

# 惠州文脉

新闻为眼·文化为脉

<第36期>

2020年9月18日  
农历八月初二

羊城晚报报业集团 中共惠州市委宣传部  
联合出品

## 【文脉导览】

一冷一热!  
客家山歌断层  
“一村一歌”当红

详见A14版

“边纵诞生地”安徽  
打响蜜柚产业新品牌

详见A14版

“东坡寓惠”文化宝藏  
如何光耀全国?

详见A15版

《西湖》副刊  
本期推出散文专辑

详见A16版



报料请扫二维码

设计统筹 杜卉

# 总投资600亿! 中国版浪漫“奥兰多” 落子惠州

万有(惠州)国际旅游度假区项目  
签约,将打造世界级文化旅游综合体

统筹策划/羊城晚报记者 马勇 陈晓鹏 文/图 羊城晚报记者 林海生



项目签约现场

继埃克森美孚、中海壳牌三期、惠州湾产业新城后,近日惠州又迎来一个超500亿级项目:9月11日,万有(惠州)国际旅游度假区(以下简称“万有度假区”)项目在惠州宾馆签约。不同的是,这是惠州引进的首个文旅龙头项目。

记者了解到,该项目选址惠州仲恺高新区潼湖镇湿地附近,总规划用地面积约2200公顷,总投资600亿元,计划建设最具特色八大文化旅游景区和万有文旅生态城融为一体的世界级文化旅游综合体。

惠州集山、海、湖、泉、瀑于一体,融自然景观与人文景观于一身,为粤港澳大湾区知名的热门休闲旅游区之一,2019年全市接待游客6300万人次,实现旅游总收入570亿元。万有度假区的加入,不仅会提升惠州的文旅水平,还将填补华南地区世界文旅综合体3.0项目的空白。

## 2024年首个景区投入运营

的主题乐园。”他说。

据介绍,万有度假区将在原有主题公园的基础上,融入中国元素和地方特色,一方面将运用先进的科技技术,新颖的主题创作手法,将中国特有的国宝大熊猫和中国历史奇幻文化作为度假区两大IP,同时还将在融入惠州本地特色。

据了解,项目将统一规划,分三期开发建设。根据投资方估算和预测,项



项目区位示意图

## 【文脉众议】

### 文旅兴则城市兴

特约撰稿/罗春彦

作为中国主题公园的先行者,华侨城主题公园通过对中国传统文化和世界各国文化精髓的深入探索,将其加以创新再现、移植于深圳这座现代大都市之中,构建了深圳人的归属感和身份认同感,激发深圳人的灵感和创意,进一步推动深圳城市文化的建设与发展。在桥路不通、缺水缺电的荒岛上建立起来的长隆国际海洋度假区也成为珠海的一张靓丽的名片,极大地提升了城市的知名度和美誉度。

惠州紧邻广州、深圳、香港等国际性大都市,有优质的旅游资源市场资源。历史文化底蕴深厚,集山、海、湖、泉、瀑于一体,融自然景观与人文景观于一身。旅游资源虽然丰富,但大多是一些同质化的旅游资源,缺乏国际级的旅游目的地,缺乏在国内富有盛名的顶级旅游目的地,在国内旅游市场的竞争优势并不是很明显。旅游企业散、乱、小,缺乏品牌领军企业,产品的参与程度较低,感受不到惠州旅游的特色。惠州自然资源同质化,产品模式单一、缺乏趣味性和文化性,导致了惠州旅游令人尴尬的现状——仍以基础层面的观光型产品为主。惠州旅游产业崛起需要一个支点,需要一个独一无二、独创的文化内涵和品质“龙头项目”,“把远方的客人”吸引过来并留下来,撬动惠州的旅游资源。

9月11日,万有(惠州)国际旅游度假区签约落地。据万有集团负责人介绍,该项目投资600亿元,以“中国元素、地方特色、国际视野、万有创意”为项目定位,结合惠州多元包容的城市品格、独特地域文化,采用创新性的景区设计构思,依托潼湖优美的湿地自然生态环境,创造以中国历史奇幻文化的山海神兽和中国特有的国宝大熊猫两大IP,向奥兰多看齐,建成体验式、沉浸式世界级国际旅游度假区项目。

国内现有的大部分文旅综合体项目同质化现象严重,缺少创新性和独特内涵。万有(惠州)国际旅游度假区项目要打造成为世界著名休闲度假胜地,需要国际视野的大格局和坚定的信心,顺应生态文明兴起、文化繁荣兴盛、消费升级等大趋势,推进文化旅游大融合,着力提升文化旅游的引领力、影响力、支撑力和竞争力,将文化物态化、活态化和业态化。让文化从书本中走出来,从历史中走出来,从传说中走出来,真正把惠州的生态优势转化为产业优势、经济优势、发展优势、民生优势。

在日新月异的技术浪潮下,互联网+、人工智能、智慧旅游、无人驾驶技术等新兴技术高速发展,CR、VR、AR等高新技术的不断涌现,我们期待着万有集团以真挚的情怀巨大的勇气和强大的实力,通过文化、科技、旅游资源的融合,为人民带来精神上的文化盛宴,成就一座城市对美好生活的向往。



游客到罗浮山游玩 惠州市文广旅体局供图

## 【专家对话】 找准“唯一性”,向文化要品牌和产值

对提升城市的知名度有极大作用,“就深圳世界之窗来说,已成为深圳的城市标杆,不少人去深圳,就是奔着世界之窗去的,同样的,人才也可以由此吸引来。”

作为打造惠州万亿级电子信息产业主战场的仲恺高新区,经过多年来的深耕发展,电子信息产业集群已初具规模,正朝着产、城、人深度融合新阶段发展。仲恺高新区管委会副主任邓力介绍,目

前仲恺最缺的就是高端人才,尤其是研发、创新型人才:“度假区项目补齐了仲恺乃至惠州的高端文旅产业链短板,环境好,旅游好,配套好,人才也就来了。”

记者了解到,接下来惠州将会在产业旅游、历史人文旅游方面继续发力,比如将在华星光电4.0工厂参观廊道上,通过VR、AR的模式,打造厂房生产模拟场景,将机电模组的生产过程展现给游客,实现高端制造业与旅游业的结合。

对于万有度假区的落地,惠州市委书记李贻伟表示,它将给惠州带来“乘数效应”,给世界带来“欢乐颂”,极大提升惠州城市能级和生活品质,极大提升惠州知名度和吸引力。

目前,惠州正在加快发展石化能源新材料、电子信息两个万亿级先进制造业集群,培育壮大生命健康新支柱产业,构建“2+1”现代产业体系。

李贻伟在签约现场表示,文旅品牌

对提升城市的知名度有极大作用,“就深圳世界之窗来说,已成为深圳的城市标杆,不少人去深圳,就是奔着世界之窗去的,同样的,人才也可以由此吸引来。”

作为打造惠州万亿级电子信息产业主战场的仲恺高新区,经过多年来的深耕发展,电子信息产业集群已初具规模,正朝着产、城、人深度融合新阶段发展。仲恺高新区管委会副主任邓力介绍,目

前仲恺最缺的就是高端人才,尤其是研发、创新型人才:“度假区项目补齐了仲恺乃至惠州的高端文旅产业链短板,环境好,旅游好,配套好,人才也就来了。”

记者了解到,接下来惠州将会在产业旅游、历史人文旅游方面继续发力,比如将在华星光电4.0工厂参观廊道上,通过VR、AR的模式,打造厂房生产模拟场景,将机电模组的生产过程展现给游客,实现高端制造业与旅游业的结合。

对于万有度假区这一类

型主题公园的打造,您有何建议?

江金波:总的来说,打造万有度假区,定位一定是要有特色、有生命力。具体而言,就是它要向文化要产值跟品牌,要么准确找到它在文化上的唯一性,要么在创新上下功夫。就拿深圳世界之窗来说,深圳是个新兴的城市,文化底蕴相对较弱,世界之窗的定位“世界之窗看世界”,将全球著名的景点浓缩其中,定位独特且唯一,使它在众多主题公园中脱颖而出,成了深圳的标杆。

江金波:能给惠州文旅产业规模化示范效应。纵观整个大湾区市场,文旅龙头项目相对较少,惠州作为大湾区核心城市之一,知名度较高的有惠州西湖、罗浮山、巽寮湾等景点,但这些景点普遍存在一个问题:品牌与底蕴不匹配。

江金波:万有度假区项目的落地,一定程度上启发惠州的思考:对这些有文化底蕴的景点的挖掘、投入是否较少?文化传承是否该变换形式,将其具象化、规模化、产业化?

其次,能给惠州的文旅产业带来项目品牌化示范效应。项目品牌化,除了涉及资本投入外,还需要文化来带动。

从现有报道上看,万有度假区有意愿在打造过程中注入文化元素,这就要求它

第一,能带来文旅产业规模化示范效应。

纵观整个大湾区市场,文旅龙头项目相对较少,惠州作为大湾区核心城市之一,知名度较高的有惠州西湖、罗浮山、巽寮湾等景点,但这些景点普遍存在一个问题:品牌与底蕴不匹配。

江金波:能给惠州文旅产业规模化示范效应。纵观整个大湾区市场,文旅龙头项目相对较少,惠州作为大湾区核心城市之一,知名度较高的有惠州西湖、罗浮山、巽寮湾等景点,但这些景点普遍存在一个问题:品牌与底蕴不匹配。

江金波:能给惠州文旅产业规模化示范效应。纵观整个大湾区市场,文旅龙头项目相对较少,惠州作为大湾区核心城市之一,知名度较高的有惠州西湖、罗浮山、巽寮湾等景点,但这些景点普遍存在一个问题:品牌与底蕴不匹配。