

XXX 大学

硕士学位论文

论文题目： 文旅融合视角下无锡三国水浒城的发展模式与路径探析

学 生：

指导教师：

专 业：

班 级： _____ 班

文旅融合视角下无锡三国水浒城的发展模式与路径探析

一、引言

1.1 研究背景与意义

1.1.1 研究背景

在当今全球化与文化多元化的时代背景下，文旅产业作为推动经济增长、促进文化交流与传承的重要力量，正展现出蓬勃的发展态势。随着人们生活水平的提高和精神文化需求的日益增长，文旅产业的市场规模不断扩大，成为了国民经济中极具活力和潜力的领域。

近年来，文旅产业呈现出融合化、创新化、数字化的发展趋势。融合化体现在文旅与科技、教育、体育等多领域的深度融合，催生了如沉浸式文旅体验、文化研学旅行、体育旅游等新业态；创新化表现为不断涌现的新型文旅产品和服务，满足了消费者多样化、个性化的需求；数字化则借助互联网、大数据、人工智能等技术，提升了文旅产业的运营效率和服务质量，为文旅产业的发展注入了新的动力。

在这一繁荣发展的大背景下，影视与旅游的融合作为文旅产业创新发展的典型代表，正受到越来越多的关注。影视作为一种强大的文化传播媒介，具有广泛的受众群体和强大的影响力。它不仅能够生动地展现各种地域文化、历史故事和自然风光，还能通过情节的渲染和情感的传递，激发观众对拍摄地的向往之情，从而为旅游产业带来新的发展机遇。

无锡三国水浒城作为我国影视与旅游融合的先驱和典范，自 1987 年建成以来，凭借其独特的影视文化魅力和丰富的旅游资源，吸引了众多游客前来观光游览。它不仅是中央电视台为拍摄《三国演义》《水浒传》等经典影视作品而兴建的大型影视拍摄基地，也是国内首家以影视文化与旅游相结合的主题园，是国家首批 5A 级旅游景区。

。三国水浒城拥有大规模的古典建筑群体，依山傍湖而建，尽享太湖之灵气、秀气。三国城内建筑雄浑刚劲，主要景点有吴王宫、后宫、甘露寺、汉鼎、曹营水寨、吴营水寨、周瑜点将台等；水浒城建筑工巧华丽，主要景点有皇宫、樊楼、清明上河街、御街、紫石街、水泊梁山等。这些景点不仅为影视作品的拍摄提供了逼真的场景，也让游客仿佛穿越时空，亲身感受三国和水浒时期的历史风貌。

多年来，无锡三国水浒城接待了众多影视剧的拍摄，如《三国演义》《水浒传》《唐明皇》《大明宫词》《笑傲江湖》等上千部海内外影视剧在此取景。这些影视作品的热播，进一步提升了三国水浒城的知名度和影响力，吸引了大量游客前来探寻影视拍摄的奥秘，感受历史文化的魅力。三国水浒城还不断推出精彩绝伦的演出节目，如大型马战表演《三英战吕布》、影视特技表演《斗杀西门庆》、炫丽舞台剧《洛神赋图》等，这些演出展示了历史名著中家喻户晓、脍炙人口的经典故事，让游客在欣赏节目的同时，更深入地了解了历史文化。景区内的参与项目也丰富多彩，乘古船游太湖、诸葛连弩、八卦阵、水军训练营等活动趣味盎然，让人流连忘返。

无锡三国水浒城的成功，不仅为当地旅游业的发展做出了重要贡献，也为我国影视旅游产业的发展提供了宝贵的经验和借鉴。然而，随着市场竞争的日益激烈和游客需求的不断变化，无锡三国水浒城也面临着一系列的挑战和问题，如旅游产品的创新不足、游客体验的提升空间有限、景区的可持续发展面临压力等。因此，深入研究无锡三国水浒城的发展历程、现状及问题，探索其可持续发展的路径和策略，具有重要的现实意义。

1.1.2 研究意义

本研究以无锡三国水浒城为研究对象，深入探讨影视旅游景区的发展，具有多方面的重要意义。

理论意义：

- **丰富影视旅游研究内容：**目前，影视旅游作为一个新兴的研究领域，虽然已经取得了一定的研究成果，但在研究内容和方法上仍存在一定的局限性。本研究通过对无锡三国水浒城这一典型案例的深入分析，从旅游资源开发、旅游产品创新、游客体验提升、景区可持续发展等多个角度进行研究，有助于丰富和完善影视旅游的理论体系，为后续的研究提供新的思路和方法。

- **拓展文旅融合研究视角：**影视与旅游的融合是文旅融合的重要表现形式之一。本研究通过对无锡三国水浒城的研究，深入探讨影视文化与旅游产业相互融合、相互促进的机制和模式，有助于拓展文旅融合的研究视角，深化对文旅融合发展规律的认识。

实践意义：

- **为无锡三国水浒城发展提供策略建议：**通过对无锡三国水浒城的现状及问题进行深入分析，结合市场需求和发展趋势，本研究可以为其制定针对性的发展策略，如旅游产品创新、游客体验提升、品牌营销强化、可持续发展推进等，有助于提升景区的竞争力和吸引力，实现景区的可持续发展。

- **为其他影视旅游景区提供借鉴：**无锡三国水浒城作为我国影视旅游的成功典范，其发展经验和面临的问题具有一定的代表性。本研究总结的发展策略和实践经验，可以为其他影视旅游景区提供有益的借鉴，帮助它们在发展过程中少走弯路，提高发展质量和效益。

- **促进地方经济文化发展**

：影视旅游景区的发展不仅可以带动当地旅游业的繁荣，还可以促进相关产业的发展，如餐饮、住宿、交通、购物等，从而为地方经济增长做出贡献。同时，影视旅游景区作为文化传播的重要载体，可以弘扬地方文化，提升地方文化的知名度和影响力，促进地方文化的传承和发展。

1.2 国内外研究现状

1.2.1 国外影视旅游研究

国外对影视旅游的研究起步较早，在理论和实践方面都取得了较为丰富的成果。

在影视旅游概念界定上，伊文思（Evans）提出广义定义，认为影视旅游是指由描述吸引物的电视、广播和影片所引致的旅游，涵盖了多种基于影视元素引发的旅游活动形式，这一定义被学术界广泛认可，为后续研究提供了重要的概念基础。

在影视旅游发展模式研究中，学者们关注到不同地区根据自身资源和市场需求形成了多样化的发展模式。如新西兰借助《魔戒》系列电影中展示的壮美自然景观，成功吸引大量游客，形成以自然景观为核心吸引物，结合影视文化元素的旅游发展模式。这种模式强调对影视拍摄地独特自然和人文环境的挖掘与利用，通过影视作品的传播效应，吸引影视爱好者和游客前来体验。

对于游客动机的研究，厄里（Urry）认为游客对旅游地的选择基于对娱乐、实现梦想以及参与的愿望，而这些愿望往往由电影、电视、文学作品等非旅游因素激发。游客前往影视旅游目的地，不仅是为了参观拍摄场景，更希望通过身临其境的体验，实现对影视作品中美好场景和情感的向往，获得独特的娱乐和参与感。

在影视旅游的影响方面，众多研究表明其对目的地经济、社会和文化产生了多维度的影响。在经济上，影视旅游能够显著扩大客源市场，调整客源结构，为目的地带来可观的旅游收入。耐利（Riley）对 12

部美国电影的研究发现，影片对拍摄地的旅游影响至少持续 4 年，游客数量增长 40% - 50%。在社会文化方面，影视旅游有助于传播目的地形象，提升其知名度和美誉度，但也可能引发当地居民对文化变迁和生活环境改变的担忧。

在影视旅游的营销策略研究中，国外学者强调与影视作品的合作宣传至关重要。影视旅游的成功营销需要旅游机构与影视作品制作方在拍摄过程中紧密合作，共同制定宣传和推广方案，借助影视作品的热度和影响力，吸引潜在游客。

1.2.2 国内影视旅游研究

国内影视旅游研究虽起步较晚，但随着影视旅游产业的快速发展，相关研究也日益丰富。

在影视旅游发展历程梳理方面，1987 年央视无锡影视城的建成标志着中国影视旅游的正式兴起，此后，全国各地以电影主题为依托，建立了形式多样的影视旅游基地，影视旅游得到快速发展。随着时间的推移，影视旅游从最初单纯的影视拍摄基地观光，逐渐向多元化、深度化方向发展。

在现状研究中，学者们指出我国影视旅游目前仍存在一些问题。产品形式上，多以传统观光为主，参与感和体验感不足，对拍摄地点的布景等利用程度较低。如许多影视拍摄景点仅立牌简单介绍拍摄信息，无法让游客产生身临其境之感，难以满足游客重现荧屏经典一幕的愿望。布局上，存在建设无序、单体规模小等问题，部分地区盲目跟风建设影视城，导致同一地域内影视城数量过多、同质化严重，资源浪费现象较为突出。

在影视旅游对目的地的影响研究中，经济效益分析是重要方向之一。研究发现影视旅游能够带动当地旅游业发展，增加就业机会，提升地方经济水平。同时，影视作品的宣传对目的地形象建设也具有重要作用，通过影视作品展示目的地的自然风光、风土人情等，可提升目的地的知名度和美誉度，吸引更多游客。例如，新疆、云南等地通过影视作品的宣传，成功吸引大量游客前往观光游览。

在应对策略方面，学者们提出了诸多建议。在产品开发上，应加强深度开发，丰富旅游产品类型，增加游客的参与性和互动性项目，提升旅游产品的文化内涵。如开发影视主题体验活动，让游客参与影视拍摄、角色扮演等，增强游客的体验感。在营销方面，应加强与影视作品的联动营销，借助影视作品的热度进行旅游宣传推广，同时利用新媒体平台，开展精准营销，提高影视旅游目的地的知名度。在规划管理上，政府应加强引导，科学规划影视旅游基地的建设，避免盲目建设和同质化竞争，促进影视旅游产业的可持续发展。

1.2.3 研究述评

国内外影视旅游研究在概念、发展模式、游客动机、影响及对策等方面取得了丰硕成果，但仍存在一定不足。

在研究内容上，虽然对影视旅游的各个方面进行了探讨，但对于一些新兴领域和细分市场的研究还不够深入。例如，随着虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等新技术在影视旅游中的应用，如何利用这些技术创新旅游体验，提升游客的参与度和满意度，相关研究还相对较少。对于小众影视作品引发的旅游现象以及影视旅游与其他新兴产业的融合发展研究也有待加强。

在研究方法上，国内研究多以定性研究为主，定量研究相对不足，缺乏对影视旅游相关数据的系统收集和深入分析，导致研究结论的科学性和说服力受到一定影响。国外虽采用定性与定量相结合的研究较多，但在研究方法的创新性和综合性方面仍有提升空间，需要进一步整合多学科的研究方法，从不同角度深入剖析影视旅游现象。

在实践应用方面，研究成果与实际产业发展的结合还不够紧密，部分研究提出的策略和建议在实际操作中具有一定难度，缺乏针对性和可操作性。例如，在影视旅游目的地的可持续发展方面，虽然提出了一些理念和原则，但如何在具体实践中落实，缺乏详细的实施方案和案例分析。

本研究将针对以上不足，以无锡三国水浒城为具体案例，采用定性与定量相结合的研究方法，深入分析影视旅游景区的发展现状、存在问题，并结合市场需求和发展趋势，提出具有针对性和可操作性的发展策略，为我国影视旅游景区的可持续发展提供有益的参考。

1.3 研究方法与创新点

1.3.1 研究方法

文献研究法：通过广泛查阅国内外关于影视旅游、文旅融合、旅游可持续发展等方面的学术期刊论文、学位论文、研究报告、书籍等文献资料，梳理相关理论和研究成果，了解影视旅游的发展历程、现状、趋势以及存在的问题，为本文的研究提供理论基础和研究思路。对国内外影视旅游发展模式、游客动机、影响及对策等方面的文献进行综合分析，总结已有研究的成果和不足，明确本文的研究方向和重点。

实地调研法

：深入无锡三国水浒城进行实地考察，亲身体验景区的旅游产品和服务，观察景区的运营管理情况，与景区工作人员、游客进行面对面的交流和访谈，获取关于景区发展的第一手资料。了解景区的资源特色、产品类型、游客体验、营销推广等方面的实际情况，以及景区在发展过程中面临的问题和挑战，为本文的研究提供真实可靠的依据。在景区内随机选取游客进行访谈，了解他们选择三国水浒城的原因、旅游体验、满意度以及对景区发展的建议等。

案例分析法：以无锡三国水浒城为典型案例，深入分析其发展历程、现状、成功经验以及存在的问题，总结其发展模式和规律，为其他影视旅游景区的发展提供借鉴和参考。同时，选取国内外其他成功的影视旅游景区案例进行对比分析，如新西兰的霍比特村、浙江的横店影视城等，从不同角度探讨影视旅游景区的发展路径和策略，进一步丰富本文的研究内容。通过对比无锡三国水浒城与横店影视城在旅游产品开发、品牌营销、产业融合等方面的差异，分析各自的优势和不足，为无锡三国水浒城的发展提供有益的启示。

1.3.2 创新点

研究视角创新：从文旅融合的新视角出发，深入研究无锡三国水浒城的发展，不仅关注影视与旅游的结合，还探讨了文化在景区发展中的核心作用，以及文旅融合对景区可持续发展的影响，为影视旅游景区的发展研究提供了新的思路和方向。

理论运用创新：综合运用旅游学、文化学、经济学、市场营销学等多学科理论，对无锡三国水浒城的发展进行全面分析，打破了传统研究中单一学科视角的局限，使研究更加深入和全面。在分析景区的旅游产品创新时，运用旅游体验理论和消费者行为理论，探讨如何满足游客日益多样化

和个性化的需求；在研究景区的品牌营销时，运用市场营销学中的品牌定位、品牌传播等理论，提出针对性的营销策略。

研究方法创新

：采用动态分析和多案例对比研究的方法，对无锡三国水浒城的发展进行跟踪研究，分析其在不同发展阶段的特点和问题，并与国内外其他成功的影视旅游景区进行对比，总结出具有普遍性和指导性的发展策略，提高了研究成果的实用性和可操作性。

二、相关概念与理论基础

2.1 相关概念界定

2.1.1 影视旅游

影视旅游是一种新兴的旅游形式，它以影视拍摄、制作的全过程及与影视相关的事物为吸引物，吸引游客前来参观、体验。从供给方角度来看，影视旅游是利用影视文化内容，经过策划宣传，推向市场的一种旅游产品；从旅游者角度来说，影视旅游是由影视引申出来的旅游资源的游览、体验，以满足自身心理需求的旅游经历。

影视旅游的类型丰富多样，主要包括以下几种：一是影视拍摄地旅游，游客参观影视作品的拍摄地点，了解拍摄背景、场景和道具等，如中国的横店影视城、美国的好莱坞影城等；二是影视节事活动旅游，围绕影视作品的推广和宣传开展各种节庆活动，如电影节、电视剧节、动漫节等，吸引游客前来参与和观赏；三是影视文化主题旅游，以影视文化为主题，通过游览影视主题公园、博物馆、纪念馆等，了解影视文化的发展历程、技艺和背后的故事等，如迪士尼乐园、环球影城等；四是影视名人故里旅游，游客参观影视名人的故居、出生地或成长地等，了解他们的成长历程、生活环境和创作背景等，如中国的鲁迅故里、梅兰芳故居等。

影视旅游具有独特的特点。首先，它具有较强的文化性，影视作为文化的重要载体，将各种文化元素融入其中，游客在影视旅游过程中能够深入了解和体验不同的文化内涵。其次，影视旅游具有较高的吸引力和影响力，影视作品的广泛传播能够迅速提升拍摄地的知名度，激发游客的旅游欲望。例如，电影《非诚勿扰》的热映，让浙江西溪湿地和日本北海道成为热门旅游目的地，吸引了大量游客前往观光体验。此外，影视旅游还具有一定的互动性和体验性，游客可以参与影视拍摄、角色扮演等活动，增强旅游的趣味性和参与感。

影视旅游与文化旅游密切相关，影视旅游本质上是文化旅游的一种特殊形式，它以影视文化为核心吸引物，为游客提供独特的文化体验。影视文化中蕴含的历史、艺术、民俗等元素，丰富了文化旅游的内涵，使游客在旅游过程中不仅能够欣赏自然风光，还能感受深厚的文化底蕴。同时，影视旅游也借助文化旅游的发展平台，不断拓展自身的发展空间，两者相互促进、共同发展。

2.1.2 文旅融合

文旅融合，即文化与旅游的融合，是指在经济全球化和产业升级的背景下，文化产业与旅游产业相互渗透、交叉、重组，形成新的产业形态和产业链条的过程。文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体，文旅融合强调在旅游发展中深入挖掘和利用文化资源，将文化元素渗透到旅游的各个环节，提升旅游的文化内涵和吸引力。

文旅融合的表现形式丰富多样。从产品层面来看，文旅融合体现在开发具有文化内涵的旅游产品，如文化主题公园、历史文化街区、民俗文化村等。例如，西安大唐不夜城以唐文化为主题，通过仿唐建筑、演艺活动、特色美食等元素，打造出集文化体验、旅游观光、休闲娱乐为一体的旅游胜地，让游客仿佛穿越回唐朝，感受大唐盛世的繁华。从产业层面来看

，文旅融合促进了文化产业与旅游产业的协同发展，如影视与旅游的融合产生了影视旅游，文化演艺与旅游的融合推出了实景演出等旅游演艺产品。印象系列实景演出，以当地自然风光和民俗文化为背景，通过精彩的演出，展现了各地独特的文化魅力，成为文旅融合的成功典范

。从市场层面来看，文旅融合推动了文化旅游市场的发展，满足了消费者对文化旅游产品和服务的多样化需求。

文旅融合对旅游发展具有重要作用。首先，文旅融合能够提升旅游产品的附加值和竞争力，丰富的文化内涵使旅游产品更具吸引力，能够满足游客更高层次的精神需求。其次，文旅融合有助于促进旅游市场的多元化发展，吸引不同年龄、不同兴趣爱好的游客，扩大旅游市场份额。再者，文旅融合能够推动旅游目的地的品牌建设，通过文化元素的注入，塑造独特的旅游目的地形象，提升其知名度和美誉度。最后，文旅融合还能带动相关产业的发展，如餐饮、住宿、交通、购物等，促进区域经济的繁荣。

。

2.2 理论基础

2.2.1 体验经济理论

体验经济理论由美国学者约瑟夫·派恩（B. Joseph Pine II）和詹姆斯·吉尔摩（James H. Gilmore）于 1998 年在《哈佛商业评论》上发表的《欢迎进入体验经济》一文中首次提出。他们认为，体验经济是继农业经济、工业经济和服务经济之后的一种新的经济形态，它以服务为舞台，以商品为道具，以消费者为中心，创造能够使消费者参与、值得消费者回忆的活动。

在体验经济中，消费者不再仅仅满足于产品或服务的功能性需求，更注重在消费过程中获得的情感体验和精神满足。旅游作为一种典型的体验活动，为游客提供了丰富的体验机会。影视旅游作为旅游的一种特殊形式，借助影视作品的影响力，能够为游客创造独特的旅游体验。游客可以参观影视拍摄地，亲身感受影视作品中的场景和氛围，如无锡三国水浒城，游客可以走进三国城的吴王宫、水浒城的皇宫等建筑，仿佛穿越时空，置身于历史的长河之中，感受三国和水浒时期的风云变幻。游客还可以参与影视主题活动，如影视拍摄体验、角色扮演等，增强旅游的互动性和趣味性，满足游客对影视文化的好奇心和探索欲。

体验经济理论在影视旅游中的应用，有助于提升旅游产品的吸引力和竞争力。通过深入挖掘影视文化内涵，设计多样化的体验项目，能够满足不同游客的个性化需求，提高游客的满意度和忠诚度。例如，一些影视旅游景区推出了沉浸式体验项目，利用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等技术，让游客身临其境地感受影视作品中的情节和场景，增强了游客的体验感和代入感。同时，体验经济理论也强调游客的参与和互动，鼓励景区与游客之间建立良好的沟通和互动机制，及时了解游客的需求和反馈，不断优化旅游产品和服务，提升游客的体验质量。

2.2.2 可持续发展理论

可持续发展理论最早源于生态学，是指在满足当代人需求的同时，不损害后代人满足其自身需求的能力。1987年，世界环境与发展委员会在《我们共同的未来》报告中，正式提出了可持续发展的概念，强调经济、社会和环境的协调发展。

在景区发展中，可持续发展理论具有重要的指导意义。生态可持续发展是景区可持续发展的基础，要求景区在开发和运营过程中，注重保护自然生态环境，减少对自然资源的破坏和浪费。例如，景区应合理规划游客

容量，避免过度开发和游客超载，保护景区的生态平衡和生物多样性；加强环境保护措施，减少旅游活动对景区环境的污染，如推广垃圾分类、节能减排等措施。

经济可持续发展是景区可持续发展的核心，要求景区在实现经济效益的同时，注重经济的长期稳定增长和资源的合理利用。景区应优化旅游产品结构，提高旅游产品的附加值，增加旅游收入；加强旅游产业与其他产业的融合发展，带动相关产业的发展，促进区域经济的繁荣；合理利用旅游资源，避免资源的过度开发和浪费，实现资源的可持续利用。

社会可持续发展是景区可持续发展的保障，要求景区在发展过程中，注重社会公平和文化遗产，促进当地社区的发展和居民的参与。景区应加强与当地社区的合作，尊重当地居民的意愿和权益，让当地居民从旅游发展中受益；注重文化遗产和保护，弘扬当地的历史文化和民俗风情，提升景区的文化内涵和吸引力；加强旅游教育和培训，提高游客和当地居民的环保意识和文化素养，促进社会的和谐发展。

2.2.3 产业融合理论

产业融合理论是指不同产业或同一产业内的不同行业通过相互渗透、交叉，逐渐融为一体，形成新的产业形态的动态发展过程。产业融合的本质是打破传统产业的边界，实现资源共享、优势互补和协同发展，从而创造新的价值和市场需求。

影视与旅游产业的融合是产业融合理论在实践中的典型应用。随着人们对文化旅游需求的不断增长，影视与旅游产业的融合趋势日益明显。影视产业为旅游产业提供了丰富的文化内容和强大的宣传推广平台，影视作品中展现的自然风光、人文景观和故事情节，能够吸引大量游客前往拍摄地旅游观光，如电影《少林寺》的热映，让河南嵩山少林寺成为热门旅游景点，吸引了众多游客前来感受少林文化的魅力。旅游产业则为影视产业提供了真实的拍摄场景和体验空间，促进了影视创作的多元化和创新发展。

影视与旅游产业融合的动力主要来自市场需求的变化、技术创新的推动以及政策法规的支持。随着消费者需求的日益多样化和个性化，他们对旅游产品的文化内涵和体验性提出了更高的要求，影视与旅游的融合正好满足了这种需求。互联网、大数据、人工智能等技术的发展，为影视与旅游产业的融合提供了技术支持，如通过在线旅游平台，游客可以方便地获取影视旅游相关信息，预订旅游产品；利用虚拟现实、增强现实等技术，打造沉浸式影视旅游体验项目，提升游客的参与度和体验感。政府出台的一系列鼓励文化产业和旅游产业融合发展的政策法规，也为影视与旅游产业的融合创造了良好的政策环境。

影视与旅游产业融合的过程包括资源整合、产品创新和市场拓展等环节。在资源整合方面，通过整合影视和旅游资源，打造影视旅游主题景区、影视拍摄基地等，实现资源的优化配置；在产品创新方面，开发影视主题旅游线路、影视文化体验活动等新型旅游产品，满足游客的多样化需求；在市场拓展方面，借助影视的传播力和影响力，吸引更多游客关注和参与影视旅游，拓展旅游市场份额。

影视与旅游产业融合的效应显著，不仅能够促进产业结构优化升级，推动影视产业和旅游产业的协同发展，还能提升产业竞争力，创造新的经济增长点；同时，丰富了旅游产品的文化内涵，为游客提供了更加独特、丰富的旅游体验，满足了人们日益增长的文化旅游需求。

三、无锡三国水浒城发展现状

3.1 发展历程

3.1.1 建设起源

无锡三国水浒城的建设起源于上世纪八九十年代，是中央电视台为拍摄大型历史题材电视剧而精心打造的影视拍摄基地。1987年，中央电视

台为拍摄八十四集电视连续剧《三国演义》，在无锡葱茏苍翠的军嶂山麓、风景秀丽的太湖之滨兴建了三国城

。三国城占地面积广阔，水上面积达一千多亩，其建设规模宏大，建筑风格极具汉代特色。在建设过程中，严格按照历史记载和影视拍摄的需求，精心打造了众多场景，如刘关张三兄弟结义的桃园，一代枭雄曹操的恢宏楼船，诸葛亮为借东风而建的七星坛，刘皇叔孙小妹有缘一线牵的甘露寺，高大气派不失内涵的吴王宫等。这些场景不仅为《三国演义》的拍摄提供了逼真的历史背景，也为后来的影视旅游发展奠定了坚实的基础。1991年，三国城正式建成，1994年，《三国演义》摄制组在三国城内顺利完成拍摄并封镜，同年8月20日，三国城正式对外开放，从此开启了影视旅游的新篇章。

1996年，为拍摄大型电视连续剧《水浒传》，中央电视台又在无锡太湖畔兴建了水浒城。水浒城规模宏大、场景群集，背枕三万六千顷烟波浩渺的太湖，面瞰十里葱茏的军嶂山，其东北部还有一座林木茂盛的小山，半入城内、半倚城外，自然环境得天独厚。从东到西，水浒城的主体景观分别为梁山区、州县区、京城区，建筑形式丰富多样，或气势雄伟、或精巧绝伦、或古朴粗犷、或野趣横生。上自皇宫相府，下至民宅草屋，衙门监牢、寺院宗庙、街市店铺、酒楼客栈以及水泊梁山山寨等建筑，从各个不同的阶层，充分再现了宋代独特的历史背景和浓郁的风土人情。1998年，《水浒传》拍摄完成，水浒城也随之成为了游客领略宋代文化的重要旅游景点。

无锡三国水浒城的建设，不仅满足了影视拍摄的需求，还为无锡的文化旅游产业注入了新的活力。其独特的建筑风格和丰富的历史文化内涵，吸引了众多游客前来参观游览，成为了无锡旅游的一张亮丽名片。

3.1.2 发展阶段

无锡三国水浒城的发展历程可大致分为三个阶段：初创期、发展期和转型期。

初创期（1987 - 1998 年）：这一时期，三国城和水浒城相继建成，主要功能是作为影视拍摄基地，为《三国演义》《水浒传》等大型历史题材电视剧的拍摄提供场景支持。在建设过程中，充分考虑了历史文化的还原和影视拍摄的实际需求，打造了大量具有历史特色的建筑和场景。由于其独特的历史文化价值和影视拍摄的吸引力，开始吸引少量游客前来参观，初步展现了影视旅游潜力。但此时景区的旅游配套设施尚不完善，旅游服务也处于起步阶段。

发展期（1999 - 2010 年）：随着《三国演义》《水浒传》等电视剧的热播，三国水浒城的知名度迅速提升，吸引了大量游客前来观光游览。景区开始意识到旅游发展的巨大潜力，逐步加大对旅游设施建设和旅游产品开发的投入。在旅游设施方面，完善了游客接待中心、停车场、餐饮、住宿等基础设施，提升了游客的旅游体验；在旅游产品开发方面，除了观光游览外，开始推出一些简单的参与性项目，如乘坐古战船游览太湖、观看古装表演等，丰富了旅游产品的类型。景区还积极开展市场营销活动，与旅行社合作，推出旅游线路，吸引了更多的游客。这一时期，三国水浒城的游客数量和旅游收入呈现快速增长的趋势，成为无锡旅游的重要组成部分。

转型期（2011 年至今）

：随着旅游市场的不断发展和游客需求的日益多样化，三国水浒城面临着新的挑战 and 机遇。为了适应市场变化，景区开始进行转型升级，从传统的影视拍摄基地和观光旅游景区向综合性的文化旅游景区转变。在旅游产品创新方面，加大了对文化体验类产品的开发力度，推出了一系列以三国、水浒文化为主题的沉浸式体验项目，如大型马战表演《三英战吕布》、影视特技表演《斗杀西门庆》、炫丽舞台剧《洛神赋图》等，让游客在欣赏精彩节目的同时，更深入地了解历史文化。还开发了一些互动性强的参与项目，如诸葛连弩、八卦阵、水军训练营等，增加了游客的参与感和趣味性。在品牌建设方面，加强了对景区品牌的宣传推广，通过举办各类文化活动、与影视公司合作拍摄影视作品等方式，提升景区的知名度和美誉度。在产业融合方面，积极探索与其他产业的融合发展，如与教育产业合作开展研学旅行，与文化创意产业合作开发旅游纪念品等，拓展了景区的发展空间。

3.2 资源特色

3.2.1 影视文化资源

无锡三国水浒城拥有丰富的影视文化资源，这些资源主要源于其作为《三国演义》《水浒传》等经典影视作品拍摄地的独特历史。景区内完整保留了大量在拍摄过程中搭建的场景，如三国城内的吴王宫，其建筑风格雄浑刚劲，重檐庑殿顶彰显着独特的汉代韵味，在这里，刘备曾与孙尚香喜结良缘，许多重要的宫廷场景在此拍摄，让游客仿佛能看到当年的热闹景象。曹营水寨也是三国城的重要场景之一，其依太湖而建，东西长 300 米，南北宽 100 米，战船整齐排列，站在曹操点将台上，遥想当年曹操在此操练水军，准备赤壁之战的宏大场面，历史的沧桑感与英雄的豪迈情怀油然而生。

水浒城内的建筑则工巧华丽，极具宋代风格。皇宫建筑气势恢宏，彰显着皇家的威严；樊楼雕梁画栋，是宋代繁华市井生活的象征；清明上河街依据宋代画家张择端的名画《清明上河图》精心设计建造，街道两旁店铺林立，各种宋代民俗风情在此得以生动展现。紫石街更是充满了生活气息，武大郎的炊饼摊、王婆茶馆等场景栩栩如生，让人仿佛置身于《水浒传》的故事之中，感受到那个时代的烟火气。

景区内还常年上演各种以影视剧情为蓝本的精彩演出，如大型马战表演《三英战吕布》，演员们身着古装，骑着矫健的骏马，在战场上激烈厮杀，重现了三国时期波澜壮阔的战争场面，让观众身临其境感受历史的热血与激情。影视特技表演《斗杀西门庆》运用空中飞人、空中对打、烟火爆破等特效，生动展现了武松为兄报仇、怒杀仇人的紧张刺激场景，同时还向观众揭秘了古装武侠剧的拍摄奥秘，增加了游客的兴趣和知识。这些演出不仅丰富了景区的旅游内容，更让游客深入体验到影视文化的独特魅力。

这些影视文化资源对游客具有强大的吸引力。对于影视爱好者来说，能够亲身来到这些经典影视作品的拍摄地，亲眼目睹曾经在荧幕上出现的场景，与自己喜爱的影视角色和故事产生近距离的接触，满足了他们对影视创作的好奇心和探索欲，是一种极具吸引力的体验。对于历史文化爱好者而言，三国水浒城以生动直观的方式呈现了三国和宋代的历史文化，让他们能够在欣赏美景和精彩表演的同时，深入了解那个时代的政治、军事、文化和社会生活，这种沉浸式的历史文化体验具有独特的价值。景区内的影视文化资源也为游客提供了拍照打卡、角色扮演等互动体验的机会，满足了游客对个性化旅游体验的需求，进一步增强了景区的吸引力。

3.2.2 建筑文化资源

三国城的建筑风格雄浑刚劲，充分展现了汉代建筑的特色。吴王宫作为三国城的核心建筑之一，采用重檐庑殿顶的建筑形式，这是中国古代建筑中等级最高的建筑形式之一，只有皇帝和孔圣人等才能使用，吴王宫主殿使用这种建筑形式，虽有僭越之嫌，但也体现了其在三国时期的重要地位。宫门前的阙楼高达 21

米，在汉代，阙楼是官爵高低的标志，官位越高阙楼就造得越高，吴王宫的阙楼是三国城里最高的建筑物，彰显了吴国的威严与实力。曹营水寨的建筑布局严谨，战船采用木结构和水泥仿木结构建造，曹操点将台三层高，两侧战鼓矗立，旌旗飞扬，站在点将台上，太湖风光尽收眼底，让人感受到曹操的雄心壮志和三国时期军事力量的强大。

水浒城的建筑工巧华丽，具有浓郁的宋代风格。皇宫建筑气势恢宏，彰显着皇家的威严与奢华；樊楼作为宋代著名的酒楼，雕梁画栋，飞檐斗拱，内部装饰精美，体现了宋代建筑的精湛工艺和繁华的市井文化。清明上河街是水浒城的重要景点之一，它依据宋代画家张择端的名画《清明上河图》中虹桥至街市城门内外的布局而设计建造，街道两旁的建筑风格多样，有民居、店铺、酒楼、茶馆等，真实再现了宋代城市的繁华景象和市井生活。紫石街则充满了生活气息，武大郎的炊饼摊、王婆茶馆等场景生动地展现了宋代普通百姓的生活状态。

三国水浒城的建筑布局合理，与自然环境相得益彰。三国城坐落在葱茏苍翠的军嶂山麓、风景秀丽的太湖之滨，依山傍水的地理位置使其建筑与山水融为一体，自然风光与人文景观相互映衬，形成了独特的美感。水浒城背枕三万六千顷烟波浩渺的太湖，面瞰十里葱茏的军嶂山，东北部还有一座林木茂盛的小山，半入城内、半倚城外，自然环境得天独厚，城内的建筑与周边的山水环境相互融合，营造出一种古朴、自然的氛围。

这些建筑不仅具有观赏价值，还承载着丰富的历史文化内涵。它们是历史的见证者，通过建筑的形式、风格和布局，向人们展示了三国和宋代的政治、经济、文化等方面的信息。三国城的建筑反映了三国时期的军事、政治斗争和社会风貌，让人们感受到那个时代的英雄气概和历史沧桑；水浒城的建筑则展现了宋代的城市生活、商业繁荣和民俗风情，让人们领略到宋代文化的独特魅力。这些建筑也是文化传承的重要载体，它们将

古代建筑技艺和文化传统传承下来，为后人研究历史文化提供了重要的实物资料。

3.2.3 民俗文化资源

无锡三国水浒城注重民俗文化资源的挖掘和展示，为游客提供了丰富的民俗文化体验。在景区内，游客可以欣赏到各种民俗表演，如舞龙舞狮、杂技杂耍、民间舞蹈等。舞龙舞狮表演充满了活力和喜庆氛围，表演者们身手矫健，将龙和狮的形象演绎得栩栩如生，展示了中国传统文化的独特魅力；杂技杂耍表演则以其高超的技艺和惊险刺激的动作吸引着游客的目光，如顶碗、柔术、蹬技等，让游客惊叹不已；民间舞蹈表演则各具特色，如汉服舞蹈、旗袍舞蹈等，舞者们身着传统服饰，舞姿优美，展现了不同时期的文化风情。

景区还设置了传统技艺展示区，游客可以亲眼目睹传统手工艺人的精湛技艺，如剪纸、刺绣、糖画、捏面人等。剪纸艺人用一把剪刀和一张纸，就能剪出各种精美的图案，如花鸟鱼虫、人物故事等，展现了民间艺术的创造力和智慧；刺绣艺人则用细腻的针法和鲜艳的丝线，在绸缎上绣出一幅幅美丽的画卷，展示了中国传统刺绣工艺的高超水平；糖画艺人用融化的糖液在石板上绘制出各种造型，如动物、花卉等，瞬间凝固后，一件精美的糖画作品就诞生了，不仅好看，还可以品尝；捏面人艺人用彩色的面团，通过巧妙的捏、搓、揉、塑等手法，制作出一个个生动逼真的人物形象和动物造型，深受游客喜爱。

景区还会举办各种民俗节庆活动，如春节期间的庙会、元宵节的花灯会、端午节的龙舟赛等。春节庙会期间，景区内张灯结彩，热闹非凡，游客可以品尝到各种传统美食，如糖葫芦、糖芋苗、梅花糕等，还可以参与猜灯谜、投壶、射箭等传统游戏，感受浓浓的节日氛围；元宵节花灯会期间，各种造型精美的花灯挂满景区，有动物灯、人物灯、宫灯等，灯光璀璨，美不胜收，游客可以在欣赏花灯的同时，品尝元宵，共度团圆佳节；端午节龙舟赛期间，游客可以观看激烈的龙舟比赛，感受传统文化的活力，还可以参与包粽子、挂菖蒲、系五彩绳等传统习俗活动，体验端午文化的内涵。

这些民俗文化资源对游客体验的提升作用显著。它们丰富了游客的旅游内容，让游客在欣赏自然风光和历史建筑的同时，能够深入了解中国的传统文化和民俗风情，增加了旅游的趣味性和文化内涵。民俗表演和传统技艺展示让游客近距离感受到民间艺术的魅力，激发了游客对传统文化的兴趣和热爱；民俗节庆活动则让游客参与其中，亲身体会传统节日的氛围和习俗，增强了游客的参与感和互动性，使游客获得了更加丰富、深刻的旅游体验。民俗文化资源也为景区营造了独特的文化氛围，提升了景区的品牌形象和吸引力，使景区在众多旅游景点中脱颖而出，吸引了更多游客前来观光游览。

3.3 经营现状

3.3.1 游客接待情况

近年来，无锡三国水浒城的游客接待数量呈现出较为明显的波动变化趋势。在旅游市场形势较好的时期，如 2019 年，三国水浒城凭借其独特的影视文化魅力和丰富的旅游产品，吸引了大量游客前来观光游览，全年接待游客数量达到了 [X] 万人次。然而，2020 年受新冠疫情的影响，旅游行业遭受重创，三国水浒城也未能幸免，游客接待量急剧下降至 [X]

万人次，同比下降幅度高达 [X]%。随着疫情防控形势的逐渐好转和旅游市场的复苏，2021 年和 2022 年游客接待量有所回升，分别达到了 [X] 万人次和 [X] 万人次，但仍未恢复到疫情前的水平。2023 年，随着国内旅游市场的全面复苏，三国水浒城的游客接待量实现了大幅增长，达到了 [X] 万人次，基本恢复至疫情前 2019 年的水平。到了 2024 年，龙年春节期间的三国水浒城景区游客人数一路攀高，从年初一不到 1

万人次，飙升至年初五的 9.65 万人次，较 2019 年同比增长 556.46%，较 2023 年同期增长 70.44%，展现出强劲的发展势头。

从游客来源地来看，三国水浒城的游客主要来自长三角地区，这一区域的游客占比达到了 [X]% 左右。长三角地区经济发达，人口密集，交通便利，居民旅游消费能力较强，且与无锡距离较近，为三国水浒城提供了稳定的客源市场。其中，江苏本省游客占比最高，达到了 [X]%，主要来自南京、苏州、常州、南通等周边城市。上海、浙江等地的游客也占有较大比例，分别为 [X]% 和 [X]%。近年来，随着景区知名度的不断提升和旅游市场的拓展，来自国内其他地区的游客数量也在逐渐增加，如京津冀地区、珠三角地区以及中西部地区的游客占比有所上升。国际游客方面，三国水浒城也吸引了一定数量的来自日本、韩国、东南亚以及欧美等国家和地区的游客，他们对中国的历史文化和影视文化表现出浓厚的兴趣，国际游客占比约为 [X]%。

在游客年龄层次方面，三国水浒城的游客呈现出多元化的分布特点。其中，中青年游客（25 - 45 岁）是景区的主要客源群体，占比达到了 [X]% 左右。这部分游客具有较强的消费能力和旅游意愿，对历史文化和影视文化有着较高的兴趣，他们更注重旅游体验的品质和个性化，愿意参与各种文化体验活动和互动项目。老年游客（60 岁以上）占比约为 [X]%，他们对历史文化有着深厚的情感和认知，喜欢通过旅游来感受历史的韵味，三国水浒城的历史建筑和文化演出对他们具有较大的吸引力。青少年游客（18 岁以下）占比约为 [X]%，随着研学旅行的兴起和家长对孩子综合素质培养的重视，越来越多的青少年在家长或学校的组织下前来三国水浒城参观学习，他们对景区内的互动体验项目和趣味性较强的演出节目表现出浓厚的兴趣。

。近年来，随着旅游市场的不断细分和旅游产品的多样化发展，儿童游客（12 岁以下）的数量也在逐渐增加，景区针对儿童推出的亲子游项目和儿童游乐设施受到了家长和孩子的欢迎。

3.3.2 收入结构

无锡三国水浒城的收入主要由门票收入、二次消费收入、影视拍摄收入等构成，各部分收入在总收入中所占比例有所不同。

门票收入是三国水浒城的重要收入来源之一，长期以来在总收入中占据着较大的比重。以 2023 年为例，门票收入占总收入的比例达到了 [X]%。三国城门票价格为成人票 180 元 / 人，儿童票 90 元 / 人；水浒城门票价格为成人票 240 元 / 人，儿童票 120 元 / 人；联票（包括三国城和水浒城）价格为 360 元 / 人。较高的门票价格为景区带来了可观的收入，但也在一定程度上影响了游客的消费意愿和景区的游客接待量。随着旅游市场竞争的日益激烈和游客消费观念的转变，单纯依靠门票收入的发展模式面临着越来越大的挑战。为了提高游客的满意度和景区的综合竞争力，三国水浒城也在不断推出一些门票优惠活动，如购买联票可享受一定的折扣、特定节假日门票半价等，以吸引更多游客前来参观。

二次消费收入是指游客在景区内除门票之外的其他消费所带来的收入，包括餐饮、住宿、购物、娱乐等方面。近年来，随着景区旅游服务设施的不断完善和旅游产品的日益丰富，二次消费收入在总收入中的占比逐渐提高，2023 年达到了 [X]%。在餐饮方面，景区内设有各类餐厅和小吃摊位，提供无锡当地特色美食以及各种快餐、小吃等，满足不同游客的口味需求，餐饮收入占二次消费收入的 [X]% 左右。住宿方面，景区周边有多家酒店和民宿可供游客选择，部分游客会选择在景区附近住宿，以方便游览，住宿收入占二次消费收入的 [X]% 左右。

。购物方面，景区内开设了多个旅游纪念品商店，销售与三国、水浒文化相关的纪念品、工艺品、特色食品等，购物收入占二次消费收入的 [X]% 左右。娱乐方面，景区内的各种演出节目、参与性项目以及游乐设施等吸引了大量游客消费，娱乐收入占二次消费收入的 [X]% 左右。然而，与国内一些成熟的旅游景区相比，三国水浒城的二次消费收入占比仍有较大的提升空间，需要进一步加强旅游产品的开发和营销，提高游客的二次消费意愿和消费水平。

影视拍摄收入是三国水浒城的特色收入来源之一，其占总收入的比例相对较小，2023 年约为 [X]%。三国水浒城作为国内知名的影视拍摄基地，拥有丰富的影视文化资源和完善的拍摄设施，吸引了众多影视剧在此取景拍摄。如《三国演义》《水浒传》《唐明皇》《大明宫词》《笑傲江湖》等上千部海内外影视剧都曾在三国水浒城拍摄。近年来，随着影视行业的发展和竞争的加剧，影视拍摄市场也面临着一些挑战，影视拍摄收入的稳定性受到一定影响。为了提高影视拍摄收入，三国水浒城积极加强与影视制作公司的合作，不断完善拍摄设施和服务，优化拍摄环境，同时推出一些针对影视拍摄的优惠政策，吸引更多的影视剧组前来拍摄。

3.3.3 品牌建设与市场推广

无锡三国水浒城在品牌形象塑造方面，紧密围绕影视文化与历史文化两大核心元素，致力于打造具有独特魅力的文化旅游品牌。景区以《三国演义》《水浒传》等经典影视作品为依托，通过对景区内建筑、场景的精心打造和维护，生动地展现了三国和宋代的历史风貌，让游客仿佛穿越时空，亲身感受历史的魅力。三国城内的吴王宫、曹营水寨等建筑，水浒城内的皇宫、清明上河街等场景，都成为了景区品牌形象的重要代表

。景区还通过举办各种文化活动和演出，进一步强化品牌形象。如大型马战表演《三英战吕布》，以其精彩绝伦的表演和震撼的场面，成为了三国水浒城的标志性节目，吸引了众多游客前来观看，让游客深刻感受到三国时期的英雄气概和战争氛围。影视特技表演《斗杀西门庆》则通过展示古装武侠剧的拍摄奥秘，增加了游客对影视文化的了解和兴趣，丰富了景区的品牌内涵。

在宣传渠道方面，三国水浒城采用了多元化的宣传策略。传统媒体方面，积极与电视台、广播电台、报纸、杂志等合作，进行广告投放和专题报道。在旅游旺季，通过电视台的旅游栏目、报纸的旅游版面等，对景区的特色景点、活动和优惠政策进行宣传推广，吸引更多游客的关注。新媒体方面，充分利用互联网和社交媒体平台的优势，进行线上宣传。景区官方网站详细介绍了景区的景点、演出、活动、票务等信息，为游客提供了便捷的查询和预订服务。同时，在微信公众号、微博、抖音等社交媒体平台上，定期发布景区的美景、活动照片和视频，与游客进行互动交流，提高景区的知名度和影响力。利用短视频平台的传播优势，制作精彩的短视频内容，展示景区的特色和魅力，吸引了大量用户的点赞、评论和分享，进一步扩大了景区的宣传范围。

三国水浒城还积极开展各种营销活动，以吸引游客。与旅行社合作，推出多样化的旅游线路和套餐，满足不同游客的需求。针对团队游客，提供优惠的门票价格和优质的导游服务，吸引旅行社组织更多的团队前来参观。举办各类主题活动，如春节期间的“传唱经典·国潮三国——新年演唱会”、国庆节期间的“三国文化节”等，通过丰富多彩的活动内容，吸引游客在节假日前来游玩。推出会员制度，为会员提供积分、折扣、优先购票等特权，提高游客的忠诚度和复游率。在旅游淡季，通过

推出特价门票、住宿套餐等优惠活动，刺激游客的消费欲望，增加景区的游客流量。

通过一系列的品牌建设和市场推广措施，三国水浒城在市场上具有较高的知名度和影响力。在国内旅游市场中，三国水浒城是影视旅游的知名品牌，吸引了大量国内游客前来观光游览，成为了无锡旅游的重要名片之一。在国际旅游市场上，三国水浒城也逐渐崭露头角，凭借其独特的中国历史文化魅力，吸引了越来越多的国际游客，提升了中国文化旅游的国际形象。根据相关调查数据显示，三国水浒城在游客中的口碑良好，游客对景区的满意度较高，这也为景区的品牌建设和市场推广奠定了坚实的基础。然而，随着旅游市场竞争的日益激烈，三国水浒城仍需不断创新和优化品牌建设与市场推广策略，以保持和提升其市场竞争力。

四、无锡三国水浒城发展优势与面临挑战

4.1 发展优势

4.1.1 品牌优势

无锡三国水浒城凭借其作为《三国演义》《水浒传》等经典影视作品拍摄地的独特身份，在影视旅游领域树立了极高的知名度和美誉度，形成了强大的品牌影响力。这些经典影视作品在国内外广泛传播，深受观众喜爱，其深入人心的剧情、鲜活的人物形象以及宏大的历史背景，使三国水浒城成为了观众心目中极具吸引力的影视文化圣地。观众对影视作品的热爱和追捧，自然而然地延伸到了拍摄地，使得三国水浒城成为了影视旅游爱好者的热门打卡地。许多游客怀着对经典影视作品的深厚情感，慕名而来，亲身感受剧中场景的魅力，追寻影视剧中的记忆和情怀。

在影视旅游市场中，无锡三国水浒城占据着重要地位，是国内影视旅游的先驱和典范之一。它开创了“以戏带建，以建带戏”的发展模式，将影视拍摄与旅游开发有机结合，为国内影视旅游景区的发展提供了宝贵的经验和借鉴。三国水浒城作为国家首批 5A

级旅游景区，以其丰富的影视文化资源、独特的建筑风格、精彩的演出节目和完善的旅游服务设施，吸引了大量游客前来观光游览，在市场竞争中具有明显的优势。与其他影视旅游景区相比，三国水浒城的品牌优势不仅体现在其依托的经典影视作品的影响力上，还体现在其对历史文化的深度挖掘和展示上。景区通过精心打造的建筑场景、生动有趣的演出节目以及丰富多样的文化活动，将三国和宋代的历史文化生动地呈现在游客面前，让游客在游览过程中能够深入了解和感受历史文化的魅力，从而提升了景区的品牌内涵和价值。三国水浒城还注重品牌的维护和推广，通过不断创新旅游产品、提升服务质量、加强市场宣传等措施，保持和提升了景区的品牌形象和市场竞争力。

4.1.2 资源优势

无锡三国水浒城拥有丰富多样的影视、建筑和民俗文化资源，这些资源相互融合，为景区的发展提供了坚实的基础。影视文化资源方面，景区作为众多经典影视作品的拍摄地，拥有大量与影视作品相关的场景、道具和故事，这些元素成为了吸引游客的重要亮点。游客可以亲身参观吴王宫、曹营水寨、皇宫、清明上河街等在影视剧中频繁出现的场景，感受影视拍摄的氛围，体验影视文化的独特魅力。景区内的影视文化资源还包括各种以影视剧情为蓝本的演出节目，如大型马战表演《三英战吕布》、影视特技表演《斗杀西门庆》等，这些演出通过精彩的表演和特效展示，让游客仿佛置身于影视剧中，进一步增强了游客对影视文化的体验。

建筑文化资源是三国水浒城的另一大特色。三国城的建筑雄浑刚劲，具有浓郁的汉代风格，如吴王宫的重檐庑殿顶、高大的阙楼，彰显着汉代建筑的庄重与威严；曹营水寨的战船和点将台，展现了汉代军事建筑的特点

。水浒城的建筑则工巧华丽，体现了宋代建筑的精致与细腻，皇宫的宏伟壮丽、樊楼的雕梁画栋、清明上河街的市井风情，都让游客感受到宋代建筑的独特魅力。这些建筑不仅具有极高的观赏价值，还承载着丰富的历史文化内涵，是历史文化的重要载体。

民俗文化资源也是三国水浒城的重要组成部分。景区内的民俗表演、传统技艺展示和民俗节庆活动，为游客提供了丰富的民俗文化体验。舞龙舞狮、杂技杂耍、民间舞蹈等民俗表演，展示了中国传统文化的独特魅力；剪纸、刺绣、糖画、捏面人等传统技艺展示，让游客领略到民间艺术的精湛技艺；春节庙会、元宵节花灯会、端午节龙舟赛等民俗节庆活动，让游客亲身感受传统节日的氛围和习俗，增强了游客的参与感和互动性。

三国水浒城还拥有得天独厚的自然景观资源，与太湖风光完美结合。景区坐落在太湖之滨，依山傍水，自然风光秀丽，太湖的浩瀚烟波、周边的青山绿树，与景区内的人文景观相互映衬，相得益彰。游客在游览景区的同时，还可以欣赏到美丽的太湖风光，乘船游览太湖，感受大自然的魅力。这种自然景观与人文景观的有机融合，为游客提供了更加丰富、独特的旅游体验，进一步提升了景区的吸引力。

4.1.3 区位优势

无锡三国水浒城地处长江三角洲经济区的核心地带，地理位置十分优越。长三角地区是我国经济最发达、人口最密集、城市化水平最高的地区之一，具有雄厚的经济实力和庞大的消费市场。该地区交通便利，拥有密集的高速公路、铁路、航空等交通网络，与国内外各大城市紧密相连，为游客前往三国水浒城提供了便捷的交通条件。无锡作为长三角地区的重要城市，自身经济发展迅速，旅游基础设施完善，旅游服务水平较高，能够为游客提供良好的旅游体验。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/145224204040012130>