

新方式打开工业老空间

本报记者 崔浩

百年老厂房里,特色小店、文创市集吸引年轻人驻足;现代化钢铁厂区内,游客漫步海岸;啤酒博物馆中,沉浸式剧游、特色品鉴让游客流连忘返……在山东,曾经以生产制造为主要功能的工业空间,如今有了更多打开方式,工业旅游正成为人们休闲出游的新选择。

山东是工业大省,工业门类齐全、产业基础雄厚,既有承载城市记忆的百年工业遗存,也有展现现代制造水平的工业企业。丰富的工业资源,为旅游产品开发提供了独特的文化内涵和体验空间。近年来,山东各地因地制宜,推动工业遗产保护利用、特色旅游产品开发和多元消费业态培育,让工业资源以更加丰富的形式走进大众生活。

工业旅游的吸引力不断增强,消费潜力持续释放。今年1月至8月,山东工业旅游接待游客945.8万人次,实现收入7.965亿元。

老厂房变身新地标

走进潍坊市坊茨历史文化街区,百年老建筑沿街而立,斑驳的墙面留存着岁月的痕迹。昔日的老院落里,一间间特色小店错落分布,游客或驻足挑选心仪的商品,或坐下来品茶闲谈,感受老街区独有的生活气息。

坊茨历史文化街区至今保存着166处德日式建筑,涵盖铁路、煤炭、工业生产和日常生活等多个领域。自2008年起,潍坊市坊子区推进街区保护开发,在最大限度保留小镇历史风貌完整性的同时,积极推动工业遗存从历史建筑向公共文化和休闲空间转变。

“从建筑学专业角度来说,百年坊茨历史文化街区的空间比例特别适合人们在街道中穿行。”梧桐慢街区主理人李久太介绍,团队创新打造“前街后院、前店后宅”的空间形态,“对于老建筑能不拆就不拆,加建全部可逆,路不新开”。

老建筑要焕发新活力,不仅要修缮保护,更要引入适合的经营业态。梧桐慢街区改变传统的招商租赁模式,招募特色商户和创业主理人。“我们对优秀主理人实行零租金入驻,按照销售额的一定比例提成,降低商户经营成本,让他们有更多精力做好产品和服务。”李久太说,刷墙、换灯、开门营业,这些事一年就能做完。但工业遗存能不能真正“活”在城市里,要看三年后、五年后,人还愿不愿意来。

在青岛市市北区纺织谷,包豪斯风格的“锯齿形”厂房静静矗立,斑驳的海砂老墙上绘满时尚涂鸦,退役纺织机械变身特色景观装置。周末园区里人潮涌动,不少年轻人在彩绘墙前驻足打卡,手造市集摊位前围满挑选原创好物的游客。游客刘佳感慨:“手造工坊能亲手体验,一天根本逛不够。”

依托原青岛国棉五厂工业遗存活化更新,纺织谷跳出传统产业园定位,持续引入文化创意、艺术展览、休闲商业等多元业态。“园区以‘可沉浸、可消费、可参与’为方向精选业态,优先引进自带流量、互动性强的项目。作为青岛手造特色街区,纺织谷常态化举办手造市集,汇集匠人原创、设计师潮玩、复古藏品与特色美食,已经成为青岛年轻人周末休闲、夜间消费热门去处。”纺织谷发展有限公司市场运营部副部长彭晓玮向记者介绍。



左图 依托青岛啤酒老厂房建立的青岛啤酒博物馆前游客络绎不绝。

新华社记者 李紫恒摄

下图 游客参观位于山东济南历城区的福瑞达透明工厂。

新华社记者 戴明轩摄



业态持续集聚之下,文旅价值稳步转化为经济效益。目前园区集聚300余家经营主体,年营业收入超20亿元,构建起以工业旅游为牵引,创意设计、时尚消费、文化体验协同发展的产业生态。园区年均举办时尚秀、艺术展、研学等各类活动上百场,持续撬动跨区域客流,让沉睡的工业遗产不断释放文旅新动能。

工业游玩出新体验

一支来自新疆的研学团队来到位于日照市岚山区的山东钢铁集团日照有限公司厂区。站在松软的沙滩上,1.8公里海岸线在眼前铺开,由集装箱改造而成的休闲街区沿湾而立,海风吹拂,浪花清澈。“没想到钢铁厂里还有这么美的景区,跟想象中的钢铁厂完全不一样。”孩子们十分感慨。

与多数工业旅游项目“进产线、看生产”的模式不同,景区打造了铁矿石博览馆和松虎湾海岸公园两大核心点位,一硬一软,呈现矿石溯源、钢铁产业绿色转型的过程。“钢厂临海”不再只是工业布局的描述,而是成为可观察、可体验的绿色空间。

“我们打造了‘钢铁是怎样炼成的’主题参观主线,‘映绿之旅’环保研学专线等多条特色游览线路,使有限的开放空间承载起多样的游览需求。”集团环保负责人纪召红说,游客来到这里既可见证“钢铁是怎样炼成的”,又能沉浸式感受钢铁产业向绿色化转变的成果。

工业旅游的吸引力,不仅在于展示生产过程,更在于挖掘自身特色,将原本专业的工业知识、生产工艺和产业文化,转化为游客可感知、可参与的旅游体验。

在聊城市东阿县,工业旅游让炼胶技艺走进大众视野。在阿胶世界体验工厂,传统与现代两条线并行不停:现代化智能生产车间,隔着玻璃幕墙,复方阿胶浆生产线上,上瓶、灌装、检测、包装等10个工序全部通过柔性输送带实现无缝连接;在智能化生产线旁,古法擦胶的传统手艺依然被完整保留。“原来一块小小的阿胶,要经过这么多道工序。”游客张建国贴着玻璃审视视频,“以前只知道阿胶养人,今天才知道背后藏着的是真功夫。”

游客在参观过程中,可以看到生产线运转,听到设备工作的声音,闻到空气中的胶香,品尝不同产品,还能通过互动装置了解阿胶从原料到成品的过程,实现五感联动。阿胶股份有限公司文旅事业部总经理张庆伟介绍,今年以来,东阿中医药文化旅游区共接待游客105万人次,旅游收入突破1亿元。

多业态拓展新空间

让游客从短暂停留转向深度体验,是工业旅游拓展消费空间的重要一环。不少工业旅游景区顺应游客多样化需求,持续丰富互动体验、休闲娱乐、文创购物等业态,让游客愿意留下来,也有更多消费选择。

在青岛市,依托1903年建厂时的老厂房及老电机、糖化锅、煮沸锅等珍贵设备改建而成的青岛啤酒博物馆,如今已成为青岛重要“打卡点”,2025年接待游客超过250万人次。如今,游客走进这座百年啤酒厂,不只是来看,更是来喝、来玩,再带走一点什么。

“全息投影里的德国酿酒师突然转身,‘泼’了我一脸啤酒,又惊又喜——这是我第一次觉得历史这么好玩。”来自韩国的游客池贤圣举起一杯刚打的啤酒原浆,笑着说。让工业遗产活起来,靠的是业态的持续迭代。如今,游客在博物馆内,不仅能欣赏德式老建筑感悟百年历史,俯瞰“灯塔工厂”智能化生产线,也能在百年设备旁端起一杯刚酿出的啤酒原浆。围绕参观动线,博物馆延展出品鉴、醉酒小屋、青岛游礼、1903面包坊、茶偷久

等消费场景,配齐数千款文创产品,把“尝一口、带一件”藏在行走的每步里。

青岛啤酒博物馆馆长孙姬告诉记者,近年来,博物馆持续突破创新边界,推出了青岛首个博物馆沉浸式真人实景穿越剧游《觉醒的酿造师》,把被动参观变成主动探秘;同步推出首个啤酒主题行浸式夜游《金色奇妙夜》,将营业时间延长至夜间,破解“白天游、夜间空”的时段失衡。IP端,博物馆孵化出哈酒鸭、膨胀酵主、酩豆天团、啤皮猫等IP矩阵;文创以“啤酒+万物”为战略,跨界食品、酒具、美妆、服饰等二十大品类,文创年收入突破亿元,一销与二销之比达1:1.5。

今年国庆假期首日,烟台市芝罘区烟台山景区人头攒动。清晨6点,3万余名市民游客便来到景区,寻找藏在山间的1892瓶张裕“长尾猫”白葡萄酒。一场以葡萄酒为主题的趣味寻宝活动,让百年工业品牌走出酒窖、融入城市旅游。

从酒庄到街区,葡萄酒正在融入烟台更多消费场景。今年9月底启动2026烟台葡萄酒季,推出十一大主题33项活动,将酒庄、博物馆、历史街区和城市商圈串联起来。所城里微醺驿站推出葡萄酒主题电影、特色饮品等活动,24小时自助打酒终端走进城市商圈;“烟台微醺+”电子地图将酒庄游览、特色餐饮、休闲住宿等消费资源整合在一起。葡萄酒旅游不再局限于酒窖参观和产品品鉴,而是不断向文化体验、休闲度假、餐饮购物等领域延伸,让游客有更多理由停留,也为工业旅游打开了更广阔的消费空间。

今年以来,随着一系列促消费政策落地显效,我国消费市场总体保持稳定增长。国家统计局数据显示,今年前三季度,社会消费品零售总额同比增长2.6%,服务零售额同比增长5.0%,服务消费日益成为拉动消费增长的重要引擎。居民消费需求正从以商品消费为主,加快向商品和服务消费并重转变。

前不久,国务院批复同意《扩大消费“十五五”规划》,规划将“促进服务消费提质惠民”列为重点任务,提出到2030年,消费结构更加优化,居民人均服务性消费支出占比稳步提高。我国拥有规模庞大的中等收入群体,随着新型城镇化持续推进,“一老一小”相关服务需求快速增长,年轻一代更加注重情绪价值和个性化表达,服务消费将迎来广阔发展空间。

服务消费涵盖生活服务、养老托育、文化旅游、教育体育、健康服务等诸多领域,一头连着经济冷暖,一头连着民生百态。与实物消费相比,服务消费具有频次高、需求多元、带动性强等特点。一场演出往往能带动餐饮、住宿、休闲体育等消费需求;一次研学旅行,可能延伸出文化体验、乡村旅游等消费业态。有研究显示,大型演唱会、音乐节等演艺活动每产生1元门票消费,能够带动6.85元综合消费。可以说,服务消费既是释放内需潜力的重要抓手,也是拓展就业、带动投资、优化产业结构的重要支点。

当前,我国服务消费领域亮点纷呈,消费意愿和消费信心进一步增强。“苏超”“闽超”“村BA”等群众体育赛事火热出圈,一场场比赛连接起餐饮、旅游、住宿、文创和农产品销售,“票根经济”释放强大消费潜力。博物馆、美术馆、科技馆成为热门打卡地,“跟着电影去旅游”“跟着赛事去旅游”“跟着演出去旅游”等推动商旅文体融合发展。服务消费不再局限于单一行业和场景,逐步形成跨界融合、多点开花的新局面。

服务消费持续升温,本质上是一个国家经济发展到一定阶段后的重要体现。国际经验表明,当人均国内生产总值达到1.5万美元左右时,居民消费结构通常会加快从商品消费向服务消费转变。我国也正在经历这样的发展阶段,当前,我国人均国内生产总值已超过1.3万美元,居民人均可支配收入达到4.3万元。2025年,全国居民人均服务性消费支出占人均消费支出比重为46.1%,仍有较大增长空间。

也要看到,我国服务消费仍面临一些短板。优质服务供给不足,部分行业标准不完善,服务质量缺乏统一评价,一些中小微企业服务企业抗风险能力较弱,等等。破解这些堵点卡点,需要进一步放宽服务业市场准入,鼓励社会资本有序进入服务消费领域,形成多层次、多元化供给;因地制宜发展“旅游+”“体育+”“演艺+”等融合业态,把地方特色文化和群众赛事转化为可持续的消费场景;加快完善服务消费标准和质量评价体系,强化重点领域监督管理,让消费者愿意消费、放心消费。

服务消费的逐步壮大,既反映出人民群众对美好生活的向往,也折射出我国消费结构和产业结构的深刻变化。把握这一趋势,持续增加优质服务供给,推动商品消费与服务消费协同升级,让更多“回头客”成为“回头客”,就能把超大规模市场优势转化为高质量发展的强劲动能。

本版编辑 孙庆坤 美编 吴迪

金色胡杨转为文旅增量

本报记者 耿丹彤

深秋,新疆阿克苏地区温宿县丹杨镇萨叶科普胡杨林满目鎏金,万亩胡杨披上金色盛装。2026年温宿县“赏金秋胡杨林 品生态碱山羊”乡村文化旅游系列活动启幕,八方游客、摄影爱好者和各族群众相聚胡杨林下,赏胡杨秋韵、品乡土美食、体验特色民俗文体活动。

游客蒋莹说:“一眼望去满目金黄,胡杨风光十分震撼;还品尝了当地特色碱山羊肉,不虚此行。”

新疆旅游资源丰富,秋季的新疆,以胡杨和沙漠为主打景观,以节庆活动聚人气,以非遗民俗和乡村美食丰富体验,以“文旅+”形式融合延长消费链,让秋季“金色流量”转化为文旅消费增量。

塔克拉玛干沙漠北缘的罗布人村寨景区,金色胡杨与大漠沙丘交相辉映。近日,“金秋盛宴·畅游巴州”2026年罗布人村寨沙漠文化旅游节在巴音郭楞蒙古自治州尉犁县开幕,游客们既能在连绵起伏的沙丘中感受大漠风情,又能在生机勃勃的胡杨林中体验民俗文化魅力。

罗布人村寨景区以民俗文化、探险旅游为特色,集沙漠、胡杨、河流、湖泊于一体,景观丰富多彩,生态环境优美。今年,游客在景区不仅能够看沙漠、赏胡杨,还可参与沙滩排

球、骆驼骑行、大脚车沙漠越野、滑沙等体验项目,沙海摄影展、渔猎文化展、非遗文创展也同步推出。丰富的体验项目让游客深度感受大漠、胡杨与罗布民俗相融的独特魅力。

尉犁县墩阔坦乡党委副书记、乡长古力亚·卡海曼介绍,该乡紧邻沙漠景区,去年打造了大漠营地,承接景区外溢客流,设置多种沙漠文旅业态丰富游客体验。“旅游热度的攀升,直接带动周边乡镇村民增收。节假日期间,周边乡镇在营地摆摊经营的村民日均收入可达2000元以上。”古力亚·卡海曼说。

尉犁县以罗布人村寨5A级景区创建为抓手,精心串联打造13条精品旅游线路,持续完善“吃住行游购娱”全链条配套,持续激活文旅消费新动能,今年已累计接待游客396万人次,实现旅游收入27亿元,同比分别增长12%、16%。

10月中旬以来,南疆地区的库车市塔里木镇天然胡杨林迎来最佳观赏期,大批胡杨爱好者前来观赏。在库车饭店,源源不断的游客、研学团队及商务客群让前台、餐饮、接送机等服务保持高位运转。

库车饭店副总经理何金平介绍,酒店共有1200间客房,10月以来入住率稳定保持在90%以上,客源涵盖线上散客与旅行社团队,高人入住率预计将持续至11月初。

库车不仅仅有胡杨,作为独库公路的过境节点,虽然独库公路已于10月8日全线封闭,但库车文旅市场热度并未随之降温。老城街区、龟兹博物馆等地依旧人气高涨,沉浸式情景演绎、非遗体验、研学游等文旅新业态持续释放活力。

在龟兹博物馆,前来参观的游客、研学团队络绎不绝。讲解员祖力米热·肉孜介绍,国庆长假虽已结束,但博物馆热度丝毫未减,近期散客、研学团队、文化爱好者源源不断,游客数量较去年同期明显增长,“每位讲解员日均承接4场至6场讲解,几乎没有空当”。

来自辽宁大连的游客赵晓阳说:“我们昨晚坐火车抵达库车,今天专门到龟兹博物馆参观,讲解员讲得十分精彩。接下来我们计划游览天山神秘大峡谷,逛逛老城街巷,切身感受当地风土人情与厚重的历史文化。”

老城历史文化街区烟火气十足,清城巷等特色小巷游人往来不绝;库车大馕城剧场内,《丝路龟兹》舞剧如期上演,场内座无虚席。近年来,随着龟兹博物馆、龟兹古遗址博物馆相继开放,老城历史文化街区更新提质,龟兹文化资源得到持续活化利用。越来越多游客不再只追逐峡谷雪山自然风光,更专程奔赴库车品读千年龟兹文脉,文化体验游已经成为拉动当地旅游持续升温的核心动力。



游客在新疆库车市龟兹小巷拍照打卡。

新华社记者 丁磊摄