

文化产业信息动态

第 19 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2021 年 11 月 29 日

目 录

- 1、唤醒城市记忆：百年汉阳造的“逆生长”
- 2、双十一“囤旅游”成新趋势“先囤后约”好玩又省钱

唤醒城市记忆：百年汉阳造的“逆生长”

来源：中国经济网-经济日报 2021年11月24日

记者 柳洁 董庆森

1890年，武汉龟山，汉阳铁厂动工兴建。这是中国近代第一家，也是最大的钢铁联合企业，其产量曾一度占全国的96%。龟山下的铁与火，开启了近代中国的工业化，也成就了武汉连绵十里的“汉阳造”工业走廊。

60多年前，万里长江第一桥——武汉长江大桥飞架南北，全国能工巧匠汇聚于此，精益求精、务实创新的工匠精神在这里延续和传承。

如今，有的工业遗迹上建起了博物馆，有的则成了文创产业集聚区，曾经的“汉阳十里工业长廊”变身“文化创意长廊”。

唤醒工业遗产

71岁的顾必阶，头戴白色礼帽，骑了辆破旧自行车，穿过一片空地，来到一座颇具现代化风格的船形建筑跟前。

顾必阶是张之洞与武汉博物馆原馆长，他介绍，该馆2017年3月向社会免费开放，周末平均每日接待1000余人次，被誉为网红博物馆。如今，这个博物馆正在进行升级改造，重新开放后，将给参观者带来更大的“惊喜”。

过去 20 年里，顾必阶苦苦搜寻着散落在荆楚大地上的老物件，努力塞满一个空荡荡的工业博物馆，搭起百年前的一位总督与这座城市的时空联系。

一段段铺就京汉铁路的铁轨，一个个锈迹斑驳的机床，还有当年汉阳铁厂的界碑、投产纪念碑……行走黑白灰为主色调的全钢结构博物馆里，寻着张之洞督鄂 18 年，在汉兴实业、办教育、练新军、修铁路的足迹，感受当时“驾乎津门，直追沪上”的大武汉气魄。

船形博物馆与下方立柱式建筑构成的“历史之门”，成为年轻人喜爱的拍照打卡点，博物馆内设有书吧、茶吧供游人小憩，登上顶层空中花园，还可以远眺汉阳钢厂厂区全貌。

100 多年前，张之洞在汉阳龟山到赫山一带，创办了汉阳铁厂、兵工厂、火药厂、针钉厂等近现代工业企业群，闻名世界的铁轨、枪炮等“汉阳造”从这里产出。抗日战争期间，汉阳铁厂、兵工厂等企业西迁，“汉阳十里工业长廊”变成废墟。

“博物馆是在汉阳钢厂自办的‘张之洞与汉阳铁厂博物馆’基础上新建而成。”顾必阶徐徐展开厂区地图，只见在京广线与琴台大道之间，汉阳钢厂的冶炼、电炉、氧气、动力、棒材、仓储运输等厂房车间星罗棋布。

“当初老博物馆建成时，是全国第一家工业题材博物馆。”顾必阶介绍，随着汉阳钢厂转型，厂房变成博物馆，很多钢

厂职工投身到文创产业。目前，武汉工业题材的展馆也达到10余家，如武钢博物馆、武船厂史馆等。

如今，汉阳区在此打造了琴台中央文化艺术区，规划为“一核两翼”，汉阳钢厂厂区位于琴台中央文化艺术区西翼范围内，厂内一二三类工业遗产24处，已成功申报为国家级工业遗产保护厂区。

赋能文化创意

如果说张之洞与武汉博物馆走的是“网红”路线，汉阳造文化创意园则走上了另一条文化赋能的发展模式。

汉阳区龟山北路，“汉阳造”肇始之地。新中国成立后，这里成为大型国营企业824厂、国棉一厂、武汉鹦鹉磁带厂的大本营。20世纪90年代，随着企业改制、外迁，昔日的工业聚集地陷入长达10多年的沉寂。

2009年，汉阳区将这些旧厂房整旧如旧，腾笼换鸟打造创意产业，既保护了工业遗产，又实现了共赢发展。如今，“汉阳造”变成了“汉阳创造”，这个武汉最大最集中的文化创意园区，成为武汉旅游的一大地标。

记者在园区看到，各类创意工作室、咖啡店、茶吧云集，围墙上的艺术涂鸦……这些新锐艺术元素与厚重的工业遗存发生巧妙的化学反应。“我们其实并不是一个景区，但人气并不比景区少，每年吸引的游客达到50余万人次。”园区工作人员说。

湖北省政府咨询委员会委员、武汉大学教授李光说：“将已废旧闲置的工业资源或现行生产资源就地转换为旅游新资源，吸引游客，传播企业文化，打造城市名片，是近年来在国际上十分盛行的工业旅游模式。”

在港珠澳大桥上赛车，在 5D 影院里一探桥梁的前世今生，将武汉长江大桥“打包”带走……走进位于中铁大桥局桥梁科技大厦一楼的国内首家综合性桥梁博物馆，各种现代化互动设备和精品文创立体展现桥梁文化。

桥梁博物馆馆长成莉玲介绍，该馆室内展馆建筑面积近 3000 平方米，分为中国古代桥梁、中国近现代桥梁、世界桥梁博览、桥梁文化展示、桥梁互动体验等 8 个部分，生动真实地再现了新中国桥梁的建设历程，全方位展示了世界桥梁的建设成果。

“在南京长江大桥升级改造期间，我们特意将大桥更换下来的桥面栏杆、陶粒混凝土、白玉兰灯和‘争气钢’带了回来。”成莉玲告诉记者，“这些既是历史的见证，也是文化与精神的传承。”

“博物馆是一个城市文化的象征，也是一个国家历史的展示平台。”武汉市文化和旅游局巡视员杨琼鹏说，“汉阳是新中国桥梁建设事业发源地，有着‘建桥之都’的美誉，桥梁博物馆在此建成开馆，可以让每一位参观者都能充分感受到桥梁历史、桥梁文化和桥梁科技的无限魅力。”

掘金“文旅融合”

“汉阳拥有丰富的历史文化资源，除了‘知音’‘汉阳造’两大文化IP外，还有工业文化、桥梁文化、健康文化等诸多资源，为旅游产业的转型升级提供了硬核支撑。”汉阳区文化和旅游局局长徐丽说。在她看来，文旅融合相得益彰，文化可以走向“远方”，旅游也会更有“诗意”。

这种“互补”最直观的效果就反映在工业旅游的繁荣上，汉阳不少工业企业已尝到了甜头。

“叶开泰和黄鹤楼是游客点名必去的景点。”湖北黎达文化传媒有限公司总经理江黎说，自从试水工业旅游以来，公司推出的汉阳特色工业游线路很受追捧，疫情后每周都有来自全国各地的游客组团游览，人数也在不断攀升。

走进叶开泰中医药文化街区，处处能感受到“国医+旅游”的新奇感受。这里可以了解叶开泰近400年中医文化底蕴和中药材古法炮制工艺，还能体验各种国医养生项目。

“我们的愿景就是让中医回归为生活方式。”叶开泰中医药文化街区负责人陈蒙蒙介绍，企业将街区打造成旅游景区，不仅可以传播中医药文化，也拓展了一条新的发展方向。

邻近的黄鹤楼酒业同样也是将厂区变成了景区。近年来，厂区将建筑外立面改造成清式徽派风格；改建了3700余平方米的“黄鹤楼酒文化博物馆”；打造“辛氏酒馆”，还原黄鹤楼起源佳话。

黄鹤楼酒业董事长许鹏说，自去年省里推出“惠游湖北”活动以来，黄鹤楼酒业武汉和咸宁两大基地累计吸引近16万名游客，对企业的品牌宣传和销售都是很好的促进。

据了解，目前湖北省已初步形成四大工业旅游品牌，其中三大品牌里都有汉阳工业企业的身影。目前，汉阳区正准备“克隆”黄鹤楼酒业和叶开泰中医药文化街区的模式，推动百威啤酒、苏泊尔等一大批先进制造企业发展工业旅游，实现产品营销和目的地推广统一，让汉阳工业旅游项目形得成、推得开、玩得爽、有记忆。

“我们拥有得天独厚的工业遗存资源，数量多、品类全，既有历史遗存、传统工业企业，也有先进制造企业和文化创意产业，将这些珍宝串联起来，就能形成集观光、体验、休闲等功能于一身的特色旅游线路。”徐丽说。

双十一“囤旅游”成新趋势

“先囤后约”好玩又省钱

来源：人民日报海外版 2021年11月24日 记者 尹婕

今年“双十一”，旅游产品销售取得不俗成绩。在线旅游平台飞猪数据显示，“双十一”活动商品成交额同比增长超60%，包括山东航空、长隆、上海迪士尼度假区、万达、北京环球度假区等在内的12个品牌成交额突破1亿元。这给旅游从业者们带来了信心和动力。

经过多年发展，“双十一”早已成为旅游行业销售冬春旅游产品、布局新一年发展的重要节点。与过去旅游促销靠打价格战、比拼“地板价”不同，如今，旅游促销已向注重品质、凸显特色转变。

“囤旅游”成新趋势

两份北京环球度假区的酒店预订：一晚入住诺金度假酒店，一晚入住北京环球影城大酒店。这是江苏游客姜女士“双十一”唯一的购买记录。“我希望能尽快带孩子完成一次环球影城之旅。”姜女士介绍，她购买的酒店产品规定了有效期限。“尽管有一定的限制，但是价格的确很有吸引力。”

在这一年一度的促销季，“囤”旅游产品正成为许多消费者的习惯。

数据显示，“双十一”期间，北京环球影城冬春漫游卡、北京环球影城非指定日双次票及两家度假酒店（北京环球影城大酒店及诺金度假酒店——北京环球度假区）房券三大新品累计销量超7万件，8家航空公司“随心飞”产品累计销量超10万件。飞猪旅行商品首次参与“双十一”主会场“每200减30”的规则，并推出会员快速升级计划，大量交通、酒店、民宿、度假类新品也在此期间集中首发。此外，用户增长也成为旅游企业的一大收获。例如，希尔顿新增会员数超40万，长隆新增会员数超12万。

旅游企业、在线旅游平台等推出的系列服务措施，也为消费者“囤旅游”解决了后顾之忧。同程旅游相关负责人介绍，国庆后至元旦前是一年中的传统旅游淡季，而“双十一”线上购物狂欢的模式助力旅游业迎来了新一波的热潮。在疫情防控常态化的情况下，提出“好货安心囤”的概念，让消费者能够灵活地安排时间，安心出游。除了推出人气爆款、当季热品、特价机票酒店、超级预售等涵盖用户多种需求的高性价比旅游产品，也为消费者提供“提前订，随时退”的贴心服务，方便游客在疫情平稳后“划算出游”。

新玩法更受欢迎

当前，年轻人成为旅游消费主体，他们更青睐个性化、特色化产品，更加注重旅游的体验感。这一新消费趋势直接推动了旅游产品的改变。更加灵活、丰富的酒店套餐、“随

“随心飞”类产品成为热销款。例如，在机票销售方面，除了传统的“搜索—预订—出票”模式，“浏览—囤票—使用”的“囤机票”模式受到年轻消费者的青睐，成为新趋势。今年“双十一”，飞猪平台首发了多款“随心飞”产品，可以满足消费者可变化的出行需求。

“预约未来旅行”成为今年“双十一”旅游促销中的一大共同点，“囤货”成为各大旅企主推的主题。这类可以“提前订，随时退”的旅游产品，服务模式更加灵活，成为旅游企业全新的营销模式。

11月10日至26日，同程旅行启动“‘双十一’旅行囤货月”活动，支持用户“先囤后约”，全年可用。据介绍，在此次活动中，游客可以通过优惠的价格“囤”到心仪产品，以便提前规划专属的“全年旅行”。同程旅行相关负责人介绍，近日，“赏雪”“滑雪”“电竞酒店”等相关旅游搜索量在同程旅行平台涨幅超过200%。游客通过参加该活动，可以提前预订温泉及滑雪场周边的旅行产品，享受周边冬季旅游，还可以延长旅行规划期限，即便是在春节、五一、十一等节假日，也可以选择价格合适的旅行产品，提高出游性价比。

旅游企业还将目光投到更加细分的市场。例如，针对露营，途牛旅游推出了森林露营、沙漠露营以及暑期亲子露营

等目标群体更具体的产品，并将电影、咖啡等元素融入其中，以满足年轻群体的消费需求。

迸发勃勃生机

随着 2022 年北京冬奥会的临近，冰雪旅游的热度与日俱增。近年来，中国游客的滑雪需求由国外转向国内，国内冰雪旅游获得了良好的外部发展环境；此外，随着宣传推广力度的加大，老百姓对冰雪旅游的认知度和接受度也不断增强，这些都成为我国冰雪旅游壮大的有利因素。我国北方冰雪旅游目的地发展势头强劲，吉林长白山、黑龙江亚布力、河北崇礼等滑雪胜地都获得了关注度和订单量双增长。南方的室内滑雪场也成为冰雪运动爱好者的好去处，例如，无锡、广州、重庆等地的室内滑雪场、雪世界都有着较高人气。

自 2020 年以来，乡村旅游已成为我国国内旅游的重要内容，去乡村感受绿水青山的生态魅力、看乡村振兴的时代脚步，成为人们出游的重要动力。游客的迅猛增长带动了乡村旅游更新迭代的加快，一批高品质旅游项目、乡村民宿在乡村落地，乡村旅游不仅扛起国内旅游的“大旗”，也成为乡村振兴的重要力量。

随着文旅融合的脚步日益加快，中国传统文化受到游客、旅游企业、旅游市场三方的重视，一批特色文创的崛起就是明证。数据显示，今年共有近 100 家博物馆参加天猫“双十

一”活动，11月1日开售首日，博物馆文创产品销量激增超400%。

热门冰雪旅游商品累计预订近10万件、乡村民宿套餐销量同比增长超16倍、博物馆新文创成为“双十一”销售“黑马”……在消费者“囤旅游”的长长清单中，这些旅游产品分外亮眼。从中，我们既能看到旅游业的热点和亮点，也能感受到旅游业的活力与生机。旅游企业则从中找到商机，为下一步的发展排兵布阵。

（编辑 杨珠峰）