

当“硬核工业”遇上“浪漫文旅”

本报记者 李 玲

“五一”假期，工业游成为文旅市场颇具活力的增长点。各地推出的多条工业旅游线路，串联起油田、车企、酒庄、智能工厂等各类工业场景，让游客在行走中触摸工业脉搏，在体验中感知产业力量。不同于传统观光游的浅层体验，当下的工业旅游早已超越“看风景”的范畴，多处热门“工业游”项目经常“一票难求”。这种将“硬核工业”与“浪漫文旅”奇妙碰撞的新业态，究竟是如何炼成的？

展示新质生产力的“窗口”

从老厂房变身城市新地标，到生产线成为研学打卡地，再到工业IP转化为消费新场景，工业旅游正成为连接历史文脉、产业转型与民生消费的重要载体，为文旅高质量发展与新型工业化双向赋能注入强劲动力。

在政策方面，“工业+文旅”不再是企业的“副业”，而是激活工业遗存、展示大国重器、拉近制造与消费距离的重要抓手之一。以北京为例，2025年10月北京市经济和信息化局、北京市文化和旅游局发布《北京市推动工业旅游高质量发展的实施方案（2025—2027年）》，今年4月两部门印发《北京市工业厂区（产业园区）适旅化改造指引》，地方政府正大力推进“厂区变景区、遗址成地标”。

工业旅游成为盘活存量资源的重要抓手，同时也让游客以独特的近距离体验方式探寻中国工业发展的密码，不仅让游客在厂房、街区中触摸工业文明的肌理，更通过资源活化、业态创新、数智化赋能，将沉睡的工业遗产转化为文旅新地标。

“工业旅游是二产与三产融合发展的重要领域，是扩大消费、拉动内需的重要增长点，同时也具有极强的科普价值。”在清华大学新闻与传播学院副院长张铮看来，发展工业旅游对于激活地方经济发展潜能、促成城市更新具有一举多得的作用。

神秘工厂的“适旅化”改造提升

当曾经“藏在深闺”的工厂遗址、生产线向公众敞开大门，展现的不仅是一个个产业的发展轨迹，更是中国从工业大国向工业强国迈进的坚实足迹。

在承载丝绸之路千年传奇的河西走廊，玉门油田依托石油摇篮、“铁人精神”



研学团队讲解油田生产现场风险防控装置工作原理。玉门油田公共事务中心供图。

发源地域优势，开发“重走铁人路”研学路线，莘莘学子在油田发展展览馆、铁人王进喜故居、老君庙、老1井、603岗位旧址，通过情景剧、沉浸式课堂，感悟石油工人的奋斗历程。“五一”前夕，研学实践教育示范基地“行走雄关明壮志·深耕油田砺青春”主题活动文化研学活动，让民族地区学子在行走的课堂中感受石油、砥砺成长。

山东泰安6907工程遗址公园则深挖“三线建设”历史，其地油罐区通过声光电技术重现当年建设场景，游客还可聆听建设者口述史录音。“五一”假期推出的“三线记忆寻访”活动，邀请亲历者带领游客重走建设路，让“战斗地”精神穿越时空。一位老兵激动地说：“看到年轻人被这段历史触动，我为当年的奋斗精神有了传承者而感到高兴。”

以往，科技工厂对普通人来说是有些陌生的厂区。如今，头部企业正通过“适旅化改造”，将其变为极具吸引力的流量入口。以北京小米汽车工厂为例，这个2025年接待游客超13万人次的“网红打卡地”，并没有让参观停留在走马观花的“看流水线”层面。今年3月，小米汽车工厂卡丁车体验中心正式开放，将专业卡丁车赛

道、驾驶培训与工业参观等融为一体。针对工业旅游的发展环境，小米集团创始人雷军也曾建议，工业旅游必须从偏重商务接待向沉浸式体验升级；加快开发工业旅游新业态新场景，鼓励打造标杆项目、大幅提升供给品质；通过设置实操体验项目，让游客在互动中建立对品牌的深度认同，最终将“好奇心”转化为“购买力”。

山东邹城的鲁南铁合金厂旧址，经保护性开发成为铁合金1971工业遗址公园。高炉、铁路轨道化身景观装置，空中栈道串联起工业记忆。未来，原硅钙肥仓还计划改造为咖啡厅。“五一”假期，公园举办“工业记忆市集”，游客可在复古小火车、铁轨旁尽情拍照打卡。一位游客感叹：“这里既有历史的厚重，又有现代的创意，让孩子理解了工业对城市发展的意义。”

以智能技术和业态融合为驱动

如何将工业旅游的“一时热”变为“长久红”？张铮指出，破局的关键在于以智能技术和业态融合为驱动，推动工业旅游从浅游向品牌升级跃迁。

工业旅游的深层价值，在于让公众近距离感知中国工业的领先技术和中国现代石油发展历程。玉门油田以“石油摇

篮”为IP，打造沉浸式工业研学游。其“石油工业探源”路线通过全流程实景还原，让游客从石油地质生成到炼化加工，直观了解能源产业链。研学实践教育示范基地推出“能源科技嘉年华”，游客可操控仿真钻井平台模拟石油天然气开采，或通过VR(虚拟现实)设备“潜入”地层深处探索“地宫”奥秘。一位中学生体验后留言：“中国能自主完成这些石油的开采技术，太厉害了。”

张裕葡萄酒工业游则通过数字化赋能，让百年酒厂焕发新生。其酒文化博物馆经4次迭代，已步入“智能互动+数字化”4.0时代。游客可通过动态光影墙追溯中国葡萄酒业发展史，在智能调酒区定制专属酒品。“五一”期间，活动升级为“葡萄酒元宇宙之旅”，游客佩戴AI设备即可与虚拟“酿酒师”对话，学习酿造工艺。这种“虚实叙事+实物模型+真实场景”的呈现方式，不仅让工业文化变得生动鲜活，更让年轻人看到了传统产业转型升级的无限可能。

从“冷冰冰的机器”到“有温度的IP”，工业游不仅提供了一种全新的文旅体验，更为中国制造业的转型升级提供了一个极具想象力的出口。

指尖经济

“指尖经济”是指依托陶瓷、拼豆、造景贴纸等精细化手工制作活动，以满足消费者情感疗愈、社交互动及自我表达为核心诉求，进而带动线下门店消费、周边材料销售及产业链发展的新型体验经济形态。这一概念并非官方定义的宏观经济学术语，而是伴随“体验经济”兴起与年轻群体“情绪消费”觉醒而诞生的民间商业热词。

在文化产业视域下，“指尖经济”是“慢生活”理念与文创产品深度融合的典型样本。它跳出了传统零售“买完即走”的逻辑，将消费重心从“商品实用价值”转移到“创作过程与情感印记”。消费者通过低门槛、高互动的指尖劳动，在快节奏生活中获得精神疗愈与低成本社交空间；同时，门店通过“体验+成品售卖”的模式，构建了“线下创作—线上分享”的商业闭环，不仅激活了实体商业活力，更反向推动了上游材料供应、创意设计等产业链条的完善，成为文旅休闲市场中一股不可忽视的新兴力量。

词元经济

2026年3月，国家数据局正式将Token定名为“词元”，并将其定性为“智能时代的价值锚点”。所谓“词元经济”，即指以词元为核心计量单位，围绕其生产、调用、分发与结算形成的一套全新智能经济形态。

词元作为大模型处理信息的最小单元，具备可计量、可定价、可交易的特征，是连接技术供给与商业需求的“结算单位”。随着“人工智能+”行动全面落地，我国日均词元调用量呈现爆发式增长，从2024年初的1000亿激增到2026年3月的140万亿，两年增长超千倍。这一数据不仅折射出智能经济的澎湃活力，更标志着AI服务资源水电一样成为社会基础资源，推动商业模式从“卖能力”向“卖用量”精细化运营转变，是智能时代价值创造逻辑重构的集中体现。

词元经济与文旅产业深度融合，核心在于AI智能体的应用与数据资产化。据华南数字产业集团发布的“一县一景文旅智能体”显示，词元已成为文旅智能服务的标准化计价单位，通过按次或订阅制实现消费端变现，赋能县域文旅资产运营。同时，随着国家数据局推动“数据要素×文化旅游”行动，海量文化数据被转化为可交易的数字资产，词元机制助力打破数据孤岛，实现跨主体权益流通，重构了“流量经营”向“用户资产经营”的商业模式。

(于帆整理)

歌剧《图兰朵》百年纪念版全球巡演从广州出发

从首演阵地到生态构建者，广州大剧院打造华南歌剧运营标杆

2026年，普契尼经典歌剧《图兰朵》迎来首演百年。中国对外文化集团旗下中演院线发展有限责任公司(简称“中演院线”)倾力打造中演歌剧节。歌剧《图兰朵》百年纪念版作为重磅开幕演出与2026广州艺术节开幕大戏，将于5月8日至10日在广州大剧院举行全球首演，并以广州为起点开启全球巡演，让世界歌剧艺术界目光聚焦广州这座开放包容的国际化大都市。

作为中外文明交流互鉴的“国家队”，中国对外文化集团坚守“推动中华文化走出去，把世界优秀文化引进来”的使命。中演歌剧节是中国对外文化集团“走出去”与“引进来”双轮驱动发展的生动缩影，也是集团多年深耕歌剧艺术、搭建中外文化交流桥梁、深化中外文明互鉴的成果见证。而广州大剧院作为中国对外文化集团旗下中演院线的旗舰剧院，以多元探索破局革新，深耕歌剧艺术、打磨精品力作，在接轨国际艺术视野的同时扎根本土创新，打造独树一帜的歌剧发展“广州模式”，成为华南歌剧艺术策源地、城市审美定义者，以顶级制作、原创创新与全球联动，助力中国歌剧行业发展，彰显广州作为国际化大都市的文化担当。

百年经典焕新登场 全球歌剧艺术界目光聚焦广州

《图兰朵》是普契尼的“绝笔之作”，以中国故事为底色，自1926年首演以来，便凭借恢弘壮阔的音乐书写，极具辨识度的东方题材，以及浓烈而复杂的戏剧张力，成为世界歌剧舞台上最具影响力的经典之一。2026年适逢歌剧《图兰朵》首演百年，这部世界歌剧经典将以全新姿态震撼登场。

《图兰朵》百年纪念版由演员成龙跨界执导，我们歌剧制作控股有限公司出品，中国对外文化集团有限公司联合出品，中国对外文化集团党委书记、董事长、总经理郭利群担任联合出品人、监制。这是成龙首度跨界执导歌剧，将东方功夫美学真正融入歌剧舞台叙事核心，太极、仪式化武术动作与精准节奏设计不再是外在奇观，而是人物情感、命运挣扎与精神意志的直观表达，与普契尼极具史诗感的音乐深度共振，拓展歌剧表演全新边界。

该剧《图兰朵》在中国巡演结束后，将作为第72届普契尼音乐节的开幕歌剧，于2026年7月登陆普契尼的故乡——意大利托雷德尔拉戈，在普契尼露天大剧院绽放东方魅力。这不仅是歌剧经典的百年回响，更是一场跨越时空的东西方文明共振，是推动中华文化“走出去”的生动有力实践。而广州大剧院成为其全球首演阵地，将进一步巩固其在全国高端歌剧演出市场的核心地位，让全球歌剧艺术界目光聚焦广州。

从首演阵地到文化策源地 定义华南歌剧发展标准

2010年，《图兰朵》作为广州大剧院开幕歌剧，以恢弘乐章点亮广州首个顶级歌剧之夜。16年

间，《图兰朵》三度相约，早已与广州大剧院血脉相融。广州大剧院不只是演出场馆，更是华南歌剧生态的构建者、行业标准的重要引领者。16年来，广州大剧院深耕高端歌剧，打造“年度歌剧”核心品牌，以国际顶级制作、顶尖艺术家阵容、高标准舞美呈现，填补华南地区高端歌剧制作与演出空白，重塑广州乃至大湾区歌剧文化生态，树立全国歌剧运营标杆。

广州大剧院与罗马歌剧院、纽约大都会歌剧院、英国皇家歌剧院等世界一流剧团联合创制，上演了《图兰朵》《托斯卡》《蝴蝶夫人》《茶花女》《卡门》《魔笛》《阿依达》《战争与和平》《弄臣》《假面舞会》《漂泊的荷兰人》《唐璜》《长征》《沂蒙山》等中外经典剧目，形成“引进—学习—创制—输出”的完整体系。

歌剧艺术与广州城市气质高度契合：务实深耕与先锋创新共生，岭南底蕴与国际视野对话。广州大剧院秉承中国对外文化集团“引进来”的初心，以开放姿态吸纳世界艺术精华，通过引进《图兰朵》等世界经典歌剧，系统学习国际先进歌剧制作理念与运营经验，全面提升歌剧艺术创作、演出水准，稳步培育本土歌剧市场与观众审美，又以创新精神探索本土表达，让歌剧从高冷殿堂走向大众生活，成为城市文化气质的注脚。

重塑湾区文化生态 树立歌剧运营标杆

多年的学习和积累终于实现“走出去”的重大突破。2018年，中国对外文化集团出品、中演院线总制作、广州大剧院执行制作的原创歌剧

《马可·波罗》首演，成为中意文化融合典范。2019年，该剧赴意大利巡演，成为首部担任意大利剧院演出季开幕演出的中国原创歌剧。2024年，意大利总统马塔雷拉观看该剧的复排版，彰显了中国歌剧的国际影响力。

《马可·波罗》的创作和上演提升了广州的歌剧制作水平，增强了广州在歌剧创作上的号召力和话语权，成为广州文化艺术领域的标志性事件。广州大剧院完成歌剧艺术双向交流的跨越，践行中外文化双向互鉴、平等交流的理念，以国际视野反哺本土创作，以中国原创回馈世界舞台，彰显中国歌剧艺术的国际竞争力与文化影响力。

近年来，全球歌剧市场面临创新不足、形式单一、与现代观众语境脱节等发展瓶颈，传统歌剧亟须突破转型。广州大剧院贯彻中国对外文化集团“整合国际顶级艺术资源，构建自主文化品牌”的发展理念，积极探索创新，首创沉浸式喜歌剧产品，先后推出沉浸式喜歌剧《图兰朵》《苹果之夜》《神奇医生》3部作品，已经成功演出超60场，场均上座率80.2%，并斩获多项国家级、省级荣誉，以轻量化制作、生活化场景、本土化语言，探索出歌剧普及的“广州模式”，为全国歌剧行业提供了可借鉴经验。从经典引进到原创输出，从学习借鉴到自主创新，广州大剧院以文化反哺实现双向赋能，既提升了国内歌剧创作水准，又向世界传递了中国审美与文化自信。

成龙执导《图兰朵》百年纪念版全球首演落地广州，不止是一次巡演，更是广州作为国际化大都市向世界递出的文化名片。广州大剧院作为中演院线的旗舰剧院，始终担当中国对外文化集团和中演院线深耕歌剧艺术的“桥头堡”，坚守

文化传播使命，持续培育本土歌剧市场、提升行业水准、丰富城市文化内涵。未来，广州大剧院将以艺术为桥、文明为脉，坚定不移推动世界优秀文化“引进来”、助力中国原创精品“走出去”，在双向交流中深化文明互鉴，讲好中国故事、传播好中国声音，为中华文化迈向世界舞台中央、推动人类文明交流交融贡献坚实力量。

(图为歌剧《图兰朵》百年纪念版海报，文字及图片由广州大剧院提供。)

