

深挖工业文化内核

近年来,工业旅游作为文旅消费的新兴赛道,市场热度持续攀升。但不少工业旅游项目在开发过程中忽视工业文化的核心赋能作用,只侧重硬件改造和场景呈现,存在产品业态单一、活动内容同质、参与体验感不强等共性问题。

工业文化作为伴随中国工业化进程衍生、沉淀和升华而成的文化体系,包含物质文化、制度文化与精神文化,长期影响着大众的价值认知与消费取向。深挖工业文化内核,赋能工业旅游发展,不仅能为工业旅游注入灵魂,有效破解同质化发展难题,还有助于进一步拓展文旅消费场景、激活消费新需求、释放消费潜力。近期印发的《旅游强国建设“十五五”规划》及《关于弘扬工业文化 保护工业遗产 发展工业旅游的通知》等文件,也将挖掘阐释工业文化价值放在了重要位置。

深挖工业文化内涵,讲好工业故事,激

活消费新需求。我国的工业文化源自积淀深厚的工业发展史,承载着一代代产业攻坚、技术突破、匠心奋斗的工业故事与精神财富,是工业旅游的核心价值所在。应加强对工业历史、工艺技术、知名工业品牌的挖掘、研究和阐释,提炼出彰显时代风貌的工匠精神、企业家精神、创新精神,并通过沉浸式游览、互动式体验等方式,结合文艺创作、特色文旅IP打造等创意手段,将厚重零散的工业历史转化为可感知、可体验、可传播的文旅内容。在持续催生工业旅游消费新需求的同时,以工业旅游作为载体弘扬中国工业文化,让游客走近工业历史、感悟工业精神。

保护活化工业遗存,创新文旅表达,打造消费新场景。工业遗存是城市工业化发展的鲜活见证,镌刻着城市产业迭代轨迹,承载着独特的时代记忆与文化价值。应系统开展工业遗产摸排梳理与深入研究,构建

科学规范的工业遗产保护体系,推动符合标准的工业遗存纳入文物保护体系。同步推动老厂区、厂房和设施功能转换、业态升级,运用数字孪生、艺术改造、场景复原等方式重现工业发展历史、复原核心生产工艺,引入夜游演艺、房车露营、休闲文创、主题研学等业态,打造工业科考、怀旧打卡、市民休闲等体验场景,持续拓宽文旅体验维度,完善消费体系,让沉寂的“工业锈带”蝶变成赋能城市发展、释放消费活力的“生活秀带”。

传承工匠精神文脉,赋能产业创新,释放消费新潜力。我国工业体系底蕴深厚、体系完整,精工细作的传统手工业和自主创新的先进制造业共同构筑了中国工业独有的文化底气与产业实力。工业旅游沉浸式、互动式的传播优势,能够让优质的本土工业资源走出产业圈层、走进大众视野。深挖传统手工业的古法技艺和匠心传承故事,守正创新、活态传承,开发兼具文化内涵、时尚审美

与实用价值的工业文创产品,助力国潮焕新、品牌破圈;通过可视化科普、场景化展示、通俗化解读方式,拆解先进制造业的技术原理,放大微观制造工艺,让游客直观感受“中国制造”的硬核实力与创新魅力。培育大众国货情怀,为制造强国建设与文旅产业高质量发展赋能。

工业文化是工业旅游的核心与灵魂,激活文旅消费新动能是工业文化活化利用的价值落点。立足国家政策导向,坚持以文塑旅、以旅兴文,深度挖掘并大力弘扬工业文化内涵、盘活工业遗产资源、创新工业旅游发展模式,方能实现文化传承、产业升级、消费提振的多方共赢。

(作者系中国科学院地理科学与资源研究所高级工程师)



沈阳故宫文创吸引不少游客前来购买。
本报记者 温济聪摄

爱上大海“游乐场”

本报记者 宋美倩



暑期的北戴河凉爽宜人,海浪拍打礁石的响声在薄雾中回荡。一群穿着专业帆船服的少年拖着Topper稳向板帆船走向海滩,船底与细沙摩擦发出“沙沙”声。来自杭州的10岁小姑娘周子鸢正用力拽紧缆绳,她告诉记者:“我来这里‘驾海’。”

当传统的“沙滩躺椅”模式难以满足新生代消费者的胃口,秦皇岛正尝试拆解海洋的基因,用创新玩法重组消费场景,将“静态资源”转化为“动态经济”。

海上运动热

上午9点的北戴河新区蔚蓝海岸,中帆协北方总部基地前的沙滩上,一艘艘帆船像蓄势待发的箭矢。随着发令汽笛划破长空,数十艘帆船竞相驶出,劈波斩浪。

北京航海中心负责人邢学倩告诉记者,这片水域是ILCA亚洲帆船训练中心所在地。2025年ILCA亚洲(公开)帆船锦标赛期间,仅5天就吸引了国内外游客超14万人次,直接拉动消费2300万元。

在离岸边5海里的深蓝海水中,一座钢铁浮岛静静矗立。这是总投资近1.5亿元的“渔渡一号”海上多功能平台。登上平台,脚下是镂空的钢网与玻璃栈道,能清晰看见各色海鱼游弋。来自北京的游客张美琪兴奋地摆弄着刚刚钓上来的黑鲷,她说:“在网上看了攻略,说这里好玩。确实不一样,这种在茫茫大海上钓鱼、吃饭的感觉,是陆地上的场馆没法提供的。”

“渔渡一号”不仅是一个景点,更是秦皇岛向深海要效益的一个缩影。这里不仅有海水自然养殖,还集成了海上观光、垂钓、潜水体验乃至星空住宿。秦皇岛渔渡旅游开发有限公司副总经理田强介绍:“试营业以来,往返这里的快艇几乎班班爆满,特别是2026年‘海东青杯’秦皇岛海钓嘉年华,全网曝光量超2.3亿人次。以后每年的4月至11月,我们都会常规运营。”

在西港国际航海中心,今年5月,大舷墙国际游艇组织委员会与海港区政府签约,共建法式帆船国际示范目的地。在2026秦皇岛(大舷墙)国际帆船游艇周上,69个品牌148条船艇云集,吸引了10余万游客。河港

沙滩狂欢嗨

下午3点,乐乐乐园的造浪池一片欢乐。来自天津的王敏抱着6岁的女儿,任由水花拍来,却笑得前仰后合。“原本计划住两晚就走,昨天在造浪池玩‘疯’了,孩子非要再玩一天。”她说。

这种“即兴决策”,正是文旅项目成功激活消费的证明。乐乐乐园今年开放的5.5万平方米亲海戏水乐园,精准击中了家庭亲子游的需求点。不同于以往单一的游泳功能,这里的“万人泼水节”和六大海洋主题花车巡游,将游客变成了参与者。NPC演员冲入人群,水枪互射,陌生人因为一盆水而瞬间“破冰”。在这里,水成了社交的媒介。

更令人称奇的是“海上三件套”观光体验。记者乘坐仙螺岛跨海观光缆车穿行于海面之上,北望燕山层叠叠嶂,南眺渤海万顷波涛。这种“山海同框”的视角,打破了传统滨海旅游平面化的局限。从内蒙古自驾来的游客高超告诉记者:“在陆地上,看山是山,看海是海;在这里,山水交融,海上有仙山,山在云水间,这种视觉冲击力是特别的,也可以在朋友圈炫耀一把的‘社交货币’。”

这种全年龄段的狂欢正沿着海岸线向南延伸。

南戴河国际娱乐中心的缤纷水乐园里,刺激的滑道让年轻人肾上腺素飙升,而浅水区的亲子戏水设施则充满了孩童的欢乐;渔田七里海度假区,一场童话花船水上大巡游流光溢彩,今年1月至6月,累计接待游客32.71万人次,同比增长3.52%。

左图 充满欢乐的机甲龙泼水狂欢现场。

戴 梦摄(中经视觉)

右图 矗立海上的“渔渡一号”海上多功能平台。

戴 梦摄(中经视觉)

在渔岛海洋温泉景区,创新体现在“反季节”与“反常识”的融合上。将“机甲龙泼水狂欢节”与温泉戏水有机结合,让游客在炎炎夏日中体验热汤与水花的冰火两重天。下午场的泼水狂欢,更是男女老少齐上阵,各种水枪铆足劲儿比拼,音乐声、尖叫声、喷水声交织在一起。浑身滴水的游客笑着、闹着,那种欢乐感染着每个人。今年1月至6月,该景区接待游客25.6万人次,同比增长11.17%。

阿那亚的索道滑水另辟蹊径,将速度与激情完美融合,水上漂成了玩水新技能。圣蓝海洋公园推出的“海上莫奈花园”,开创了“海洋+美术”的跨界融合新赛道。此外,冰塘峪的山间漂流、龙云谷的水上冲浪沙发等项目,将亲水版图从海岸线延伸至内陆山川,形成了“山海呼应”的全域戏水格局。

秦皇岛市旅游和文化广电局副局长王岩说:“我们还将提供更多‘玩法’,让不同年龄、不同兴趣的游客都能找到属于自己的那片水,并愿意为之付费、为之停留。”

夜色光影美

当夕阳的余晖将渤海湾染成一片绚烂的“橘子海”时,“寻仙2号”游船拉响了汽笛。这艘以“秦皇岛”萌趣IP为主题的游船,正在开启它的落日主题航次。甲板上,轻音乐随风飘荡,23岁的范资仪带着她心爱的猫咪迎接登船的游客。来自张家口的情侣张伟和林晓依偎在栏杆旁,抱着白色的德文猫小黑,看着太阳缓缓沉入海平面。“白天玩得太累,晚上坐着船吹吹风、撸撸猫,这种治愈感太棒了。”张伟说,他们特意选择了夜航,避开白天的喧嚣,享受静谧与浪漫。

数据显示,超过65%的游客将“特色游船或海上体验项目”视为短途滨海旅行的重要决策因素。游船与欢乐湾沙滩商业形成的“登船出海+沙滩休闲”半日游产品闭环,使得客单价同比提升15%以上。这说明优质的夜间体验产品,能够有效拉长游客的停留时间,并显著提升消费水平。

如果说游船夜航提供的是一种静谧的浪漫,那么碧螺塔海上酒吧公园则贡献了另一种热烈的激情。今年,该公园投入1500万元实施全方位品质提升,完成了从“观光海岸”到“共振海岸”的华丽转身。曾经的海上剧场被重建为“盐场Liveshow”大型海上露天演艺空间,成为国内独有的大型海上音乐现场。改造升级后的特色入海“骨头舞台”,更是塑造了差异化的海上电音体验场景。

晚上8点,碧螺塔“骨头舞台”周围人山人海。强劲的电音节奏震动着空气,DJ的身影在激光灯的照射下若隐若现。年轻的爸爸向腾飞带着两个孩子特地从张家口赶来“打卡”电音舞台。成千上万的年轻人在舞台前、海水中、沙滩上尽情摇摆,海浪拍打岸边的声音与音乐的鼓点完美融合。这种“共振”,不仅仅是声音的共振,更是情感的共振。碧螺塔精准聚焦年轻客群,通过日间休闲、夜间演艺、滨海美食、潮流打卡的多元融合,有效拉长了游客的停留时长,带动了门票、餐饮、文创等二次消费的全面提升。

而在鸽子窝公园,夜游项目走的是文化与情怀路线。全新打造的《浪淘沙·北戴河》沉浸式滨海夜游演艺,将诗词意境转化为可视化的视觉盛宴。看完演出,来自沧州的中学生徐子昂告诉记者:“以前在课本上学这首词,只是死记硬背。今晚看到演员们在海上起舞,听着海浪声,好像真的读懂了其中的豪情。”

暑假期间,位于沈阳市沈河区方城文化旅游区的沈阳故宫游人如织。从山东威海来的游客袁蕊在故宫文创店逛个不停,她看中了一款“蓝玻璃描金花盖罐冰箱贴”。“这里的文创冰箱贴很新颖、挺漂亮,而且价格也不贵。我准备买几件,带给家人朋友们。”袁蕊说。

作为世界文化遗产,沈阳故宫依托宫殿建筑、院藏文物等独有文化IP,构建起覆盖打卡体验、收藏伴手礼、美食潮玩、沉浸式空间的全品类文创体系。“建筑IP系列以大政殿、凤凰楼、文溯阁等标志性建筑为原型,覆盖多类消费场景;馆藏文物衍生系列从院藏文物中提取纹样与寓意,让文物走进日常生活。”沈阳故宫博物院文创产业部部长李晓丽介绍。

炎炎夏日,滨海游成为许多游客的首选。以大连为龙头,辽宁正聚焦打造“蓝色引擎”,做强做大滨海文体旅产业带。

渤海湾畔的营口格外热闹,涌动夏日文旅消费热潮。营口市文旅广电局副局长罗灏说,营口以河海、温泉等资源为灵感,开发“大辽河文创”等文创品牌。文创产品走进景区、街区,入驻博物馆、图书馆,让游客在文化体验中把营口“带回家”。

在大连,海昌发现王国主题公园开业20周年之际,高达108米的“大连之眼”摩天轮正式启用。“作为大连目前最高的摩天轮,‘大连之眼’与58米高的双塔太空梭‘极速双子星’等,共同构成发现王国焕新升级引擎。”大连海昌发现王国主题公园有限公司总经理李丽丹说。

沈阳游客石颜是滨海旅游爱好者,她说:“在金普新区,乘坐‘大连之眼’摩天轮,俯瞰金石滩广阔的黄金海岸;带孩子来位于沙河口区的大连圣亚海洋世界参加研学营,探索行走的海洋科普课堂;来中山区乘坐游艇,感受‘海上游大连’之美……玩法太丰富了。”

大连圣亚公司总经理褚小斌说,大连圣亚暑期推出海洋生物多样性研学营、海龟先生研学营。有专属研学导师带队讲课,让书本里的海洋知识走出课本、走进现实生活。

“游艇产业方面,我们联动大连文旅集团深耕‘海上游大连’项目,布局帆船、小型游船等多元业态,开通日航观光、夜间餐饮等多条航线。”大连市中山区文旅局局长刘莎莎说。

互动感是文旅场景区别于传统旅游体验的关键要素。在大连西岗区,2026大连森林动物园“夜探神秘动物王国”第二季于7月11日晚正式启幕,全新升级四大沉浸式主题体验,集夜间观鸟、光影巡游等于一体,为游客打造清凉治愈的夏日夜间休闲好去处。在沈阳浑南区,沈阳森林动物园每日定时开展丹顶鹤放飞、海狮海豹行为展示等公益观赏项目,以多元沉浸式体验持续引爆暑期游园热潮。“为了增强互动,我们以‘东北超’赛事为契机,打造邻近第二现场,延伸观赛体验。”沈阳市铁西区文旅局局长王越说。

文旅消费旺离不开金融支持。建行辽宁分行依托“建行生活”App,以“东北超”为核心IP,整合赛事举办地周边餐饮、文旅、零售资源,打通“观赛—消费—休闲”全场景,助力文旅产业融合发展;农行大连分行聚焦文旅消费场景拓客,利用特色信贷产品持续做好金融服务,提供差异化利率优惠政策、简化办贷流程,提升服务效率,保障文旅、餐饮商户经营资金需求;交行大连分行借势“东北超”,中超赛事,推出餐饮5折、88折优惠券及美团景点门票满减活动;邮储银行营口分行从“山、海、林、泉、城”资源出发,持续做好“民宿+”金融服务。

文旅热带动经济热,辽宁省经济运行情况显示,上半年全省服务业增加值同比增长4.7%,其中,住宿和餐饮业增加值增长5.0%,旅客周转量增长5.9%。