

做好工业旅游文章③

□ 本报记者 章皓珺 杨阳腾 管培利 马维维

触摸智造解锁研学新场景

近年来,工业遗址、现代化工厂、高端制造基地逐步走出单一文旅发展模式,成为广大青少年走出课堂、触摸实业、感知创新的优质实践阵地。工业文化研学依托独特的产业资源、厚重的工业底蕴和鲜活的制造场景,热度持续攀升,成为素质教育与文旅融合发展的全新增长点。从百年老牌工业厂区到现代化核电基地,从汽车工业展馆到钢铁遗存园区,各地立足资源禀赋深耕工业研学赛道,在育人赋能、产业活化、文化传播中探索出新路径,同时也在实践中直面行业发展的机遇与挑战。

产教深度融合

相较于普通工业旅游的观光属性,工业文化研学核心聚焦教育实践与文化遗产,兼具科普性、思政性、实践性。

工业和信息化部工业文化发展中心工业遗产研究所副所长张伟杰认为,工业文化研学以工业园区、工业企业、工业遗产等为主体,开展工业科普、工业文化遗产、工业精神传播等教育活动。除了学习科技知识和生产流程,还要了解工业文明、工业精神、工业美学。这意味着,研学不是简单的“参观”,而是有目标、有课程、有评价的教育实践。

研学课程既有社会效益,也可以兼顾经济效益。作为工业研学标杆阵地,青岛啤酒博物馆创新打造四大系列研学课程,覆盖校内科普、营地实训、人文研学、长线游学等多元场景,构建起全方位、立体化的研学服务体系。

“我们设计提供了‘可看、可玩、可品、可购’的‘啤酒+’全链条工业旅游体验,同时,面向海内外游客设计研学体验内容。”青岛啤酒博物馆馆长孙姬告诉记者,仅2025年,该馆接待游客量就超过250万人次,其中外国游客超过25万人次。

工业研学的蓬勃兴起,是素质教育升级与制造强国战略同频共振的结果。在工业和信息化部工业文化发展中心业务发展部部长冯大轲看来,工业研学的核心价值不止于基础科普体验,更在于深层次的文化浸润与精神滋养。“青少年走进工业一线、探访产业基地,能够直观感受我国完备的工业体系、硬核的科创实力,深刻体悟制造业从跟跑、并跑到局部领跑的跨越式发展历程。”冯大轲说。

“当前国内工业研学已形成三大创新发展趋势。”张伟杰介绍,一是“工业遗产+研学”模式,比如,作为国家工业遗产的昆明钢铁厂走出了“工业+影视+研学+文旅”的融合发展之路,将老厂房变身为沉浸式课堂。二是“工业旅游+直播研学”新业态,部分智慧工厂将生产线与直播技术深度融合,构建起兼具观赏性、知识性与互动性的工业旅游生态。三是政企校联动日益紧密,多地通过政府引导、企业支撑、学校参与,打造“行走的课堂”,兼顾公益性服务与市场化运营。

立足育人初心,各地研学项目持续推动课程迭代升级。昆钢研学项目跳出传统工业观光模式,聚焦“爱家乡、懂工业、志报国”育人目标,打造课程化、体验化、思政化的研学体系。负责该项目的云南华创文旅大健康产业集团有限公司旅研学项目部副经理陈玄玄介绍,截至今年5月,昆钢年内已累计接待研学学员超5000人次,实现工业遗产保护、文化遗产与青少年思政教育的有机融合。

业态多元创新

立足差异化资源禀赋,各地工业研学因地制宜、精准发力,中小场馆深耕特色、大型国企赋能科创,走出多元化、特色化的发展路径。

哈尔滨世纪汽车历史博物馆积极挖掘中小场馆的特色优势,作为国家二级博物馆



青岛海洋军事展览馆举行2026年暑期海洋军事主题研学活动。图为学员在退役军舰上体验特色环节。
新华社记者 李紫恒摄

参加研学活动的学生在青海省海晏县原子城纪念馆参观。
新华社记者 张宏祥摄

和国家国防教育示范基地,该馆打破静态陈列模式,将展厅实景转化为立体化、体验式校外课堂。

早上8点半,记者跟随研学队伍步入汽车主题展厅,从20世纪经典车型到各年代公务、民用车辆整齐陈列,清晰勾勒出中国汽车工业从初创摸索到稳步发展的完整脉络。移步民俗展厅,老式家具、日用家电完整复刻往昔生活场景,新旧对比之下,国家发展的巨变更具象可感。

最受学生欢迎的是国防实践环节,参与研学的学生分批登上77式水陆两栖装甲车,感受国产军工的硬核实力。在激光模拟射击体验区里,每名学学生完成20发模拟射击,研学导师结合枪械模型讲解国防知识。此外,园区观光小火车和儿童复古老爷车驾乘体验,将出行礼仪、交通安全常识融入轻松游园中。

“我们精准把握校外素质教育市场需求,将闲置场馆资源和特有装备资源转化为标准化、体验式的研学课程产品。”该馆馆长刘欢欢告诉记者,这一模式既有效填补了青少年实践教育资源的短板,又通过研学服务、场地运营带动文旅衍生消费,实现了社会效益、教育效益、经济效益三方共赢。

高端科创领域的工业研学持续出圈,品牌影响力不断扩大。去年,中国广核集团有限公司在第十三届“8·7公众开放体验日”上,正式发布全国核电行业首个系统性研学品牌“核光同行”,推出涵盖核能原理、安全文化、绿色实践、前沿科技的研学课程。

来自广东、香港、澳门以及内蒙古兴安盟的80名孩子,成为首批5天4晚深度研学之旅的体验者。孩子们深入核电基地核心区,聆听我国第一代赴法国核电站培训的“黄金人”讲述故事,感受老一辈核电人的家国情怀。此外,他们还可以化身核电工程师和消防员,多维度体验核电站对安全的极致追求。来自香港风溪廖万石堂中学的学生李仁有在参观完“华龙一号”模型后兴奋地说:“一直觉得核电站很神秘,真的体验后更

觉得震撼了。”

中国广核电力股份有限公司副总裁秦余新告诉记者,企业将持续开放场地资源、深化多方协同,打磨可复制、可推广的核电研学标杆模式,构建常态化、市场化的工业科普教育生态圈。

补齐发展短板

在市场热度持续攀升的同时,资源开发浅表化、数字赋能不足、企业参与意愿偏弱等短板问题凸显,国内工业研学仍处于成长完善阶段。

业内专家坦言,多数研学项目仍以浅层参观为主,互动体验、技术科普、思政融入不足,AR、MR等数字化技术应用普及率偏低;同时,工业研学投入周期长、短期效益不明显,导致多数企业参与积极性不高,行业发展动能有待激活。陈玄玄告诉记者,他们将携手昆钢加快建设钢铁工艺科普馆,丰富沉浸式体验场景,引入数字化互动手段,进一步提升研学实效与教育内涵,不辜负每批

来访孩子的期待。

除了课程与体验层面的短板,配套设施不足同样制约着研学项目的规模化发展。刘欢欢指出,因场馆目前缺少配套住宿,无法提供带独立卫浴的客房,难以开展过夜长线研学,接待不了外地研学团队,限制了项目规模化发展。他透露,后续会持续优化课程与配套,希望对接省内各个中小学,搭建起成体系、常态化的研学合作模式,更好发挥场馆实践教育功能。

面对挑战,张伟杰建议,加快建立工业研学行业标准体系,统一场地设施、课程设计、安全保障、讲解服务等规范,推进研学导师专业化培育;依托VR、AR技术搭建“云研学”平台,打破地域、场地、住宿限制,实现线上线下联动研学,拓宽科普教育覆盖面。

从单点探索到多元开花,从浅层观光到深度育人,工业研学正在完成品质迭代。随着标准体系的完善、数字技术的赋能以及社会各界的深度参与,工业研学这堂“行走在工厂的思政课”,必将为制造强国建设播下更多希望的种子。

《关于弘扬工业文化 保护工业遗产 发展工业旅游的通知》提出

发挥研学教育功能

● 鼓励各地利用现代工厂、工业遗产、现有工业博物馆、工业展览展示馆等设施,研发特色研学旅游产品,培育工业主题研学场景。

● 鼓励旅行社、在线旅游平台拓展工业主题研学旅游业务,将工业科普、技能体验、文化传承等融入研学内容。

“湿疹3天根治,毛囊炎5天根治”“当天用当天看效果”……如今,打开一些短视频平台,各类夸大其词的“神药”“偏方”广告随处可见。不少账号打着祖传秘方、养生调理等旗号,搭配极致夸张的宣传话术和虚假康复案例,号称能够根治各类疑难杂症,还打包票保质保量、全程售后。表面看疗效神奇、性价比十足,实则是精心包装的营销陷阱,不仅涉嫌违法违规,更容易误导普通民众、延误正规治疗,暗藏极大的健康与财产风险。

根据我国法律法规,普通食品与保健食品、药品具有严格区分。普通商品、养生服务不得擅自宣称疾病治疗功能,严禁使用医疗话术误导消费者;药品、医疗器械广告必须经过官方审查备案,未经审批一律不得发布。然而,不少非医疗、无资质的短视频账号刻意规避监管,换着花样打“擦边球”,以养生调理、日常护理为幌子,虚假宣传产品治疗效果,大肆兜售“三无”保健品、假冒药膏,甚至诱导用户跳转私下交易、接受无资质诊疗,公然触碰法律法规红线。

相较于普通虚假广告,短视频“神药”营销的危害更具隐蔽性、破坏性。这类商家精准拿捏了慢性病、疑难病患者求医心切、久治难愈的焦虑心理,用低成本剪辑的虚假案例、绝对化的疗效承诺制造噱头,精准收割流量、骗取钱财。很多患者病急乱投医,轻信网红“神药”,不仅花费冤枉钱,更错失了最佳治疗时机,严重危害身体健康。

整治短视频医药广告乱象,第一道关口是平台守土尽责。各类短视频平台要坚决履行主体责任和社会责任,加强账号监管和内容审查,将内容审核从“事后处置”前移至“事前拦截”,严防虚假广告播出,及时关停各类违法违规信息和广告,压缩违法违规经营主体的生存空间,持续营造风清气正的短视频发展环境。

根治虚假医药短视频乱象顽疾,还需要监管、公众等多方联动、协同发力。市场监管、卫健等部门要常态化开展专项整治行动,深挖虚假药品制售、无证诊疗黑灰产业链,对典型违法案例从严从重处罚,抬高违法违规成本,形成强有力的震慑效应。

普通民众也要擦亮双眼、理性求医。治病就医没有捷径,更没有包治百病的“神药偏方”,切勿被夸张话术裹挟,被快速疗效误导。看病就医务必前往正规医疗机构检查诊治,摒弃侥幸心理,从源头杜绝上当受骗的可能。

理财公司加速拓展代销“朋友圈”

本报记者 王宝会

□ 多数理财公司已建立跨行代销渠道,跨行代销机构数量显著增长,说明市场正从“母行依赖”转向“多元分销”的开放新格局。

□ 随着代销合作机构数量增多,理财公司要同步强化风险管理与合规管理,严防渠道扩张带来的产品信息传递失真、投资者适当性落实不到位等隐患。

近日,银行业理财登记托管中心发布《中国银行业理财市场半年报告(2026年上)》。数据显示,截至今年6月末,银行理财市场存续规模33.66万亿元,较年初增长1.11%;上半年累计新发理财产品1.82万只,募集资金39.21万亿元,创造收益3052亿元。

规模稳中有升的背后,不只是行业体量的增长,更是资管业态、销售渠道的深度迭代。

经过多年改革转型,银行理财行业规范化水平持续提升。普益标准研究院研究员崔盛悦表示,严格的牌照管理推动理财机构持牌专业化经营,行业整体规范性不断增强。理财公司已经成为衔接居民财富与实体经济的重要载体,理财资金通过投向债券、非标债权、未上市股权等多元资产,精准服务国家重大战略与实体经济发展的双向赋能。

兼具稳健属性与收益弹性的银行理财,受到越来越多普通投资者青睐。《报告》显示,上半年,理财公司持续拓展母行以外的代销渠道,已开业的32家理财公司中,1家理财公司的理财产品仅由母行代销,31家理财公司的理财产品除母行代销外,还打通了其他银行的代销渠道。理财公司合作代销机构数量较年初有所增长,除母行代销外,今年6月全市场有656家机构跨行代销理财产品发

行的理财产品,较去年12月增加63家。

“母行代销减少、其他银行代销增多的现象,反映了理财行业渠道布局的深刻变化。”苏商银行特约研究员薛洪言认为,这既是理财公司主动突破单一母行限制、深耕理财市场覆盖面的战略选择,也体现了中小银行寻求中间业务增长点的需求。多数理财公司已建立跨行代销渠道,跨行代销机构数量显著增长,说明市场正从“母行依赖”转向“多元分销”的开放新格局。

今年以来,在监管部门压降自营理财的引导下,未设立理财子公司的中小银行加快对自管理财进行调整,也为理财公司拓宽代销渠道提供增

量空间。上半年,中小银行披露理财业务报告显示,福建海峡银行、唐山银行持续压降自管理财规模。同时,中小银行也在加快转向代销理财。浙江农商联合银行辖内鹿城农商银行等多家金融机构持续丰富代销理财产品货架,目前已与兴银理财、杭银理财等多家理财子公司开展代销业务,通过推出低波动、灵活申赎的专属理财产品,精准满足投资者资金增值需求。

中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏认为,理财公司与中小银行开展代销合作,是互利共赢的选择。对理财公司而言,可以借力中小银行网点触角,扩大市场覆盖面;对中小银行来说,不用自建投研体系,就能

够丰富面向客户的金融产品供给,拓宽中间业务收入来源,也让县域、下沉地区的居民更方便接触到规范化理财产品。

机遇背后,挑战同样不容忽视。中小银行转型代销理财,绝非简单上架外部产品,投研能力建设、盈利模式重塑、产品与本地客群适配等现实问题亟待破解。中小银行扎根地方,拥有贴近县域市场的渠道优势,发展低资本消耗、低风险的代销业务,要走差异化财富管理之路。

天府立言金融研究院院长曾刚表示,中小银行应立足区域优势实施差异化财富管理策略。当前,县域居民财富快速积累,财富管理需求持续释放。中小银行决策链条短、响应灵活,客群联系紧密,应当深耕本地市场,聚焦区域产业特点与客户真实需求,服务好本地新中产与高净值群体,把对公、零售业务做精做细,走出和大型机构错位竞争的发展路径。

渠道放开的同时,风险防控不能松懈。薛洪言提醒,随着代销合作机构数量增多,理财公司要同步强化风险管理与合规管理,严防渠道扩张带来的产品信息传递失真、投资者适当性落实不到位等隐患。监管层面对资管业务专业化、市场化的引导,推动理财行业从封闭走向协同开放,在合规前提下拓宽渠道,为广大投资者提供更加丰富多元的理财选择。



8月23日,安徽省马鞍山市马钢矿业四山地质文化公园绿意盎然。近年来,当地启动系统性综合治理与改造提升工程,让生态修复的废弃矿坑成为文旅打卡地。
陈亮摄(中经视觉)