

作为中国古典四大名著之一的《西游记》，以其丰富多彩故事情节、神魔奇幻的艺术手法以及民族特色，展现了中国古典文学和中华优秀传统文化的魅力，其影响早已跨越国门走向世界，成为中华文化的标志和世界华人的集体记忆。那么如何让西游记这一优秀文化品牌发扬光大呢？为建设好西游记主题园区，湖北省随州市西游记公园作为实验基地，已率先进行了长达十几年的艰难探索。

读懂西游记

本文试图用“乐园版”的思维解读《西游记》。

1. 西游记的核心价值现。我们将《西游记》的核心价值观提炼为“信仰、自由、合作、规则、善良”10个字。唐僧、追求信仰的领导力人才——信仰；悟空、追求自由的力量型人才——自由；八戒、善于合作的活大型人才——合作；沙僧、遵守规则的稳重型人才——规则；白龙马、积极行善的奉献型人才——善良。

规则是西游记故事演绎的重要方面，长生不老《西游记》故事的一条主线，也是人、神、魔三界的共同追求，而三界对长生不老的追求是有严格制度约束的，是有规则的。神界参加蟠桃盛会吃蟠桃、仙丹、仙酒和人参果，以期达到长生不老的目的，然而，并不是所有的神或仙都能参加蟠桃会。人界通过西方万里取经取得证书，才能金身成佛长生不老。魔界的妖怪通过千年苦苦修行、积善积德，完成由妖进化为仙的过程，从而实现长生不老。

除此以外，神界如孙悟空偷吃蟠桃、仙丹、仙酒，魔界的妖怪们吃唐僧肉、与唐僧婚配等追求长生不老的行为都是不被允许的，都是要受到惩罚的。这告诉我们没有规矩不成方圆，只有大家都遵守规矩社会才会和谐稳定。同时，“信仰、自由、合作、规则、善良”十字价值观，又可以归纳为五种精神：信仰精神、自由精神、团队精神、法制精神、友善精神，这也是西游记园区一直倡导的5种精神。

2. 人文精神是西游记的灵魂。人、神、魔三界善恶轮回的神话寓意，儒、释、道三教相争相融，教人向上、劝人行善的哲学思想，以小乘佛教到大乘佛教“普渡众生”的升华，儒、释、道是承载悠悠五千年灿烂中华文化的三根支柱。

3.“变！飞！奇！”是西游记浪漫主义的神话特征。西游记的各种元素成千上万，令人眼花缭乱，目不暇接。经过17年的艰苦跋涉，苦苦寻因，终于找到了西游记浪漫主义神话色彩的三大特征：“变！飞！奇！”。首先，“变！变！变！”是第一特征，是西游记神的主要表现形式，孙悟空空战打败魔王的法宝，每当遇到妖怪，遇到难题，孙悟空眼睛一眨计上心来，摇身一变出其不意，可以说屡试不爽。西游记中，不仅悟空会变，八戒、沙僧和白龙马都会变，神仙妖怪也会变，连土地爷都会变，“变”是西游记娱乐的核心。随州西游记72变动物园大门的对联是：“园内动物多妖怪变形，书中鬼怪皆是神仙倒装”。每个妖怪都有背景，每个萌宠都有故事。例如，以妖怪为媒介，一变动物变来，二变神仙萌宠，核心是一个“变”字，变去变来，其乐无穷。西游记乐园的楹联是“西游记公园：变！变！变！”，一变二变三变，人神魔三界轮回，变来变去其乐无穷，教化变化点化，儒释道三教合一，理化化外劝人行善。

其次，第二特征是“飞”。“飞”也是西游记



创新西游记



所谓新西游，就是老西游记文化和新西游记文化的总称。在新西游IP创作框架中主要分为五大块，分别为原著传承版、前世今生版、上古神话版、修心童话版和科幻未来版，每个板块的侧重点不同，涵盖的内容也不同。

一、原著传承版，亦称老西游记的经典传承版

原著传承版侧重于大家耳熟能详的原著故事，目的是营造西游氛围，通过一个个经典西游记故事，给予游客回忆满满的亲切感。

《西游记》作为一部古典名著已经成为世界华人的集体记忆，影响了几代中国人，是西游记园区的基石，是定海神针。我们将用5部电影、20个互动型的短视频把西游记最经典、最耳熟能详的故事忠实地展现给游客。这些项目是所有园区通用的、共性的，他们是老西游记的经典和标志，将形成一个固定不变的通用版园区和板区。

二、前世今生版

前世今生版，也称完善版西游记，是为了激发游客的好奇心与兴趣，向大家展示“新西游”与众不同的创作内容。老西游记中，限于篇幅只讲述了唐僧师徒5人的前世今生，81难中的妖怪和神仙只是在师徒5人取经途中有所交集，往住是昙花一现，一带而过，他们从那里来到那里去都是一个谜，难免会让人有意犹未尽之感，这就为我们完善和丰富西游记留下了广阔的空间。

园区计划将81难中的81个妖怪进行深度挖掘（原著只有30个妖怪，还有51个妖怪需要重新创作），从原著中的字里行间寻找线索，通过逻辑分析、推理猜测，尽可能地还原出每个妖怪的心路历程，为大家展现出一个个有血有肉的人物形象，以便让西游记更加充实饱满。每个妖怪用20个互动型的短视频和一部微电影来描述他们的前世今生，81个主题人物×20集短视频=1620集。前世今生版的内容属于轮换型，一城一主题，一城一特色，一年一轮换，每年展示一个主题人物的20集互动型短视频和一部专题电影，81个主题81年才能完成一轮轮回。这是一个创新版的园区，也是一个轮换型的板块。

三、上古神话版

上古神话版，也称创新版西游记。西游记神话故事中的人物与上古神话故事中的人物有联系吗？应该有！其中巫支祁就是孙悟空的故事原型，《山海经》《太平广记》等史籍记载，巫支祁是尧舜禹时期的奇妖，也是我国有史以来最有影响、最神通广大的一奇妖，他率几十万水妖水怪，在千里淮河兴风作浪祸害四方，好民人深恶痛绝。大禹治水时大败巫支祁，将巫支祁锁于淮井之中，这就是“禹王锁妖”的故事情节。后巫支祁改邪归正，协同大禹治水，造福黎民百姓，作了许多好事，以孝子、正神身份被民众立庙祀奉，广为传诵。巫支祁先作恶作孽，后改过行善的故事就成为孙悟空的原型，被吴承恩移植到大闹天宫和西天取经之中了。

修心版的童话西游记按81难，81个妖怪与

上古神话版内容属于100%原创，探索的是孙悟空前世巫支祁、唐僧前世金蝉子、猪八戒前世天蓬、沙僧和小白龙的前世故事。将西游记81难中的81个妖怪上溯到上古时期，讲述妖怪和神仙的起源，通过相应的故事原型，把中国神话系统化、关联化，无疑是一件非常有意义的工作。

四、修心童话版

修心童话版面对的群体主要是小朋友以及与小朋友为组带的亲子家庭，通过一个个浅显易懂的童话故事，将负面情绪引发的“心魔”具象化，然后通过化解“心魔”来反复情绪，既可以与当前流行元素时尚元素相结合，也可以通过科技手段来互动交流，与游客形成娱乐活动，给予更好的剧情体验和沉浸式感受，修行童话版是现代的、流行的、时尚的西游童话，把玄奥高深而没有完成的“普渡众生”交由后者来完成，在每个游客心中种下一颗西游的种子。

主题公园本质上就是一个人造公园，如果没有人文精神就等于没有灵魂，一般的游乐园是游乐园机械的堆积，追求的是感官刺激带来的快乐，代表了游乐园的共性，这种游乐园随着市场的普及而逐渐失去市场的青睐。能够在心跳之余令人心念不忘的，显然只有那些用技术手段实现的，让游乐与故事融合的项目，从而给人独特的体验经历。

“释戒三毒”即佛，儒佛二母人皆圣”。神仙与妖怪的关系就像人具有两面性一样，比如正义与邪恶、真实与虚伪、克制与放纵、善与恶等等。81难，难在人的心中，难在人的思想上，破山中贼易，破心中贼难。

什么是妖？什么是魔？事有跷跷必有妖，有妖就有心魔在，神魔自在人心中。妖怪是人心阴暗面的写照，负面情绪是心灵的照妖镜，妖就是“贪、嗔、痴、慢、疑、怨、恨、恼、嫉、害、魔”等，代表一系列诱惑和不良习气。神仙就是人心的阳光面，代表“善良慈悲、感恩尽孝、普渡众生和正确的价值观”等。

取经人在人生的取经路上都会遇到81难中的妖怪，同时还会遇到相对应的神仙，往往穿梭在神魔之间，善恶只是一念之间。取经之路就是“心魔”与“心佛”斗争的心路历程，就是除魔降妖、化解心魔的过程，就是人生中断挑战自我、完善自我、战胜自我的过程。

西游记文化产业园用实景产品、多媒体技术、沉浸式空间、数字化产品、互动性体验项目来承载和传播传统的优秀中华文化，并在传承的基础上发扬光大。修心版的童话西游记，将尝试改变中国传统文化传播方式，把唐僧取的经变成娱乐互动性产品，把深奥苦涩的儒释道变成娱乐互动体验产品，把人心的善恶变成西游记的神魔，把西游闯关变成消除障碍、化解心魔的心路历程，把取经版西游记变成童话版西游记，让孩子们在寓教于乐中受到良好的教育，提高中华民族特别是青少年的综合素质。这就是文化通过技术表现出来实现，“互动，互动，还

81个神仙，每1难1集“心魔”的短视频和1集“心佛”的短视频（雌雄剧本），讲述一个化解心魔的故事，81难就是双81个短视频，双81个短视频并非每年投放一个，而是每个西游城项目每年投放9+9=18个短视频（心魔与心佛各9个），一年一轮换，9年才能投放完162个短视频，刚好与9年义务教育同频，童话版的修心西游记，希望与儿童一起成长壮大。

这又是一个创新版的园区，也是一个轮换型的板块。

五、科幻未来版

科幻未来版表现的是取经团队对未来的畅想，以及矢志不渝的担当，唐僧师徒将继续秉承西游精神，为了心中那份使命努力向前。随着现代科学技术的不断进步，随着《三体》在全球掀起科幻浪潮，西游世界当然可以与科幻挂钩，唐僧师徒5人也可以出现在未来，新西游故事也可以与外太空、外星球、量子、时空、多维等概念结合，所以，科幻未来版是充分释放想象力的板块，象征着未来，象征着西游精神更长久的传承。

目前，第五板块部分尚无创作数量的规划，不参加创新部分的比较。

以上4个园区，或称四大板块，有一个固定不变的通用版园区（板块），即所有的西游记园区都不可或缺板块，项目内容为5部电影和20个互动型的短视频，以传承老西游记为主。

玩转西游记

主题是公园本质上就是一个人造公园，如果没有人文精神就等于没有灵魂，一般的游乐园是游乐园机械的堆积，追求的是感官刺激带来的快乐，代表了游乐园的共性，这种游乐园随着市场的普及而逐渐失去市场的青睐。能够在心跳之余令人心念不忘的，显然只有那些用技术手段实现的，让游乐与故事融合的项目，从而给人独特的体验经历。

“释戒三毒”即佛，儒佛二母人皆圣”。神仙与妖怪的关系就像人具有两面性一样，比如正义与邪恶、真实与虚伪、克制与放纵、善与恶等等。81难，难在人的心中，难在人的思想上，破山中贼易，破心中贼难。

什么是妖？什么是魔？事有跷跷必有妖，有妖就有心魔在，神魔自在人心中。妖怪是人心阴暗面的写照，负面情绪是心灵的照妖镜，妖就是“贪、嗔、痴、慢、疑、怨、恨、恼、嫉、害、魔”等，代表一系列诱惑和不良习气。神仙就是人心的阳光面，代表“善良慈悲、感恩尽孝、普渡众生和正确的价值观”等。

取经人在人生的取经路上都会遇到81难中的妖怪，同时还会遇到相对应的神仙，往往穿梭在神魔之间，善恶只是一念之间。取经之路就是“心魔”与“心佛”斗争的心路历程，就是除魔降妖、化解心魔的过程，就是人生中断挑战自我、完善自我、战胜自我的过程。

西游记文化产业园用实景产品、多媒体技术、沉浸式空间、数字化产品、互动性体验项目来承载和传播传统的优秀中华文化，并在传承的基础上发扬光大。修心版的童话西游记，将尝试改变中国传统文化传播方式，把唐僧取的经变成娱乐互动性产品，把深奥苦涩的儒释道变成娱乐互动体验产品，把人心的善恶变成西游记的神魔，把西游闯关变成消除障碍、化解心魔的心路历程，把取经版西游记变成童话版西游记，让孩子们在寓教于乐中受到良好的教育，提高中华民族特别是青少年的综合素质。这就是文化通过技术表现出来实现，“互动，互动，还

主题公园本质上就是一个人造公园，如果没有人文精神就等于没有灵魂，一般的游乐园是游乐园机械的堆积，追求的是感官刺激带来的快乐，代表了游乐园的共性，这种游乐园随着市场的普及而逐渐失去市场的青睐。能够在心跳之余令人心念不忘的，显然只有那些用技术手段实现的，让游乐与故事融合的项目，从而给人独特的体验经历。

还有三个创新版的轮换模式的园区或板块，其中前世今生版的西游记每年每地投放20个短视频和一部电影；上古神话版的西游记每年每地也是投放20个短视频和一部微电影；修心童话版的西游记每年每地投放9+9=18个短视频，创新版的轮换模式的短视频为58%。固定项目的短视频为20个，“固定项目+变动项目”的短视频为20+58=78个，其中传承的占26%，创新的占74%。

按照全国数百个西游城和81年的总量计算，传承的、固定的、通用的短视频仍然为20部，而前世今生版为1620部，上古神话版也为1620部，还有修心版的162部，创新的三大板块合计为3402部，总计为3422部短视频（微电影为167部，其中固定的、传承的为5部，创新的、轮换的为162部）。呈现内容为王的指导思想，短视频中传承版的内容只占总量的千分之六，创新版的内容占千分之九百九十四。只有这样才能保证数百个西游城在81年内，每城每年项目内容的更新率保持在3/4的水平上，让游客有常来常新的感受，打造永不落幕的西游记。

目前我们已经完成了300多部短视频和5部电影剧本，正在进行动画制作，而且越写越顺手了。这是一个与实体项目一起循序渐进的创作过程，大约需要10至20年左右的时间，才能完成全部的创作内容。



发展西游记

西游城卖的是什么？西游城卖的是创意。创意是灵感，是头脑风暴，怎样把风暴变成现实，变成财富，这是旅游的核心价值。旅游属于创意经济范畴，旅游卖的也是创意。资源不等于产品，产品不等于商品，只有用创意去“点石”，资源才有可能变成商品。创意让西游城具备三个特点：创新性、低成本、差异化。

一、正确处理十大关系

1. 公共产品与自主品牌的关系；

2. 传承与创新的关系；

3. 重资产经营与轻资产经营的关系；

4. 软件与硬件的关系；

5. 妖怪与动物原型和神仙萌宠的关系；

6. 游客与取经人的关系；

7.“变！飞！奇！”三大特征与高科技的关系；

8. 连锁化经营与差异化发展的关系；

9. 旅游产品与衍生品关系；

10. 自主研发与对外合作的关系。

二、知识产权的保护

我们在西游文化产业建设和营运过程中，十分重视知识产权的保护，注册了“西游记”“西游记公园”“西游记漂流”“西游神话世界”等商标，累计注册了有关西游文化产业方面的商标、著作权、专利权等知识产权达3000多件，并聘请了国际专业团队，在可能对外输出的十几个国家和地区，注册了“西游记公园”和

融合离不开文化创意，新西游文化创意包括数码科技软件产品，如电影、微电影、动画视频、线上游戏、情景剧、魔幻剧等等，其中赋能互动游戏功能的短视频是数码科技软件产品的核心产品和核心价值。新西游文化短视频包含原著传承版、前世今生版、上古神话版、修心童话版、科幻未来版等5大主要板块。西游城的动物园、游乐园、冰雪园、水族馆、特色街区、钱币园、博物馆、体育馆、影视城、戏剧园、美食城、专卖店等十二大类上百个旅游项目将与新西游文化短视频进行一对一的匹配和融合，而且每年还要进行文化内容轮换，从而形成西游文化科技互动娱乐的系列产品。主题文化与旅游项目和互动游戏的三维融合将在西游短视频中得到完美的体现。

玛仁糖式的经营理念。“玛仁糖”俗称新疆糕点，是丝绸之路的食品，也是当年玄奘西天取经的主要食物，其有十种干果，糯米和糖熬制而成，是世界上最早的压缩饼。玛仁糖的妙处是它将各种不同元素融合在一起，却又不损害各元素自身的独特价值，玛仁糖的制作工艺体现了“和而不同”的哲学思想，海纳百川的包容理念，“合而共赢”的团队精神。

玛仁糖模式体现了西游记园区跨界融合的思想，一面是主题文化，一面是旅游项目，二者相互依存，相得益彰，而西游记文化就是玛仁糖的米和糖，起到粘合的作用，这就是“玛仁糖”的配方。

文化旅游产业属于创意产业，而文化旅游的融合离不开文化创意，新西游文化创意包括数码科技软件产品，如电影、微电影、动画视频、线上游戏、情景剧、魔幻剧等等，其中赋能互动游戏功能的短视频是数码科技软件产品的核心产品和核心价值。新西游文化短视频包含原著传承版、前世今生版、上古神话版、修心童话版、科幻未来版等5大主要板块。西游城的动物园、游乐园、冰雪园、水族馆、特色街区、钱币园、博物馆、体育馆、影视城、戏剧园、美食城、专卖店等十二大类上百个旅游项目将与新西游文化短视频进行一对一的匹配和融合，而且每年还要进行文化内容轮换，从而形成西游文化科技互动娱乐的系列产品。主题文化与旅游项目和互动游戏的三维融合将在西游短视频中得到完美的体现。

玛仁糖式的经营理念。“玛仁糖”俗称新疆糕点，是丝绸之路的食品，也是当年玄奘西天取经的主要食物，其有十种干果，糯米和糖熬制而成，是世界上最早的压缩饼。玛仁糖的妙处是它将各种不同元素融合在一起，却又不损害各元素自身的独特价值，玛仁糖的制作工艺体现了“和而不同”的哲学思想，海纳百川的包容理念，“合而共赢”的团队精神。

玛仁糖模式体现了西游记园区跨界融合的思想，一面是主题文化，一面是旅游项目，二者相互依存，相得益彰，而西游记文化就是玛仁糖的米和糖，起到粘合的作用，这就是“玛仁糖”的配方。

文化旅游产业属于创意产业，而文化旅游的融合离不开文化创意，新西游文化创意包括数码科技软件产品，如电影、微电影、动画视频、线上游戏、情景剧、魔幻剧等等，其中赋能互动游戏功能的短视频是数码科技软件产品的核心产品和核心价值。新西游文化短视频包含原著传承版、前世今生版、上古神话版、修心童话版、科幻未来版等5大主要板块。西游城的动物园、游乐园、冰雪园、水族馆、特色街区、钱币园、博物馆、体育馆、影视城、戏剧园、美食城、专卖店等十二大类上百个旅游项目将与新西游文化短视频进行一对一的匹配和融合，而且每年还要进行文化内容轮换，从而形成西游文化科技互动娱乐的系列产品。主题文化与旅游项目和互动游戏的三维融合将在西游短视频中得到完美的体现。

玛仁糖式的经营理念。“玛仁糖”俗称新疆糕点，是丝绸之路的食品，也是当年玄奘西天取经的主要食物，其有十种干果，糯米和糖熬制而成，是世界上最早的压缩饼。玛仁糖的妙处是它将各种不同元素融合在一起，却又不损害各元素自身的独特价值，玛仁糖的制作工艺体现了“和而不同”的哲学思想，海纳百川的包容理念，“合而共赢”的团队精神。

玛仁糖模式体现了西游记园区跨界融合的思想，一面是主题文化，一面是旅游项目，二者相互依存，相得益彰，而西游记文化就是玛仁糖的米和糖，起到粘合的作用，这就是“玛仁糖”的配方。

文化旅游产业属于创意产业，而文化旅游的融合离不开文化创意，新西游文化创意包括数码科技软件产品，如电影、微电影、动画视频、线上游戏、情景剧、魔幻剧等等，其中赋能互动游戏功能的短视频是数码科技软件产品的核心产品和核心价值。新西游文化短视频包含原著传承版、前世今生版、上古神话版、修心童话版、科幻未来版等5大主要板块。西游城的动物园、游乐园、冰雪园、水族馆、特色街区、钱币园、博物馆、体育馆、影视城、戏剧园、美食城、专卖店等十二大类上百个旅游项目将与新西游文化短视频进行一对一的匹配和融合，而且每年还要进行文化内容轮换，从而形成西游文化科技互动娱乐的系列产品。主题文化与旅游项目和互动游戏的三维融合将在西游短视频中得到完美的体现。

玛仁糖式的经营理念。“玛仁糖”俗称新疆糕点，是丝绸之路的食品，也是当年玄奘西天取经的主要食物，其有十种干果，糯米和糖熬制而成，是世界上最早的压缩饼。玛仁糖的妙处是它将各种不同元素融合在一起，却又不损害各元素自身的独特价值，玛仁糖的制作工艺体现了“和而不同”的哲学思想，海纳百川的包容理念，“合而共赢”的团队精神。

玛仁糖模式体现了西游记园区跨界融合的思想，一面是主题文化，一面是旅游项目，二者相互依存，相得益彰，而西游记文化就是玛仁糖的米和糖，起到粘合的作用，这就是“玛仁糖”的配方。

文化旅游产业属于创意产业，而文化旅游的融合离不开文化创意，新西游文化创意包括数码科技软件产品，如电影、微电影、动画视频、线上游戏、情景剧、魔幻剧等等，其中赋能互动游戏功能的短视频是数码科技软件产品的核心产品和核心价值。新西游文化短视频包含原著传承版、前世今生版、上古神话版、修心童话版、科幻未来版等5大主要板块。西游城的动物园、游乐园、冰雪园、水族馆、特色街区、钱币园、博物馆、体育馆、影视城、戏剧园、美食城、专卖店等十二大类上百个旅游项目将与新西游文化短视频进行一对一的匹配和融合，而且每年还要进行文化内容轮换，从而形成西游文化科技互动娱乐的系列产品。主题文化与旅游项目和互动游戏的三维融合将在西游短视频中得到完美的体现。

制的核心产品。

经过十几年的摸爬滚打，西游文化产业已经掌握了旅游产品的市场规律，从产品定位、文化创意、技术表现、市场细分、差异化塑造、商业模式系统性创新、知识产权保护、品牌打造等方面都积累了一定的经验和体会，西游记文化产业按照经营一代、建设一代、研发一代的指导思想，我们建设和设计的西游记园区已由1.0版到2.0版再到3.0版，升级后的版本比原本本有质的飞跃。

四、搭建研发平台

西游文化产业的成功在于创新，创新的成功在于研发，研发的成功在于搭建平台，平台的成功在于激励机制。

园区已与瑞立视数码科技公司、一马科技、网易游戏、大象艺术、亚洲漫画协会等国内外一流的文旅企业形成合作关系。打造沉浸式、互动式的西游文化园区，这是一条前人没有走过的路，我们对标方特主题乐园、腾讯线上游戏、科技馆三个目标体，一是建渠道，二是搭平台，三是赠股权，不断地寻找和探索西游文化产业的发展之路。

1. 是建渠道。首先，必须要组建属于西游文化科技产业的专业团队，我们筹建了腾讯游戏版专业团队、方特乐园版专业团队、博物馆版专业团队等三个渠道。

2. 是搭平台。《西游记》的作者是吴承恩吗？应该说他不是个编撰人员，西游记的作者是千百年以来成千上万的劳动人民，包括四个方面，第一是民间传说，抛开淮河神巫支祁（孙悟空的原型）4300年的传说不说，在几本游记、传说的基础上，“民间”创作的西游取经故事，自唐朝至明朝年间足足流传了几百年。第二是曲艺唱本，各地艺人根据当时流行的“西取取经故事”，编成不同曲调的唱本。第三是多种版本的章回小说。第四则是吴承恩在游记、僧创、民间传说、曲艺唱本、章回小说等基础上再度创作，整理编撰成书，客观来讲，吴承恩是《西游记》的集大成者。这是西游记与其他三部名著创作的显著区别，对我们创新西游记、发展西游记来说具有重要的借鉴意义。

只有西游！唯有西游！我们要用好这一稀缺资源，放眼全国甚至全球，调动有西游记情怀人群的积极性，因为高手往往住在民间，相比专业作家或许更有潜力。而且上乘之作，经典之作，甚至是传世之作往往是可遇而不可求的，需要人生的阅历、感情、学习和灵感等综合因素，我们的责任是搭建和提供一个平台，让大家能够发挥聪明才智和一技之长。在中国民族艺术基金会旗下设立西游文化基金分会，以此作为平台，在全国范围内征集西游故事、绘画、音乐等文创产品，这是文化创意的方面，同时还要对技术表现进行征集和筛选，包括设备、设计、内容、建筑、景观、装饰、科技、动画制作等。我们期待收获经典之作和独具匠心的作品。

3. 是赠股权。财聚人散，散聚人聚。舍与得的辩证关系既是哲学思想，又是人生智慧，更是企业发展的动力。根据共享共赢的原则，我们建渠道、后搭平台，计划拿出30%至40%的股权与期权、股权与虚拟权进行激励，建立合伙人或虚拟合伙人制。或者是15%至20%的收益提成用于研发经费，创作者的收益使用得越多，提成就越多，创作者创造的效益

园区已与瑞立视数码科技公司、一马科技、网易游戏、大象艺术、亚洲漫画协会等国内外一流的文旅企业形成合作关系。打造沉浸式、互动式的西游文化园区，这是一条前人没有走过的路，我们对标方特主题乐园、腾讯线上游戏、科技馆三个目标体，一是建渠道，二是搭平台，三是赠股权，不断地寻找和探索西游文化产业的发展之路。

园区已与瑞立视数码科技公司、一马科技、网易游戏、大象艺术、亚洲漫画协会等国内外一流的文旅企业形成合作关系。打造沉浸式、互动式的西游文化园区，这是一条前人没有走过的路，我们对标方特主题乐园、腾讯线上游戏、科技馆三个目标体，一是建渠道，二是搭平台，三是赠股权，不断地寻找和探索西游文化产业的发展之路。

园区已与瑞立视数码科技公司、一马科技、网易游戏、大象艺术、亚洲漫画协会等国内外一流的文旅企业形成合作关系。打造沉浸式、互动式的西游文化园区，这是一条前人没有走过的路，我们对标方特主题乐园、腾讯线上游戏、科技馆三个目标体，一是建渠道，二是搭平台，三是赠股权，不断地寻找和探索西游文化产业的发展之路。



快速，收获的利润分红庞大。

五、把名著写在大地上

新西游文化产业的实体业态有：西游记主题文化公园、西游城市商业综合体（简称西游城）、西游主题亲子酒店、西游衍生品专卖店等4种业态。其中西游城起着决定性作用，是新西游文化产业的核心产品和核心价值。

西游记公园占地规模大，固定资产投资大，建设周期长，回收期慢，需要占用社会大量资源，也离不开地方政府配套的优惠政策，属于重资产项目，因此，不宜大建设，在全国范围内布点5个就可以了，主要起到标杆作用和示范效应。

西游城地处大、中城市的中心地段，投资小、见效快，效益好，可以快速复制，因此，计划在全国范围内建设300个项目，形成规模效应，属于轻资产模式，低成本扩张，差异化连锁，系统化创新。

西游主题亲子酒店可以与酒店管理专家合营，我们出西游文化数码科技等软件产品，合作方出酒店管理服务体系，形成双方互惠互利、共享共赢的模式，计划经营500个主题酒店，属于轻资产模式。

西游专卖店是在主题公园、西游城和主题酒店建设营运的基础上配套发展的，随着西游文化产业线上与线下的同步发展，西游专卖店计划开设1000家店铺。

目前，西游记公园已经有两家，一家是经营多年的湖北随州市西游记公园，现在正由1.0版向3.0版迭代升级中，另一家是正在开工建设的安徽省明光市主题公园。西游城和西游主题酒店在武汉市、长沙市、重庆市和成都市4个城市正在筛选和设计之中，这4个样板园、示范店成功后，再向全国各大、中型城市推广复制。通过10年左右的时间完成规模化，从而完成《西游记》由文学版、影视版到乐园版的升级。

西游记文化产业是中国文化精髓的载体，致力于人性与神话的完美结合，天人合一的建筑意境，人神魔三界的轮回，儒释道三教的融合，具有浪漫主义情怀，是传承与创新不断追求的中国精神文化的象征。

弘扬西游精神，崇扬文化报国。我们是西游文化价值的整合者，主题公园的示范者，知识产权的持有者，衍生产品的开发者，文化创意孵化者，品牌管理的输出者，以“西游文化精髓”为核心，将西游记文化产业品牌打造成为中华民族精神文化品牌。

我们相信，代表着几千年灿烂文化的西游记，一定会不负使命，让西游精神代代相传，让世界分享西游记。

（湖北新西游文化科技有限公司董事长李祖刚、总经理陈继军）