



占地3600亩，全国首家展现史前文明的超大型文化主题公园——泰安太阳部落景区将于4月3日正式营业，一座将史前文化和现代游乐设施进行空前结合的主题公园即拉开精彩之旅帷幕，让我们提前走近太阳部落，看看这里到底为何如此精彩。

主题公园发展之路▶▶

探寻太阳部落文化密码

“山东大汶口文化和河南河姆渡文化共同构筑了中国文化的核心，其中大汶口时期的文字起源是中华文化五千年起始的重要标志，我们有义务、有责任把大汶口优秀传统文化传承下去。泰安太阳部落景区从立项、建设和市场开发都是在为传承大汶口文化服务的，游客在体验融时尚、刺激和现代于一体的娱乐项目中润物无声地感受大汶口文化的博大精深和巨大魅力，这是我作为太阳部落人最引以为豪的。”泰安太阳部落景区董事长孔祥海如是说。

文化VS旅游：是动力，不是累赘

古中国、古印度、古巴比伦、古埃及，是人类历史上的四大文明古国，其中唯一一个延续至今的只有中国文化。

巧合的是，这四个区域同时也是世界级旅游目的地，代表了人类不同的文化类型和自然肌理，也验证了文化和旅游具有天然的同属性。

作为以神秘东方为特色的文化旅游目的地，中国文化是旅游中的核心竞争力，其源头则可以追溯到大汶口文化。太阳部落景区就是这样一座以中国文化典型代表大汶口史前文明为特质的景区，一改旅游产业中某些急功近利的做法，从项目论证、选址、规划、建设、运营，全程抓住大汶口文化这一主线，让景区的“精气神”凝聚起来，成为鲜明的史前文化主题乐园。

太阳部落当家人孔祥海认为，文化是旅游产业发展的动力，而绝不是累赘，文化之与旅游，是必须有和如何展现的问题，而绝不是不要

要的问题。目前一些企业把文化当做投资旅游开发中的累赘和绊脚石，为什么市场会有这种舆论存在，原因是山东省内除了老祖宗留下的、世界唯一的文化旅游景点如泰山、曲阜、蓬莱阁等世界性文化旅游景点生意好外，大部分文化景点生意惨淡，门可罗雀。但这并不是文化的原因，恰恰是景区自身没有活化文化，没有充分利用好自身的文化资源，从而导致景区的市场定位和表现形式出了问题，没有按照市场的需求，也就是游客的需求开发景区，游客不买账也是情理之中。

从更深层次上来说，旅游本身也是一种文化现象，属于文化范畴，是人类物质生活和精神生活的重要组成部分，游客通过旅游在异地的民俗体验、文化体验获得精神愉悦的过程。如果旅游脱离了它的文化属性，也就违背了旅游的本质。这也是景区脱离文化来做旅游，虽然一时红火，但不会太长久的根本原因。

文化VS需求：从满足需求到创造需求

从上世纪90年代开始，中国进入了主题乐园开发的黄金期，大大小小的上千家主题乐园如雨后天春笋般在中国大地涌现，开业初期，大部分主题乐园的经营可用火爆来形容，但是好景不长，随着游客旅游需求(尤其是文化需求)的提高和主题乐园游玩设施的老化，一些主题公园人不敷出，举步维艰，据了解，目前全国主题公园有七成以上处于亏损状态。究其

原因，大部分主题乐园没有与当地文化结合，缺乏文化的强有力支撑，纯粹的娱乐项目体验，游客玩完后没有留下什么深刻的印象，是一种表面体验，吸引力降低。

可见没有文化的旅游需求不可能长久，没有需求的文化项目，也无法在市场经济中发展起来。

在这一点上，太阳部落走上了一条属于自己独一无二的发展道路，那就是从被



▲太阳广场



▲梦回大汶口



▲部落神庙



▲巡游车



▲文化广场

动地满足游客不断变化升级的旅游需求，到主动的引导游客升级旅游层次，创造旅游需求上来；从简单的游乐园模式提升到可以永续发展的文化主题旅游模式上来。

孔祥海谈到，泰安太阳部落景区作为国内首家展现史前文明的超大型文化主题公园，从景区规划、项目建设和市场开发时都充分考虑了社会上已有主题公园的运作不足和弊端，在项目规划上摒弃以前文化景点观光式的建园理念，通过突出景区参与性、体验型等游客喜欢接受的表现形式展现文化；每一个项目建设都与闻名世界的当地大汶口文化完美无缝隙结合，深深烙上大汶口的文化属性；在项目设置上，尽量覆盖不同的消费群体，下至七八岁的孩童，上至65岁的老人，都能在太阳部落主题公园找到大批适合自己参与的游戏玩

目，都能潜移默化接受大汶口文化的熏陶。

孔祥海很自豪地告诉笔者：“把史前文化(大汶口文化)与主题公园市场开发完美结合，在国内是首次，我们也是在探索中前进。最近山东省及周边北京、上海、江苏、河北、河南、安徽和天津等省市的媒体记者和旅行社代表频频造访太阳部落景区，都对太阳部落景区给予高度评价，这让我们对4月3日后开业的太阳部落景区充满信心。”孔祥海还谈到，太阳部落景区的开发宗旨就是游客在游玩体验过程中不带负担地接受大汶口文化、热爱大汶口文化，不仅满足游客旅游基本需求新奇需求，更是创造引导其更高层次的文化消费需求，从而实现绝不跟社会上已存在的主题公园打价格战、雷同战，而是实实在在、扎扎实实地打造属于自己的一片蓝海的战略目的。

文化VS传承：既是义务，也是责任

鉴于旅游投资回报持续时间长、关联行业多、绿色环保等利好因素吸引，旅游业投资目前已成为国内仅次于地产最火的行业，全国各地以旅游兴市、兴县的地方不在少数。在旅游开发过程中是否注重与当地文化的结合，是否对当地传统文化设施加以保护性开发，对于旅游的文化属性体现就显得尤为重要。通过旅游开发传承文化、传播知识，是旅游企业的责任和义务。因为旅游开发不仅是一种企业行为，也是一种社会行为，是社会行为就要承担文化传播文化的责任。一个企业只要有了良好的企业文化，才能让企业具有很强的凝聚力和战斗力，才会让企业具有兄弟齐心、其利断金的勇气和力量。

作为泰安太阳部落景区带头人的孔祥海，一直把传承大汶口文化作为自己义不容辞的责任和义务，看成一个旅游人的职业要求。他将这种想法贯穿始终，并

得到了广大游客的肯定，让旅游产业不仅体现文化，更能传播文化、推进文化、发展文化。

孔祥海认为，让游客在旅游体验过程中接触大汶口文化，了解和温习历史课本中中共工、女娲、后羿、炎帝、蚩尤等人物物的先古故事，了解文字的起源和先人生活起居、狩猎劳作等文化知识，不仅是对传统优秀文化的普及，而且是对历史文化的活化，因为只有活化的历史文化，才是生动的，有生命力的。比如在梦回大汶口文化展示体验馆，外部包装采用大汶口时期比较典型的陶罐造型，内部运用4D、5D等现代科技技术，通过复原陈列、仿真塑像、多媒体展示等形式，多方位、多角度的展示大汶口文化，从而在真正意义上完成了文化活化的任务，成为有了落地项目支撑、具体形式展现的文化，让游客于体验互动中领略中华文明源头，多姿多彩大汶口的方方面面。(东方)