# “破次元壁”成溧阳景区“出圈”法宝

本报讯（袁婷婷 马忠萍）游客对溧阳文旅留有怎样的印象？是天目湖的山水相依，是南山竹海的万亩竹林，是焦尾琴的古音绕梁，是溧阳白茶的一抹清香，还是天目湖砂锅鱼头的一碗鲜美……点点滴滴的溧阳印象不仅为游客勾勒出一幅传统而美好山水田园景象，构成了“美音自在溧阳”的城市形象。有意思的是，溧阳正在试图打破这种固有的印象，今年以来，通过一场场“破次元壁”的活动，溧阳各大景区成功“出圈”，“美音自在溧阳”文旅品牌内涵多了一份年轻、时尚的意味。

“破次元壁”让景区绽放异彩

帐篷、热气球、乐队、舞台，今年端午小长假期间，一场迷笛音乐会“燃爆”了溧阳，唐、战国、明、清、孩迷五大舞台安扎在溧阳焦尾琴公园，痛仰、二手玫瑰、逃跑计划、唐朝、崔健等国内最大牌的乐队、音乐人的到场，点燃了大小乐迷们的热情，现场观众们随着音乐歌唱、舞蹈，与志同道合的新朋友们畅谈音乐、理想，焦尾琴公园因这一场音乐狂欢而显得格外活力时尚。

“音乐节现场氛围太棒了，最酷的是这次迷笛音乐节在焦尾琴公园举办，有一种穿越古今的魔幻感”，来自扬州的95后乐迷华一鸣告诉笔者，正是因为这次音乐节，他第一次来到溧阳，第一次听说蔡邕与焦尾琴的典故，“焦尾古音与现代摇滚、民谣的混搭，让焦尾琴公园给我留下了深刻印象，也让我对溧阳这座城市充满了好奇，希望后面有机会和家人朋友再游溧阳。”据统计，6月12日至14日期间，焦尾琴公园日均接待音乐节观众1.5万人次，其中近50%的观众是来自外地的观众。端午小长假期间，溧阳全市纳入旅游统计的景区、乡村旅游点、城市公园等场所接待游客37.02万人次，较去年同期增长49%，全市实现旅游营业收入3116.45万人次，较去年同期增长42.92%。

一场音乐节的举办为溧阳焦尾琴公园乃至整个溧阳端午小长假带去了十足的人气、财气，今年5月中旬的一场国风嘉年华活动，则让天目湖旅游度假区成了深受年轻人喜爱的“潮玩”大本营。国风嘉年华活动中，不少年轻人身着汉服华裳游园、逛古风市集，度假区内开展的古风“剧本杀”也吸引了不少解密游戏爱好者参与，国乐之夜则将整个国风嘉年华活动推向了高潮。来自南京的游客姚女士告诉笔者，她在古风市集上淘了不少宝贝，“有手工耳环，还有当地农家酿的米酒，在这里居然还能打卡到重庆网红maas coffee，挺惊喜的”，游客张先生则表示了对国乐之夜的喜爱，“方锦龙先生弹奏《十面埋伏》时，正好下起了大雨，在天目湖山水之间，大雨滂沱和着紧张的琵琶弦乐声，这种身临其境的感受太难忘了！”据了解，在抖音平台上，这场国风嘉年华活动吸引了2万余名网友参与视频打卡，活动相关视频总播放量高达15.7亿，天目湖旅游度假区也因此在抖音平台成功“出圈”。

“一景一文化”凸显城市特色

“近年来我们着力打造‘美音自在溧阳’文旅品牌，美音可以是焦尾琴的古音，可以是国风民乐，也可以是像迷笛音乐节这样深受年轻人喜爱的摇滚、民谣”，溧阳市文体广电和旅游局副局长晋松表示，“美音自在溧阳”不仅仅有溧阳对传统文化的坚守与传承，更凸显溧阳对年轻文化的包容与开放，对新一代年轻游客需求的关注。

令笔者眼前一亮的是，回顾溧阳文旅的发展，敢于突破、大胆创新、多元包容的“破次元壁”理念一直伴随左右，溧阳大小景区、度假区、乡村旅游点都成了溧阳城市特色代言人，纷纷用自己的方式向游客展现着“到溧阳，就是一种生活方式”。

早在上世纪90年代初，溧阳通过实施“四大开发”战略，将“小水库”逐步打造成天目湖旅游度假区，让很多人“因为一湖水、爱上一座城”，天目湖砂锅鱼头也成了溧阳最负盛名的美食之一，时至今日到天目湖游山玩水，在天目湖畔品尝砂锅鱼头，都是大多数游客初到溧阳的旅游“标配”体验，溧阳自在闲适生活在游客心中留下了烙印。

2009年，因建设之初意外发现了一只萤火虫，美岕山野温泉度假区放弃了一部分建设空间，将其划作萤火虫保护区，并随之开展了一场耗时10余年的萤火虫保护计划。坐拥2500亩山野的美岕山野温泉度假村却只建设了31栋树屋，一份精心制作的《山民野玩手册》为游客提供山间“撒野”指南，而度假区员工还会被安排不定期现场考核，考核内容就是跟着度假区创始人仲春明到山间转一圈，随机进行所见动植物知识问答，只为确保员工可以及时解答游客的疑惑。“小小萤火虫，生态大指标”仲春明坦言，美岕的故事发于山野，山野文化也是溧阳最鲜明的在地文化，是溧阳生活的一部分。

拥有着大片稻田的庆丰村，对乡村进行了重新定义，将乡村作为艺术品来打造。沿路可爱的卡通青蛙雕像，房屋上布满了展现乡村生活的彩绘，总能吸引不少游客合影留恋，庆丰村还通过举办丰收节、田上风筝节、稻田音乐会等活动吸引游客，有趣的是因用料好、口味佳庆丰馒头意外“走红”，店员告诉笔者人多的时候一天能售出3000只庆丰馒头，馒头真的成了富民的“香饽饽”。礼诗圩村则创新性的推出“共享菜园”“共享农家厨房”项目，游客可以网上预订农家果蔬、农家菜，盘活了村民的菜园、厨房。

打造世界级旅游度假区

用创意为传统观光型景区及乡村旅游点装扮，让溧阳文旅一次次“霸屏”游客的朋友圈。事实上，无论是迷笛音乐节还是国风嘉年华，都不是溧阳文旅第一次“出圈”。早在2018年，一条360多公里的彩虹路“溧阳1号公路”就曾在朋友圈里刷屏，游客的争相打卡“晒照”让“溧阳1号公路”成了名副其实的网红点，每年吸引超过600万人次来此打卡。

“自媒体的时代，人人都是宣传者，通过打造网红点、举办品牌活动来吸引游客自发宣传，为溧阳文旅带来了不少关注，特别是像这次迷笛音乐节，我们在抖音上看到有很多网友主动发布短视频，对溧阳进行宣传。”晋松向记者介绍，同时他也表示宣传固然重要，更重要的是根据游客需求提供相应服务。在今年5月31日，召开的全市争创全域旅游示范推进会上，溧阳确定了建设富有文化底蕴的世界级旅游度假区的工作目标，这要求溧阳文旅在今后的发展过程中，要不断提升产品质量及服务水平，走高质量发展之路。

据了解，为溧阳文旅在世界范围内“出圈”，下一步溧阳将抓国际国内双循环机遇，着力发展高端文旅产品，争取在新一轮旅游发展中抢占先机。溧阳将启动三国南北朝时期古县遗址保护工程，打造宝塔湾团城古街，通过对历史遗存的建设恢复，重现溧阳老城区市井生活场景，提升溧阳城市文化辨识度。溧阳还将推动“溧阳早茶”与焦尾琴演奏、泓口丝弦演出、锡剧演唱等民俗文化相结合，打造一批独具乡土文化特质的网红打卡点。此外，溧阳还将加大对安曼、嘉佩乐等国际知名酒店的招引力度，建设一批世界品牌酒店产品。“通过引进国际品牌，带动本土企业锤炼品质，全面提升溧阳文旅服务水平，让溧阳成为游客向往的‘世界级旅游目的地’。”晋松如是说到。