

工业旅游嘉年华之观点

工业旅游的核心是弘扬工业文化

“温州工业旅游创新发展论坛”嘉宾精彩观点

◎ 林献雄 林妙静



浙江省文化和旅游厅产业发展处副处长杨掌印： 工业旅游需要沉浸式和体验式产品

去年全国工信部联合文旅部等8部门，一起出台了一个推动工业文化发展的实施意见。这是国家部委层面对工业文化、工业旅游政策性的支持环境。温州今天做工业旅游嘉年华活动，我认为这个点抓得很准，比较契合国家和省里对工业旅游要求方向。借此机会，和温州企业家分享两点。第一，工业旅游的最核心的就是工业文化，当一个企业成长到一定程度，有了一定的文化积淀以后，它可以输出一种东西，工业旅游核心就是弘扬企业文化。第二，工业旅游的产品开发需要有沉浸式和体验式。工厂参观、遗址体验，所有的这些都离不开沉浸式体验的方式。这种体验模式能让参观者有所启发，让人身临其境体验生产质量控制等全过程，使游客自觉成为你这个品牌的传播者，这个比做广告效果好很多。第三，工业旅游它有一定经济属性，旅游带动效应比较明显，带动游客到周边吃住行，既能给企业带来一定收益，也可对当地经济发展有好处。



温州职业技术学院副教授金浏河： 温州工业旅游可释放的能量很足

在工业转型升级和旅游业蓬勃兴起的今天，温州的工业旅游有着得天独厚的优势与基因。温州有着全国无法比拟的工业旅游资源，以及无法取代的温州人精神，此时温州更应紧扣时代精神，做好新时代温州人精神内涵的提升和转化文章。



我们要通过系统挖掘和整理，充分整合各种资源，精心凝练独具魅力的城市文化、工业文化、旅游文化，将其打造成为具有强大市场感召力的“工业+旅游”的消费新卖点。走出一条彰显温州工业文化，凸显温州地域文化，赓续温州人精神的特色路径。

就温州而言，工业旅游可开发的的空间很大，可释放的能量很足。切实做好设施提档、功能提升、服务提质等文章，促进高质量发展与高品质旅游相融，就一定能让温州这座工业旅游之城实至名归，撬动温州全域旅游更大的市场空间。

温州矾矿文旅集团副总经理朱思旗： “世界矾都”正在借“申遗”重构旅游布局

温州矾矿素有“世界矾都”之称，作为工业遗址，温州矾矿申报世界文化和自然遗产的第一步，是必须先列入我国《世界遗产预备名单》，这项工作我们正在积极推进中。



矾矿除拥有“联合国教科文组织亚太地区文化遗产保护奖”外，还获得了“国家工业遗产”“全国重点文物保护单位”“中国传统村落”“第六批中国历史文化名城”等荣誉。为了加快进行世界矾都转型发展，正尽快启动核心区旅游总体策划，对工业遗产地进行了环境整治和基础性的开发建设。目前我们在重点抓好幸福大街、矾山中心广场、福德湾、温州矾矿三车间、水尾矿工村、朱程事迹陈列馆等重点亮点文旅建设提升项目，切实打通景观节点的连接线。同时，锚定“申遗”目标，重构“世界矾都”旅游布局。我们的道路还很漫长，矾都有信心有能力去共创辉煌。



浙江乔顿服饰有限公司总经理沈超： 我们将把服装的一些故事还原成真实场景

目前，我们在温州空港新厂区，规划了一大片新的智能制造，未来游客可以近距离参观、零距离融入到整个生产过程当中。去看一件衣服到底是怎么从一个布头一针一线，然后变成了一件完美的一个艺术品，这个可能是很多游客（消费者）在以往购物体系里是看不到的。同时，我们也希望把这种服装的文化的底蕴带给我们的消费者，未来我们会去打造西服博物馆和绅装体验馆，让更多的游客来体验。

温州在整个中国服装领域里面有很重的一个位置，在中国轻工业它也有这么一个地位。温州参与了很多中国服装的一些历史事件，而这些历史事件往往很多消费者，包括很多温州本地人也不是很清楚的，我们希望把这些历史文化的一些故事还原出来，用真实的场景体现，让消费者来体验并参与其中。就像刚刚有嘉宾提到的沉浸式体验那样，让游客对工业文化有更深的一些共鸣，未来在这块我们会继续努力。



浙江工商大学教授卞显红： 温州各地可形成工业旅游的发展联盟

发展工业旅游，我想说三个方面。第一个是企业动力。对企业来说要考虑怎么更多的培育潜在消费者，如何让更多的游客包括孩子能够了解企业品牌。第二个是政府作用。政府除了对基地认定和给予一些政策补助外，还要构建相关的发展平台，比如说温州各地形成工业旅游的发展联盟，只有抱团成为集聚区，成为地域工业旅游品牌之后，才能够具有全省影响力，全国吸引力。第三，如何满足游客需求。目前散客到工厂去游览还是有诸多的不便，如信息不透明，预约不方便。所以平台除了面向中小学和相关企业团体预约之外，也要能够接受散客的预约，这要构建线上和线下融合平台。此外，工业旅游的还要发展一些其他的东西，比如说第二课堂，能够把中小学生的研学基地融入进来。还有，结合未来社区、未来工厂，积极发展高科技型的工业旅游，如温州新能源汽车制造体验、中国眼谷和中国（瓯海）眼镜小镇购物体验等，这些是未来工业旅游要做加法的。

康奈集团党委书记蔡发荣： 工业游对康奈品牌是无形传播和提升

我们重视沉浸式的场景构建，不管是顾客，还是旅行社带来的游客，或是研学团，到康奈都可以有一个沉浸式的体验过程。这种沉浸式场景就在我们的工业旅游产品中，已经打造出来了。同时，康奈工业旅游做到了品牌效应、经济效应、社会效应等三大效应融合。据统计，从2001年至今康奈有60多万在册登记过的游客，这对康奈品牌是无形的传播和提升。



康奈这几年打造了5大主题特色线路，第一条是民营经济探秘之旅，这个是经典线路；第二条是高端制造互动之旅，这个现在特别流行；第三条是非公党建红色之旅，因为康奈是全国先进党组织；第四条是时尚文化体验之旅；第五条是时尚康奈研学之旅。这5条主题特色线路打造以后，不管是旅游团或小朋友过来，到康奈都能找到对应的体验内容。另外，我们还打造了“康奈十景”。

温州工业旅游 经典十景

- 康奈集团有限公司(鹿城)
- 浙江乔顿服饰股份有限公司(龙湾)
- 浙江卓诗尼鞋业有限公司(龙湾)
- 浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司(永嘉)
- 报喜鸟控股股份有限公司(永嘉)
- 育才控股集团股份有限公司(永嘉)
- 浙江一鸣食品股份有限公司(平阳)
- 温州矾矿文旅集团有限公司(苍南)
- 浙江百强乳业有限公司(瑞安)
- 浙江铁枫堂食品饮料有限公司(乐清)

温州工业旅游 新锐十景

- 中国眼谷(龙湾)
- 威马汽车制造温州有限公司(瓯江口)
- 中国(瓯海)眼镜小镇(瓯海)
- 百珍堂生物科技(浙江)有限公司(瓯海)
- 瑞安溪坦工艺礼品文化创意街区(瑞安)
- 凯奇集团有限公司(永嘉)
- 温州太古可口可乐饮料有限公司(经开区)
- 浙江码头食品股份有限公司(洞头)
- 康鸿生物科技集团有限公司(泰顺)
- 文成娃哈哈宏振食品科技有限公司(文成)