A

公开

常文广旅复〔2024〕59号

关于对常州市政协十五届三次会议提案

第0030号的答复

桑遥委员：

您提出的《关于提升文创产品力，推动我市“文创”旅游协同高质量发展的建议》收悉，现答复如下：

常州自古有“天下名士有部落，东南无与常匹俦”的美誉，2500多年的文明史赋予这座城市独特内涵。作为历史文化名城与长三角文旅中轴，常州一直以开放、包容、创新、活力的城市形象面对各地游客，不断兼容并蓄，处处绽放精彩。

近年来，我们在打造“乐园之都”“骑着恐龙游常州”“青春乐都”等城市形象和IP的过程中开展活动和文创产品开发，陆续推出了一些系列文创产品，主要应用于旅游推广活动和推介中向游客赠送、自媒体平台粉丝抽奖、“常享游”平台销售等。考虑到往年在文创产品开发的系统性、品牌性、联动性、产业链上有所欠缺，我们将根据常州旅游实际需要，多措并举，最大程度发挥文创设计、开发、生产在旅游营销推广中的作用。

一是在打造常州文旅文创产品大IP方面。城市本身是一种文化生活形态，城市IP是关于城市特定价值提升的创意，要在挖掘城市文化基础上，将其符号化、形象化、图形化，应用于旅游产品的开发和旅游场景的打造。目前我们在常州文旅这个体系下，主打三个城市旅游品牌，首先是“龙城”品牌，2024年是“龙城本命年”，产品上我们今年以“龙城游龙城”为主题，开发奇幻乐园、亲子研学、乡村度假、文娱消费等四大板块近100项定制优惠套餐，发放“万份乐园亲子游”“万份乐园青春游”“万份特色乡村游”“万份Citywalk文旅盲盒”等系列大礼包，组织头部景区推出贯穿全年的大力度门票优惠政策；积极推进旅游景区等场所优化入境旅游支付服务，持续完善公共交通免费乘坐、免费旅游直通车等便捷服务系统，形成“串珠成链、连线成片”的全域畅游新格局。文创产品上，形成了以青城墩玉龙为灵感来源的统一LOGO，已经在部分文创产品和“文旅常州”抖音、视频号等官方账号上统一使用，网友好评如潮，认为“简约大气，符合常州历史文化名城的定位”。其次是“青春乐都”品牌，今年我们立足市委市政府“唱响青春乐都”的精神，紧密衔接凤凰传奇演唱会、太湖湾音乐节等重要音乐盛会，布置推高文化广场野生演唱会、迪诺水镇机甲歌会、青枫公园草坪音乐会等在地音乐业态，挖掘“摊饼歌手”李维佳这样的草根本土音乐人。同时，在抖音上发起“常州青春乐都”话题视频共创，观看量一个月内达到2亿，作为配合，我们开发了与之相关的打卡场景和与音乐有关的充电宝，来常观看演唱会、音乐节的游客纷纷打卡留念，抽奖领取限定文创，为“常州青春乐都”集中圈粉。另外，从去年开始，我们主打了“恐龙IP”，策划了“骑着恐龙游常州”恐龙单车首发活动、“坐着恐龙唱着歌”主题地铁公交首发活动、常州小恐龙勇闯哈尔滨等，推出文旅限定的恐龙盲盒、头套、薛之谦演唱会同款恐龙皮肤，推广活动中被疯抢。

二是与非遗相结合开发文创方面。目前常州已有入选联合国教科文组织非遗项目1个、国家级项目14个、省级项目53个、市级项目190个。我们一直致力于挖掘非遗的时代价值、文化价值、社会价值，创新创设主客共享、有质感、有意趣的非遗体验场景，以“非遗+旅游”为抓手，推动项目产业融合，实现非遗为旅游高质量发展赋能助力、旅游为非遗活态传承培土护根。东方盐湖城、南山竹海先后被评为“无限定空间非遗进景区”省级示范项目，便是最好的范例。东方盐湖城以吃非遗、玩非遗、赏非遗、学非遗、购非遗的集群式传承模式，让非遗在景区真正“活起来”。景区内与金坛刻纸非遗传承人杨兆群、直溪巨龙非遗传承人欧阳洪福等一批国家级非遗代表性传承人开展常态化合作，搭建非遗文化交流、非遗技法展示、非遗创意碰撞的平台。景区内20余座以非遗为主题的文化展馆，组成庞大的体验式旅游文化博物馆群；国风大典等大型品牌活动期间，好看的非遗艺术品、美味的非遗美食、可玩的非遗体验，成为年轻游客的热门打卡项目；在元宵、春节、中秋等传统佳节，将铁水舞龙、杂技舞中幡等非遗演艺搬至景区舞台，打造“非遗闹元宵”等品牌活动。在非遗文创的创新推广方面，国家级非遗代表性项目常州梳篦的省级代表性传承人、省工艺美术大师邢粮在抖音平台开设“邢粮木艺旗舰店”，当年销售额超过1200万元，目前拥有14万粉丝，大多数是年轻人。我们还邀请了常州文旅推广大使、常州籍演员高叶与邢粮一起完成了常州文旅宣传片的拍摄。青果巷半园推出实景版锡剧《珍珠塔》，让游客观众共赴一场穿越古今的邂逅，让古典园林与传统戏曲绽放出时代之光。在暑期等节点，我们会在“常享游”常州文旅总入口，向大众免费抽取数百份非遗文创、美食盲盒等，每年我们还举办国风非遗嘉年华等活动，鼓励非遗文创产品的售卖和体验，将非遗富含的生活理念、民俗韵味、社会风尚融入到旅游产品之中，实现传承传统与时代需求的无缝对接。

三是在举办文创产品创新创意大赛方面。年初，我们与市文联共同主办了常州市设计大赛，公开征集，最终评选了30余件获奖作品，涉及平面设计、工业设计、建筑艺术、数字艺术等将冲击省紫金奖。下半年，我们还将主办开展常州文创和旅游商品设计大赛，聚焦三大类别，分别是围绕代表性景区、街区、园区、场馆的文化符号、自然风貌、图形图案等资源的旅游商品创意设计类；围绕常州深厚的文化内涵、高超技艺、匠心传承的传统工艺非遗设计类；立足常州馆藏文物、红色文化、书画戏剧艺术、考古遗址、历史典故等丰富的文化资源的传统文化艺术设计类。评选标准将突出文化性、实用性、美观性、创意性、市场性，获奖作品在获得丰厚奖金的基础上将向景区、街区、度假区等文旅企业开放知识产权，便于创意落地生产销售和推广。

签 发 人：严 俊

经 办 人：季雯君

联系电话：85686356

常州市文化广电和旅游局

2024年6月7日

（此件公开发布）

抄送：市政协提案委、市政府督查室。

常州市文广旅局办公室 2024年6月14日印发