经典模式中，融创文旅已然具备不少充分必要条件，已经展现了中国文化旅游的“硬核”实力。立足高起点和先发优势，为了长期健康发展，融创文旅将从产品力、内容力、服务力等方面入手，持续增强打造欢乐的能力。济南融创文旅城开业只是开始，产品力和服务能力需要持续升级，强化融创文旅城作为情感纽带的作用，增进家庭成员之间的亲密关系。

为实现这一目标，融创文旅已经从各处着手。比如目前以趣味互动与特色软件为客户创造惊喜，以提升硬件品质与软件衔接为客户提供便捷，以更多授权鼓励员工创造性工作，提高服务热情，以不断完善与深化的服务体系为客户提供无限关怀。融创文旅设置了“度假助理”，为游客提供专属个性化度假服务、旅途陪伴服务；提升如“排队区游戏互动”“餐厅演艺互动”“小朋友专属互动”等环节的体验；给服务人员更多授权，让他们通过创造性的主动工作，带给客户更多欢乐体验，并因此获得尊重和满足。

而这从融创文旅的战略——IP+内容+新消费新场景——可看得更为清楚。换句话说，融创文旅的定位从来不只是内容，而是一个IP开发、内容创作、落地场景的综合体——IP是基础，内容作为放大器，新消费新场景则是商业价值的拓展路径。融创文旅希望以此开拓探索文旅领域更稳健的商业模式。目前，融创文旅已有13座文旅城，5个旅游度假区，9个会议会展中心，43个文旅小镇，其中涵盖22个主题乐园；融创文旅也公布了IP实景娱乐未来计划的四个方向，分别为国际数字光影都、影视娱乐小镇、梦之城乐园和未来科幻乐园，硬实力已自不待言。

相较于硬实力，软实力即如何运营IP，如何在平衡好内容与商业的前提下打通变现路径，应是着力点所在：融创文旅建立了IP管理委员会，正式进入直播电商领域，用与时俱进的方式打造立体IP。融创文旅将构建开放的文化生态圈，一方面整合融创文旅以及外部优质资源，围绕目标客群的需求打造融创文旅特有的活动IP，比如音乐节、体育赛事、电竞赛事等。另一方面，结合不同城市的文化特质，以自有IP和外部合作的活动，打造符合城市客群需求、有文化主线贯穿的年度活动，将文旅城塑造成为优质丰富的内容、对客户有吸引力的城市“精神引力场”和“文化地标”。

据人民日报，工业遗产如何通过保护再利用延续生命、焕发新生机，如何更好地带动区域转型发展、推动城市复兴，如何更好地与城市文化、都市生活有机结合，成为许多国家面对的共同课题。加强工业遗产保护再利用，需要以充分认识到其蕴藏的多元价值为前提。工业遗产具有丰富的历史价值、社会价值、经济价值、科技价值、审美价值，是文化遗产不可分割的一部分。20世纪中后期，后工业革命时代的到来催生了对工业遗产研究、保护和再利用的浪潮。人们在推进工业遗产沿着文化创意、旅游观光、绿色环保等普遍路径转型的同时，也在因地制宜探索各具特色的发展路径和模式：

——博物馆模式是早期工业遗产改造再利用的探索成果，以德国亨利钢厂、弗尔克林根炼铁厂为代表，这一模式将工业遗产和工业建筑改造成工业遗址性博物馆，利用废弃工业设施开展各类型活动；——文化艺术产业区模式，以德国关税同盟煤矿工业区、美国纽约苏荷区为代表，改造成艺术和创意设计产业机构的办公场所和作品展览场地；——购物旅游区模式，以德国汉堡仓库城为代表，改造成购物旅游中心，可以同时为当地人和旅游者服务；

近年来，我国加大了对工业遗产的保护和综合利用力度。实现工业遗产转型，根本要做好城市规划设计。

中共一大纪念馆开馆 展示建党时期珍贵文物

据光明日报，经过600多个日日夜夜的精心建设，近日，中国共产党第一次全国代表大会纪念馆以崭新风貌展现在世人面前。全面修缮后的中共一大会议址，与保留原有石库门建筑风格的新建展馆隔街相望、交相辉映，共同组成中共一大纪念馆。

当天，“伟大的开端——中国共产党创建历史陈列”展览在中共一大纪念馆亮相。展览包括“历史选择 伟大起点”“前仆后继 救亡图存”“民众觉醒 主义抉择”“早期组织 星火初燃”“开天辟地 日出东方”“砥砺前行 光辉历程”“不忘初心 牢记使命 永远奋斗”7个板块，采用文物实物、图片图表、油画雕塑、实景还原、多媒体声像等多种展示手段，生动展现中国共产党诞生历程。新的基本陈列展厅面积超3000平方米，在馆藏12万件（套）文物和近年来从国际国内新征集档案史料中，纪念馆精选出612件文物展品，较原先基本陈列展出的文物数量大幅扩容。包括各类图片、艺术展品等在内的展品总量由原来的278件增至1168件。其中，建党文物集中展示，新文化运动、五四运动、马克思主义早期传播、共产党早期组织的成立、中共一大，以及中共二大、第一次工人运动高潮等建党前后的珍贵文献、照片、实物等悉数亮相。

《中国诗词大会》(第六季) 新书首发

据北京日报，近日，中华书局在东城区第一图书馆举办《中国诗词大会》(第六季)新书首发式。

《中国诗词大会》是中央电视台组织的一档大型、全国性的有关中华经典诗词记诵、解读、赏析、阐释的文化娱乐性节目。节目以“赏中华诗词，寻文化基因，品生活之美”为宗旨，通过比赛的形式，重温经典诗词，传承和发扬中华优秀传统文化，带动全民重温那些曾经学过的古诗词，分享诗词之美，感受诗词之趣。中华书局执行董事徐俊介绍，鉴于图书与电视呈现形式的不同，中华书局在节目日本的基础上，以展现知识点为主旨，保留了整体的节目结构与形式。每集节目，均包含知识问答、情境分析、诗词填空、飞花令和擂主争霸五个环节。同时对节目的试题进行了归类与整合，避免读者在阅读的时候觉得过于琐碎而影响阅读体验。（□记者 张依盟 整理）

沂源元素电影《二杠三》 获全国电视直播收视冠军

□记者 田可新 通讯员 左效强 报道 本报讯 日前，全程在沂源县拍摄的公安题材院线电影《二杠三》，在CCTV-6黄金时段播出，并在同时段全国电视直播中，获得收视冠军。电影《二杠三》以2017年10月沂源县公安局破获淄博市建市以来缴获毒品数量最大的案件为背景，讲述了失踪已久的毒枭“龙七”重出江湖，缉毒警察拼命追查，将毒枭绳之以法的故事。影片中融入了大量沂源元素，分别在天湖景区、螳螂河水上公园、东里镇田园柳舍、张家坡镇、鲁村镇、燕崖镇、南鲁山镇等地取景拍摄，沂蒙山煎饼、沂源的大锅全羊、新时代沂源基层警察的精神面貌等都在影片中重点体现。

电影《二杠三》是将文化资源优势转化为文化产业优势的一次有益尝试，对延伸文化产业链条、探索文化发展新模式，挖掘丰富的文化资源、打造沂源文化品牌，将产生深远影响。

