

# 镜鉴

## 文化旅游与创意包装 向何处寻“诗和远方”

### ——株洲市产业链面面观之十三

株洲日报全媒体记者/刘芳

#### 核心提示

旅游,已成为大众追寻“诗和远方”的一种主要生活方式。

2021年,国内旅游总人次32.46亿,旅游收入(旅游总消费)达2.92万亿元。我国文化旅游产业不断发展壮大,已上升为各地国民经济重要战略性支柱产业,从地方经济建设的边缘向主战场迈进。

如何抓住发展机遇,找准发展路径,进一步释放旅游消费需求,把株洲文化旅游产业做大做强?本期,我们选取青岛、嘉兴、长沙、温州四座城市,从发展工业旅游、挖掘红色旅游、塑造城市品牌、打造包装产业四个方面,总结梳理其发展经验,以期带来启示。

#### 【产业链名片】

株洲文化旅游资源丰富,有1个国家5A级景区,9个4A级景区、14个3A级景区,各类文物古迹2351处,代表性非遗项目587项,“古、绿、红、蓝、橙”文化旅游要素齐全。2021年1月至9月接待国内外游客总人数5595.7481万人次,同比增长65.41%,旅游总收入562.984亿元,同比增长68.80%。2019年,我市将包装产业列为重点新兴产业,包装产业链在统企业181家,其中规模以上企业49家,高新技术企业8家,全市包装印刷产业总产值45.23亿元。力争到2025年,全市包装印刷产业实现500亿元产值,支撑全省打造千亿包装产业,打造出“中国包谷”。

#### 【产业链名片】

数据显示,2021年长沙实现旅游总收入1926.44亿元,接待国内外游客达1.82亿人次,成为流量担当。

一座城市就像一个人,很难十全十美,但有着自己文化品格和精神气质的城市,肯定是让人喜欢让人难忘的。长沙将城市文化与品牌相结合,打造城市IP,进行话题营销,狠狠地圈了一波粉,成为网红城市。

这个夏天,长沙要被外地游客挤爆了。

去文和友、茶颜悦色打卡,还可以爬上岳麓山看日出、游橘子洲头、逛夜市……长沙就像一个品牌制造机,通过将“长沙”与品牌、文化组合,打造城市IP,进行话题营销,狠狠地圈了一波粉,成为网红城市。

这背后有何奥秘?

先看政府是如何做的。塑造城市形象,长沙各部门很会玩。市民、游客喜欢吃长沙米粉,政府就打造“湖南米粉街”,有吃有玩还有学,如在湖南米粉博物馆里,一些上世纪制作米粉的器具,让游客朋友在畅享米粉美味之余,留下一份老城记忆。

今年5月以来,到岳麓山观日出渐渐走红。岳麓山景区启动了凌晨观日出的方案,调整开放时间,增加工作人员,改造观光平台,增开凌晨观赏日出观光车专线,满足更多“疯狂年轻人”打卡愿望。

无人机告白“来长沙放肆爱”、心形红绿灯、粉红斑马线、“长沙手可摘星辰”……大量的城市创意,政府层面引导的城市品牌营销,加上自媒体的个人自发传播,都将长沙塑造造成了一座年轻化又具有幸福感的城市。

最近政界大咖也纷纷为长沙“代言”。外交部发言人赵立坚前后两次在个人账号发文,向全球推介长沙;湖南省委书记、省人大常委会主任张庆伟热情邀请年轻朋友们来长沙喝茶颜悦色,吃文和友的小龙虾,到解放西路潇洒走一回。这些“有份量的吆喝”,又让长沙“上了头条”。

企业也热衷给自己打上长沙的标签,将产品积极融入城市文化元素。

创下一次又一次销量神话的文和友,起初是从一张小摊开始。来自于市井的文和友,始终保留城市的烟火气,用创意的手法呈现出80年代的长沙,以市井文化和地方美食唤醒悠长的人情味。

茶颜悦色在品牌上围绕“国风”“文化”概念做聚焦,将中式情怀贯彻到每一个细节中:包装上的中式插图蕴含着各种各样的历史故事、历史典故、名胜古迹,茶饮名称使用极具古典美的中文名称,体现文化传承。同时,与长沙深度捆绑,几乎每隔500米都能看到一家店,将自身打造成长沙的一张文化名片,甚至主动向外地游客介绍:“来长沙,必须要做的四件事是吃湘菜、看橘子洲、逛文和友、喝茶颜悦色。”

有趣的灵魂百里挑一。长沙在政府、企业、媒体等合力下,塑造了一个兼具颜值与有趣灵魂的人设”。

有网友为长沙点赞:“长沙应该是最有娱乐精神和网感的,长沙的宣传总是和网友同频互动”。

正是城市里的这些人情味、烟火味、幸福感,容易让人产生共情、为之向往。同程旅行发布《“毕业旅行季”消费趋势报告》显示,长沙是最受毕业生及高校在校生欢迎的旅游目的地十座城市之一。

#### 智见

最近,工业城市株洲就像一个“钢铁直男”开窍了,也玩起了浪漫:在湘江上燃放焰火,神农塔上的粉色爱心、大汉悦中心的巨幅玫瑰图,还有刷屏朋友圈的爱心斑马线……

在互联网经济的助推下,“网红打卡”已成为年轻人热衷的时尚消费新方式。株洲要吸引更多年轻人聚集,不仅要有过硬的产业优势,也需要增加多元化的城市色彩,可通过将“株洲”与一些特色品牌组合,打造城市IP,进行话题营销、广泛传播,引发群众好奇,进而提升关注度。

#### 【产业链名片】

2020年,嘉兴市接待游客总人次1.01亿人次,旅游总收入1172.60亿元。2021年仅南湖旅游区接待游客总人数达到331万人次,同比增长47%,营业收入同比增长91%。嘉兴围绕弘扬“红船精神”,点、线、面结合,将红色文化深深融入城市肌理,打造全国红色旅游标杆城市。

说到红色旅游,嘉兴值得去看一看。

乘坐有轨电车前往嘉兴火车站,在感受了1:1复建的1921火车站站房后,沿着宣公路,来到北岸的街角广场。游览完宣公祠展馆,再通过宣公桥,跨过环城河,步行至狮子汇码头。浮光掠影间,恍若来到百年前……这条“重走一大路”旅游路线,是游客到嘉兴的“网红打卡线路”。

2019年,嘉兴被文化和旅游部确定为全国先行先试开展红色旅游资源普查试点市,全国仅2家。嘉兴共挖掘、梳理出红色旅游资源单体214个,其中五星级红色旅游资源单体5个。

面对如此丰厚的红色“家底”,嘉兴怎么保护好、开发好?

嘉兴出台了《红色旅游标杆城市三年行动计划》,围绕“红船精神”,点、线、面结合,将红色文化深深融入城市肌理。

在塑造红色城市旅游品牌方面,嘉兴通过“文旅+城市建设”,重点打造南湖旅游区,改造提升湖滨区域,对标上海新天地建设南湖天地,提升南湖革命纪念馆展陈,实现红色旅游发展与“品质嘉兴”建设有机结合。

“绣”出红色景点新风貌的同时,嘉兴也在不断完善文化红色旅游产品力。通过做好“红色+”文章,促进红色旅游与水乡古镇、景区村庄、城市休闲等紧密结合,发展复合型、“沉浸式”红色旅游产品和业态体系,形成红色旅游产业链,推动全域旅游高质量发展。

针对不同游客群体,嘉兴将重点红色旅游景区(点)从42个点拓展至70个点,精心打造“首创之旅”“奋斗之旅”“奉献之旅”3大主题12条红色旅游精品线路。

嘉兴还通过举办中国红色旅游经典景区年会、嘉兴市红色旅游导游大赛,创建红色主题文化饭庄,编印红色旅游地图和宣传册等,不断提升红色旅游服务水平。

#### 智见

株洲的红色文旅资源丰富。在这片红色热土上,这里诞生了第一个县级红色政权,实施了第一次连队建党,开展了第一次插牌分田等,涌现出李立三、左权、谭震林、耿飚、杨得志、宋时轮等一大批无产阶级革命家、政治家、军事家。

株洲是否可以借鉴嘉兴,发掘自身的闪光点,打造有地域特色的红色旅游名片,再通过“红色+”的模式,带动周边旅游景点发展,丰富产品力,铸造一张红色城市名片。

## 2

### 【嘉兴】

### “红色名片”链接全域旅游

炎帝陵。  
炎陵县县委宣传部供图

#### 【产业链名片】

青岛拥有海尔、海信、青啤、中车等知名企业,被誉为“品牌之都”“工匠之城”。在首批22家国家工业旅游创新单位中,海尔集团、青岛啤酒股份有限公司入选。

2021年前三季度,青岛实现旅游总收入1249.6亿元,同比增长80.3%。其中工业旅游已成为青岛旅游闪亮的名片,每年各类工业旅游项目接待国内外游客超过千万人次。

青岛立足工业发展史,挖掘啤酒、纺织、机车等产业的工业文化内涵,依托海尔、海信、青岛啤酒等知名企业,将百年品牌与特色景区相结合,探索工业与文化旅游融合发展的新路径,用创意、科技赋能,构筑起完善的工业旅游产品体系。

海滨旅游度假城市青岛,以工业起家。作为中国近代工业文明发轫地之一,青岛工业门类齐全、制造业体系完备,也因此留下了丰富的工业遗迹。

19年前,“工业旅游”概念雏形未现,与其他工业企业一样,青岛啤酒面临着登州路老厂房的去留抉择。彼时,诸多企业将陈旧的厂房化为扩大生产规模的蓄能。青岛啤酒却从工业遗址保护、城市历史保护角度着眼,在旧厂区基础上进行升级改造,不断创新旅游产品和营销模式,立起了一座啤酒博物馆。

如今,对外地游客来说,去青岛啤酒博物馆看看百年啤酒史,尝一口从水龙头接出的新鲜啤酒原浆,成为在青岛旅游的必然之选。

资料显示,青岛啤酒博物馆年独立盈利早已过亿元,品牌价值突破200亿元,刷新了工业旅游发展仅依靠企业补给存续的固有印象,实现了社会效益、品牌效益、经济效益的多重丰收。

还有很多青岛企业转变发展理念,把工业旅游作为重要的业务板块。

2014年,依托原国棉五厂旧址建设的文化创意园区“纺织谷”,利用浓厚的纺织文化底蕴吸引行业高端企业入驻,实现了百年纺织生产车间向现代纺织功能性场馆转变,并结合史料文献和科技手段,“讲好”园区工业遗址文化故事。

再如,在海尔工业园,智慧家电让游客提前感受未来的生活场景;

#### 智见

青岛在进行城市更新、建设现代产业的同时,工业旅游不仅作为一种旅游模式被看见,它对产业激活和城市功能提升所产生的影响也在被见证。

作为老工业基地,株洲的工业旅游资源体系完备,拥有近现代工业文化遗产35处,位居全省第一。但

大多资源“养在深人未识”。

发展工业旅游,株洲既要立足优势,也要有系统思维,除了“工业旅游+风景旅游”,还可以开辟“+生态”“+科技”“+文创”等新模式,统筹区域内的旅游资源,让更多人看得见、感受到、理解好,城市的品牌就能传播得更广,“株洲制造”的风景就能更加靓丽。

## 1 【青岛】“工业旅游+”激发城市品牌的新活力

#### 【产业链名片】

截至2021年,温州有各类包装企业4620家,包装企业职工总数15.7万人,行业上市企业1家,拟上市企业17家,年包装工业总产值约650亿元。

温州引导企业补齐产业链断点和短板,形成包装产业集聚化、专业化发展特征。

说起温州,让人容易想到鞋革、服装、低压电气等行业。但是,在支撑这些知名行业的背后,还有一名隐藏的“实力选手”——包装产业。

上世纪80年代,温州包装企业基本属于“小、乱、散”企业。直到1989年,温州第一台单面机面市,取代了当时的手工糊纸。随后,温州印机厂生产的全自动切纸机、温州包装机械总厂的打包机、捆扎机等,让温州包装在全国包装行业崭露头角。

2012年,在德国德鲁巴国际印刷及纸业展览会上,温州包装机械代表团让全世界的机械企业刮目相看。

温州包装机械产业链有多强?业内人士分析,包装机械产业的飞速发展,得益于其完善的产业链。

一位在外投资的浙商接受采访时曾表示,他在温州时,需要任何产品只要一个电话就能搞定,将企业迁至外地后,竟找不到齐全的零配件加工厂,这才真切感受到温州在包装产业配套的“强大”。

这些年,温州加快包装产业基础再造和产业链提升,引导区域产业集群,带动企业补齐产业链断点和短板,提升智能制造水平,推进包装标准化建设。

温州已经形成包装产业集聚化、专业化发展特征。包装机械制造企业主要集中在瑞安和龙湾区,塑料包装企业主要集中在平阳县和苍南县,纸制品包装企业以瓯海区、瑞安市和乐清市为主,包装印刷企业则主要集中在龙港市和苍南县。

如今,温州包装产业依托本土鞋服、电器、汽摩配、眼镜、阀门等行业而更加壮大,从一个分散的辅助性行业,逐渐形成了包装机械、包装印刷、塑料包装、包装材料和纸制品等门类齐全的包装工业体系,不仅承担着全市工业产品包装任务,还为各类海鲜、粮食等农产品提供包装,共涉及40多个行业,从一个“包装大市”逐步走向“包装强市”。

“十四五”期间,温州还将从智能包装装备、现代包装设计、环保包装印刷、数字化建设、绿色包装材料等方面发力,增强上中下游企业协同合作,形成全产业链融合发展新模式。

#### 智见

株洲打造创意包装产业链上有天然优势。这里有先进的科研团队,湖南工业大学是全国唯一一所系统从事包装教育的包装类特色高校,我市每年产生1000件以上包装类知识产权;这里也有强大的人才优势,湖南工业大学走出了全国三分之一以上的包装专业人才,全国90%的规模以上包装企业均有湖南工大学生。

但是,我们也意识到,这条产业链目前短板也很明显:多数链上企业小而分散,仍处于中低端发展水平。

纵观其他城市发展路径,株洲应发挥好现有的人才优势、科研优势,培育龙头企业,形成独特的产业竞争力。

## 4

### 【温州】推动集聚化、专业化发展



攸县酒仙湖景区。刘芳供图

红军标语博物馆。刘芳供图



炎帝陵。  
炎陵县县委宣传部供图

#### 【产业链名片】

青岛拥有海尔、海信、青啤、中车等知名企业,被誉为“品牌之都”“工匠之城”。在首批22家国家工业旅游创新单位中,海尔集团、青岛啤酒股份有限公司入选。

2021年前三季度,青岛实现旅游总收入1249.6亿元,同比增长80.3%。其中工业旅游已成为青岛旅游闪亮的名片,每年各类工业旅游项目接待国内外游客超过千万人次。

青岛立足工业发展史,挖掘啤酒、纺织、机车等产业的工业文化内涵,依托海尔、海信、青岛啤酒等知名企业,将百年品牌与特色景区相结合,探索工业与文化旅游融合发展的新路径,用创意、科技赋能,构筑起完善的工业旅游产品体系。

海滨旅游度假城市青岛,以工业起家。作为中国近代工业文明发轫地之一,青岛工业门类齐全、制造业体系完备,也因此留下了丰富的工业遗迹。

19年前,“工业旅游”概念雏形未现,与其他工业企业一样,青岛啤酒面临着登州路老厂房的去留抉择。彼时,诸多企业将陈旧的厂房化为扩大生产规模的蓄能。青岛啤酒却从工业遗址保护、城市历史保护角度着眼,在旧厂区基础上进行升级改造,不断创新旅游产品和营销模式,立起了一座啤酒博物馆。

如今,对外地游客来说,去青岛啤酒博物馆看看百年啤酒史,尝一口从水龙头接出的新鲜啤酒原浆,成为在青岛旅游的必然之选。

资料显示,青岛啤酒博物馆年独立盈利早已过亿元,品牌价值突破200亿元,刷新了工业旅游发展仅依靠企业补给存续的固有印象,实现了社会效益、品牌效益、经济效益的多重丰收。

还有很多青岛企业转变发展理念,把工业旅游作为重要的业务板块。

2014年,依托原国棉五厂旧址建设的文化创意园区“纺织谷”,利用浓厚的纺织文化底蕴吸引行业高端企业入驻,实现了百年纺织生产车间向现代纺织功能性场馆转变,并结合史料文献和科技手段,“讲好”园区工业遗址文化故事。

再如,在海尔工业园,智慧家电让游客提前感受未来的生活场景;

#### 智见

青岛在进行城市更新、建设现代产业的同时,工业旅游不仅作为一种旅游模式被看见,它对产业激活和城市功能提升所产生的影响也在被见证。

作为老工业基地,株洲的工业旅游资源体系完备,拥有近现代工业文化遗产35处,位居全省第一。但

大多资源“养在深人未识”。

发展工业旅游,株洲既要立足优势,也要有系统思维,除了“工业旅游+风景旅游”,还可以开辟“+生态”“+科技”“+文创”等新模式,统筹区域内的旅游资源,让更多人看得见、感受到、理解好,城市的品牌就能传播得更广,“株洲制造”的风景就能更加靓丽。