

《奥德赛》印证大银幕旺盛生命力

在流媒体平台动动手指就能看电影,电影院还有不可替代的价值吗?最近,《奥德赛》等影片热映,给出了来自市场的回答:在北京、上海、深圳等城市,《奥德赛》IMAX、CINITY等高端特效厅一票难求,不少影迷甚至跨城“追幕”,只为感受影片独有的视听质感。

《奥德赛》是为大银幕量身打造的作品。它全程采用IMAX胶片拍摄,许多画面细节只有在特定的巨幕影厅才能得到完整呈现。顶天立地的超大银幕,将苍茫海域、远古战场的恢宏气势展现得淋漓尽致。胶片独有的细腻光影,配合全景环绕声效,营造出身临其境的沉浸感,这都是家庭影音设备无法复刻的。

随着流媒体的发展,坊间一直有影院式微的讨论:居家观影成本低廉、时间自由,影院的存在价值正在消解。但暑期档《欢迎来龙餐馆》《奥德赛》接连点燃观影热潮,有力驳斥了“影院淘汰论”。数据显示,截至8月16日,暑期档观影人次达2.74亿,同比增长

5.7%。观影群体不仅以成熟观众为基本盘,Z世代、千禧一代也重新走进影院,印证着大银幕依旧有着旺盛的生命力。

经过多年建设,我国已建成全球规模最大的院线放映网络。截至2025年末,全国城市院线银幕总数达93187块,居世界首位。国内高端影厅已经形成多元供给矩阵:IMAX凭借超大画幅,适配史诗、科幻题材;国产CINITY集合高帧率、高亮度优势,擅长呈现高速动作场面;杜比影院能还原细腻音画,适配文艺、音乐类影片;LED电影屏则以高对比度,为动画与视效大片拓展表达空间。数量庞大的银幕硬件已经就位,值得思考的是,近十万块大银幕,怎样才能释放与之匹配的产业效益?

答案在于行业要完成从“铺数量”到“提品质”的转向,走好“内容+硬件”双向适配的路子。硬件升级不能脱离内容土壤,单纯堆砌高端影厅换不来持续的票房热度。一方面,内容端要持续扶持适配巨幕叙事逻辑的

精品创作,既用好《奥德赛》这类海外大片带动市场热度,更要深耕本土国风、现实题材与工业视效创作,依托CINITY等国产高端放映体系,推出更多真正适配大银幕表达的国产佳作。另一方面,院线布局切忌盲目跟风,应当结合城市能级与消费能力搭建差异化影厅矩阵:一线城市补齐IMAX、杜比影院等稀缺高端供给,县域影院兼顾普惠票价与基础视听改造,真正把全球第一的银幕体量,转化为单银幕产出提升、文化消费扩容的产业优势。

市场对大银幕的追捧,也折射出国内消费结构的深层变迁。当下,越来越多消费者愿意为不可复制的体验买单,情绪价值、社交联结、专属记忆成为重要的消费标尺。一张电影票,买的不只是银幕之上的故事,更是同场观众彼此间的情感共鸣,一次暂时抽离日常生活的精神放松。从沉浸式文旅项目暑期客流高涨,到商圈互动剧场广受追捧,消费者愿意为“在场感”投入时间与金钱,追求的正

是实物商品难以给予的精神滋养。

抓住这股体验消费浪潮,要顺势优化供给、坚持守正创新。真正会被时代淘汰的,从来不是影院本身,而是故步自封的陈旧供给思维。持续丰富高品质体验供给,兼顾硬件迭代与内容打磨,让大家在“买体验”的过程中收获幸福感,消费的内生潜力就会不断释放,为经济发展源源不断注入澎湃动能。



□ 本报记者 臧 潇 张 洪 杨芊叶

做好工业旅游文章②

业态升级激发消费新活力



近年来,国内工业遗产活化利用进程持续提速,工业旅游凭借独特的产业价值、文化价值,成为文旅产业转型升级的重要增长极。数据显示,我国工业旅游市场年约增速约18%,规模有望在2029年前突破3000亿元。文化和旅游部等七部门今年联合印发《关于弘扬工业文化 保护工业遗产 发展工业旅游的通知》,明确提出积极发展工业遗产游,活化利用工业遗址,发展工业旅游新场景新业态新模式。

从老旧厂区改造升级到智能工厂开放赋能,从单一观光打卡到沉浸式多元体验,工业旅游完成从政策布局到市场爆发,从场景更新到业态升级的系统性转变,为城市更新、产业提质、文旅增效注入全新活力。

旧基地变新景区

承载城市工业记忆的老旧厂房、废弃矿区、生产设备,如今通过科学改造、创意赋能、场景重塑,变为鲜活的“城市秀场”。各地深挖工业文化内核,盘活存量工业资源,让冰冷的工业遗存兼具历史厚度与文旅热度,成为城市文旅新地标。

在北京首钢园,曾经的高炉“热风口”被改造为光影流转的“氛围灯孔”,搭配VR沉浸式技术,让游客在百年工业建筑之中解锁“星际穿越”的新奇体验。不仅是首钢园,长春长拖1958文创园沉浸式体验预约火爆,河南焦作百年矿井旧址焕新重生让厚重的工业历史可游可学……一大批老旧工业载体完成功能性、艺术性全方位升级。

“工业旅游重塑了公众对旅游的认知,也是推动工业遗产保护利用、工业企业转型升级、文旅资源更新的重要途径。”武汉大学国家文化发展研究院教授、中国文物保护技术协会工业遗产保护专业委员会委员韩晗说。

各地立足自身产业禀赋,跳出同质化改造误区,因地制宜打造特色工业旅游场景,实现传承与场景创新双向赋能。重庆涪陵区深度挖掘三线建设文化底蕴,依托816地下核工程打造实景演出《洞见816》;大渡口区长寿工业博物馆联动航空产业资源,打造集模拟飞行、航空研学、实景通航于一体的航空主题综合体,丰富工业旅游体验维度。

数字技术的深度融入,进一步打破工业旅游的时空局限,推动体验模式迭代升级。吉林辽源黑金小镇改造老旧厂区,将原道岔厂锅炉房升级为黑金探矿科普体验馆,依托全息投影技术还原煤炭开采演变历程,搭配采矿实景体验,让游客沉浸式触摸工业历史、感悟产业变迁。

工信部工业文化遗产专家咨询委员会委员贺云翱强调,工业遗产活化需立足本土产业特色和资源禀赋开展,并纳入城市整体功



能布局,避免碎片化开发。

生产间变消费场

随着消费升级与产业融合持续深化,工业旅游已跳出传统观光打卡的单一模式,越来越多企业主动打开厂门、开放车间,将生产流程、制造工艺、产业文化转化为特色旅游产品,开辟出工业文旅融合、产业价值增值的新路径。

在广西柳州螺霸王产业园,全透明空中参观通道全景展示螺蛳粉熬制、配料、封装等全生产流程,游客可直观了解食品工业的标准化、精细化生产模式,还能参与DIY定制体验,亲手制作、封装专属螺蛳粉产品,实现一站式游玩消费。从封闭生产到开放共享,工业企业持续解锁文旅消费新场景。

“工业旅游的火爆,发生在产业转型升级和新质生产力加快发展的过程中,搭建起工业智造与文旅消费深度衔接的重要桥梁。”山东大学管理学院文化和旅游学系教授许峰分析,当生产过程从幕后走向台前,消费者对产品品质、生产标准有了直观认知,也更容易形成消费意愿。

这一融合发展趋势,在先进制造、轻工食品等领域表现尤为突出。重庆九龙坡区周君记火锅食品工业旅游体验园,融合透明工厂、火锅文化展示、DIY炒制体验,年接待游客量最高达40万人次,彰显工业旅游强劲的市场活力。

当前,工业旅游正实现从“物质消费”向“精神消费”的进阶,游客关注点从观赏产品、购买好物,逐步转向观摩制造技术、感受科技力量、体悟产业精神。有数据显示,航空航天、汽车制造、机器人、智能制造等领域已成为工业旅游关注度迅速增长的板块之一,工厂游正从“看产品”向“看技术”“看制造”升级。小米汽车工厂自2025年开放以来,冲压、焊装、总装等智能制造场景持续出圈,累计预约人数超过15万人次。这些工业厂区、生产一线,成为游客了解中国制造、感知科技创新的重要窗口。

“工业旅游可以打通生产端与消费端,让消费者知道生产是什么,了解中国制造是什

么。”许峰认为,工业旅游能建立公众的国货认同感与消费信任,也应成为展示智造成果、增强产业自信的重要窗口。

释放更大乘数效应

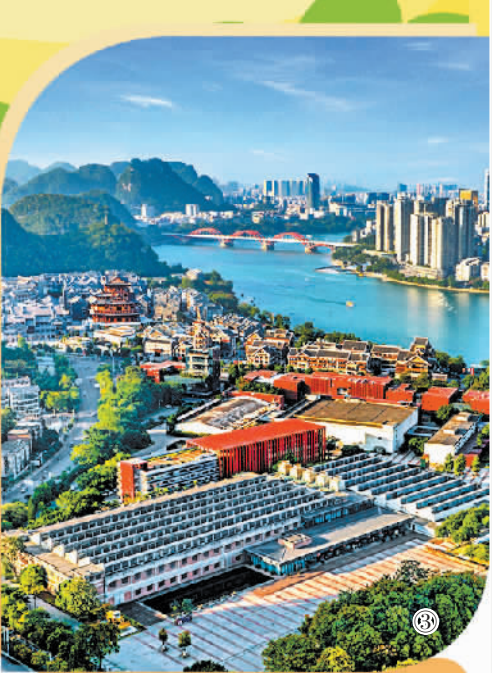
工业旅游热度持续攀升,但仍存在短板弱项。目前,国内工业旅游普遍面临全国性知名品牌稀缺、项目布局分散、业态同质化严重等问题,多数项目仍停留在浅层参观的初级阶段,运营模式单一、体验链条较短,制约行业高质量发展。

为破解开发碎片化、体验浅层化的行业瓶颈,各地逐步尝试跳出单一厂区零散开发的思路,立足城市全域资源统筹规划,以精品旅游线路为纽带,串联各类工业文旅资源,完善“吃住行游购娱”全链条配套,推动工业旅游从单点发力向全域联动升级,充分释放产业乘数效应。

北京发布10条工业科技主题旅游线路,整合首钢园、北汽工厂等资源,破解景点分散难题;武汉光谷聚焦先进制造业产业优势,打造“超级工厂游”特色线路,串联激光制造、机器人、智能家电等先进制造企业;广西柳州依托柳钢集团、上汽通用五菱宝骏基地、柳州工业博物馆等14处工业旅游资源,6条精品线路涵盖老旧工业遗存、新兴产业与特色美食,串联工业文化体验、餐饮住宿与商圈购物,成功推动游客体验从短途“半日游”向深度“过夜游”转型。

业内专家表示,工业旅游作为新兴业态,在标准化建设、差异化培育、品牌化打造等方面仍处于探索阶段,亟需科学规划、精准发力。韩晗建议,工业旅游发展应坚持因地制宜、灵活迭代,在改造建设中预留业态升级、链条延伸空间,规避同质化建设、重复性开发,持续丰富产品供给。

“丰富工业旅游产品供给,必须变被动保留为主动规划。应深挖工业遗产文化价值、开放更多工厂车间场景,融合数智技术。同时要避免‘有建筑无内容’,要保留核心工业物证,再现工业发展中的真实故事,推动工业旅游从旅游产品升级为经典文旅IP。”贺云翱说。



图① 学生在重庆周君记火锅食品工业旅游体验园内体验火锅底料炒制。(资料图片)

图② 游客在吉林辽源黑金探矿科普体验馆内体验煤炭开采。杜政阳摄

图③ 俯瞰广西柳州工业博物馆。(资料图片)



问答

深色蛋糕真的不能买吗

问:近期,不少短视频曝出蛋糕制作中大量添加色素的画面,“不建议大家买深色蛋糕”话题受到关注。深色蛋糕的颜色全靠人工色素吗?

答:深色蛋糕的着色来源分为天然原料与合规添加剂两类。中华预防医学会健康传播分会委员阮光锋表示,很多蛋糕的深色,靠的是天然可食用原料上色,如黑可可粉等,这些食材合规添加,是安全可靠的。

合规使用色素不会危害健康

部分深色蛋糕会使用人工色素,但无需过度恐慌。我国对食品色素的使用范围、添加剂量有着严格的国家标准,烘焙食品中允许使用的人工色素种类有限,且添加量有明确上限。针对网上“一次性倒入半瓶色素制作深色蛋糕”的视频,阮光锋认为,这类夸张操作基本是博主为博取流量、制造视觉效果的行为,并非正规烘焙门店的常规操作,不具备普遍性,消费者不必被此类短视频误导。

很多消费者存在认知误区,认为食品色素都是

老城地标复古拼图、街区专属定制香卡……暑期,位于青岛市市南区小青岛景区旁的“青岛计划”文创小店人气火爆。这家小店深耕青岛在地文脉,选取城市建筑、山海草木、市井风情打造原创文创产品,开业3年便任在社交媒体上“出圈”。

店内近百款天然贝壳标本独具特色,常年吸引游客驻足选购。“旅游旺季,单款日均销量可达两三百个。”“80后”店主、“青岛计划”主理人毛博说。

在市南区,这种以创意赋能老城的特色小店并非个例。近年来,一家家由青年创办、面向青年、深受青年喜爱的青春小店,在市南区快速成长,成为拉动城区消费、赋能青年创业、助力老城更新的崭新动能。

“为精准孵化青年小微业态,市南区实施了‘青春小店·赋能计划’。”市南团区委书记孙萍说,青春小店需满足三大核心条件:经营者年龄在45周岁以下或青年员工占比超50%;经营主体合规诚信;业态聚焦时尚文创、特色餐饮、文旅体验、潮流休闲四大青年消费主流领域,精准对接青年消费偏好与城区业态发展定位。

“首批15家认定的青春小店均聚焦文旅赛道。”孙萍表示,未来将通过全链条政策扶持、流量赋能、场景搭建继续支持青春小店发展。今年底计划培育30家、未来3年将打造100家特色标杆小店,构建规模化、特色化的青年小微业态矩阵。

相较于大型商业体,青春小店体量小、创意足、灵活性强,精准契合当下青年个性化、体验式消费需求,但普遍存在运营经验不足、品牌影响力弱、获客渠道单一等初创难题。对此,市南区搭建全方位赋能体系,精准破解青年创业堵点难点。

流量赋能是助力小店破圈的重要举措。“在青岛,除了喝啤酒、吃蛤蜊,别忘了临走寄一张明信片回家。”在温馨的岛语明信片小店,青岛本土网红在镜头前一一推荐琳琅满目的原创明信片、摆件、胸针等产品。市南团区委联合区自媒体协会,聘任青年网红、探店达人担任“青春小店推介官”,打造多款轻量化、接地气的爆款短视频,让小店摆脱藏在深巷的困境,持续吸引年轻游客打卡消费。

小店要流量,更要“留量”。市南区正着力推动单一业态小店向复合型青年社交、创业阵地升级,让小店实现长远发展。坐落在后海的柒溪书社,就从一间书屋发展为多类文化活动举办地。“我们全年常态化组织专家分享会、创业项目对接、科技主题沙龙、学术课题交流等活动,为青年创业者搭建跨界交流、资源互通、思维碰撞的线下平台。”柒溪书社主理人于洋说,书社已成为辖区青年成长共进、创业联动的优质载体。

青年创业者常面临对政策不熟悉、融资困难等难题。银鱼巷“致璞咖啡”青年创业者王滨对此深有体会:“感谢市南区‘轻骑兵’主动上门为创业项目送政策,我们才能及时享受到3万元的创业补贴,申领了120万元的创业担保贷款,缓解了初创资金压力。”近年来,市南区组建“轻骑兵”创业服务队伍,深耕核心创业街区,通过常态化敲门式服务、一对一答疑、全流程帮办代办等方式,解决青年创业者“不会办、办不好”的问题。

截至目前,“轻骑兵”创业服务队伍已累计服务企业500余家,惠及创业者超5000人次。许多青年小微主体顺利跨过初创瓶颈,实现稳健发展。

小店连着大民生,青春激发大市场。一间间小店以“青春视角”满足青年人群个性化、体验式的新型消费需求,更以新业态、新流量让城区经济焕发出蓬勃朝气,形成“青年聚、小店旺、商圈活、城区兴”的良性循环。

本版编辑 林紫晓 张 可 美 编 王子莹

学会查看配料表

日常选购和食用深色蛋糕,核心原则是选正规、控食量,理性看待食品添加剂。

其一,优先选择正规品牌、连锁烘焙门店及商超在售产品,避开无资质流动摊贩、“三无”散装产品。

其二,学会查看配料表,正规产品配料表会清晰标注着色原料,植物炭黑等天然原料上色更优质。

其三,坚持适量食用,蛋糕属于高糖高脂零食,不宜过量食用,尤其儿童、老人及代谢较弱人群,需控制食用频次和分量。

(文/本报记者 吴佳佳)



更多报道
请扫二维码