



产业IP+文旅地标

解锁

晋江工业旅游新范式

落日余晖的
触角沙滩上,夏天
的海风与鼓点共
鸣,一场“文旅+时
尚”的秀演澎湃上
演。上周,晋江市
金井镇塘东沙堤上,英林泳装、东
石伞具、深沪内
衣、内坑拖鞋惊艳
亮相。

当海浪与缝
纫机声共鸣,当潮
汐与时尚节拍同
频,沙滩变身秀
场,文旅碰撞国
潮,晋江“一镇一
品”产业完成制造
业场景化营销。

聚光灯下,晋江以
“工业为基、文化
为魂、体验为翼”,
打造出“产业IP+
文旅地标”新范
式,解锁工业经济
新增长极。

本报记者 施珊妹 董严军



叙事创新活化工业记忆

从有“活中国男装历史服饰教科书”之称的古
代男装厅走过,明、清以来各时期各类男士服饰映
入眼帘,勾勒着中国男装的演变进程;走出古代展
厅,沿着中国男装的发展轨迹,来到草创时期的七
匹狼;以针为笔、珠为墨,在团扇上体验非遗珠绣传
承……近日,坐落于晋江金井的七匹狼中国男装博
物馆迎来了一批学生。孩子们在这一全国首座以
男装为主题的专业性博物馆中,感受中国男装的
变迁与发展历程。

这座博物馆,由七匹狼创始人的周氏老宅及七
匹狼旧厂房改建而成,如今不仅是福建省中小学研
学实践教育基地,更是国家工业旅游示范基地、国
家AAA级景区。

在晋江,硬核制造变身文旅新地标的,还有
安踏“982创动空间”。

4000平方米的空间里,滑雪区的激情、攀岩区
的挑战、咖啡区的闲适,交织成多元休闲图景的可
购物的“运动公园”,已成为潮流青年的“打卡圣
地”。安踏集团副总裁张涛表示,作为泉州市“文
旅+工业”精品游线路中的重要一站,安踏成为展示
泉州制造实力与文化魅力的重要窗口。工业旅游
方面,安踏集团打造了晋江982品牌中心、智能制
造车间等工业旅游项目,2024年接待超3万人次参
观。

而利郎创意园,则投资10亿元把厂房改造为
城市艺术空间,通过“工业遗存活化+时尚产业孵
化”双轮驱动,盘活低效工业用地103亩,打造时尚
品牌孵化基地和城市文化客厅,赋能晋江艺术生态
产业升级,让工业旅游品牌化,有效带动区域消费
和城市形象提升。

在“中国制造”向“中国智造”跨越的时代浪潮
中,工业旅游正从“小众探索”走向“大众潮流”,成
为推动区域经济转型、促进文旅消费的重要力量。

这在过去简直不可想象。

在传统认知中,“工业”与“旅游”似乎是两条平
行线。前者是钢筋铁骨的硬核生产,是托举产业发
展的“硬实力”,“生人勿近”的行业专属地;后者是
诗与远方的休闲体验,山温水软、诗情画意。而在
旅游消费升级的浪潮下,工业旅游正以黑马之姿异
军突起,把人们从传统的名山大川、名胜古迹吸引
到了工厂车间,成为当下旅游市场中一道别样的风
景线。这股从流水线升腾而起的新风潮,正在重塑
人们对“诗与远方”的想象。

喝饮料要去生产线看瓶子装箱,买奶粉要去工
厂观看从牧草到奶粉的生产全过程、吃火锅要走进



食品工厂亲手制作火锅底料,甚至连买车都要先去
智能工厂参观流水线……旅游大巴开进工厂、游客
沉浸式体验生产场景,这种兼具文化感与趣味感的
“工厂游”受到越来越多人青睐。近两年,打卡科
创公司和现代工厂,正成为一种新风潮,在小红书
平台上搜索“工厂游”有超过10万条笔记。

通过叙事创新活化工业记忆,工厂再度熙熙
攘攘,成了时尚秀场、城市景观,更成了吸引年轻
人的打卡地、新社群。站在产业视角看,工业文旅
的勃兴标志着“场景时代”的来临。消费者不再满
足于被动观光,更渴望在特定场域中获得情感共
鸣,工业旅游以其独特的空间张力、真实的历史肌
理,恰好能承载这种精神需求。随着“文旅商”融
合趋势加深,工业旅游展现出更多可能性,社会效
益与经济效益实现双赢。

消费者和生产商从未这么近

工业旅游开启之前,消费者和生产商从未靠得这么
近。

进入观光工厂,消费者不但能享受线下带来的体
验,更能从吸收系统知识的层面,从稀有的生产场景
观摩,以及品牌文化的浸润等方面,带来消费者与生
产商(品牌商)的深层次情感连接。对于开放了“工
厂游”的企业而言,这种线下参观其实也在某种程度上
加深着游客与产品的羁绊,是提升品牌形象的有力手
段。通过开放工厂,企业展示生产实力、技术创新和
企业文化,增强消费者信任与认可。一个产品在窗明
几净的空间里、在智能化的流水线下诞生加工的全过
程,本身就是一个极具价值的宣传广告。这种“眼见
为实”的体验,增强着消费者对品牌的信任,也在重塑
着他们的消费逻辑。

这也难怪七匹狼公司董事长周少雄如此重视七匹狼
博物馆的打造。“晋江产业带集中,在泉州晋江大力
发展文旅经济的当下,吸引来晋游客走进工厂园区体
验晋江智造实力,可以更好地提升品牌影响力。企业
可以借助文旅热,拓展工业旅游体验项目。”周少雄
表示,当前不少企业已经成功建设了企业总部园区、
博物馆、创意园区等工业旅游项目,如果将现有的
文旅线路与工业风进行串联,在一定程度上能拓宽
游客深度游晋江的体验。

从更宏观角度看,工业旅游可以丰富产品供给,拓
展发展空间。工业旅游可以与传统自然、人文旅游互
补,满足游客多元需求。对地方经济而言,工业旅游
可以带动相关产业发展,创造就业机会,促进经济增
长。

拔节生长的文旅经济,势必为工业企业加分不少。
这几年,泉州“世遗+非遗+美食+文创”的独特IP,
如磁石般吸引全球目光——去年入境游客同比增长
42%,海外旅行社合作订单量翻番,泉州已然成为亚
太地区最具成长性文旅投资热土。

延续工业文脉,挖掘历史美感。工业旅游不是工
业和旅游简单叠加,而是充分利用已有的生产要素和
产业资源,通过恰当的组合改造形成新的旅游产品,
工业旅游蕴含的经济价值和社会价值无法估量。

安踏通过“感恩之旅”活动,连续12年邀请员工
家属走进智能工厂,体验泉州非遗簪花、闽南面线
制作等文化项目,实现工业体验与文旅消费的深度
融合。安踏还和晋江联合举办了“晋邑古筵进企
业”活动,让美食和高甲、木偶、南音等非遗表演
成为传播本土文化的纽带,提升了员工幸福感,丰
富了企业文化。

立足特质讲好全新故事

工业旅游如何真正活起来、火起来,立足自身特
质、发挥创新意识,讲好文化故事是关键。

当国潮时装秀场邂逅世遗山水画卷,晋江书写属
于自己个性的全新故事。

利郎LESS IS MORE“青年知行”年度大秀登陆
国家AAAA级旅游景区安平桥公园,世遗点变身“水
上T台”,“世遗+国潮”让古桥与时尚共舞,世遗
以更加鲜活的形式走进人们的生活;“中国伞都”
——东石以“伞·耀”为主题的国风秀在榕林传统
村落上演,328把伞具构筑“光影天幕”,不仅展示
伞具的传承与创新,更是解码“文旅+产业”新玩
法;紫帽山下溪畔,七大国潮品牌联袂,在山水间
铺就的流动T台绽放风采。

产业为笔,国潮为墨,晋江品牌用一个出圈的事
实力弄潮,带火品牌、带火文旅。

流量有了,还要有留量。

安平桥大秀之前,出于对在地文化的保护使命,
利郎携手晋江市文旅局,向晋江市文物保护基金捐
资200万元。

“安平桥在建桥阶段,就是靠大家共同出钱修建
的。明清时期,这座桥陆续出现了一些问题,也都是
靠社会各界共同出力修缮的。这一次,利郎率先带
头捐赠,这种做公益的行为也是慈善文化的传承。”
晋江市文物保护中心主任吴金鹏认为,利郎作为知
名企业起到了带动作用,让文物保护走向了公益化
、社会化。

利郎用心“留下”文化遗产,安踏灵动活化文化
基因。将传统文化基因注入现代设计,安踏以中国
锦鲤、兵马俑、故宫等文化符号为灵感,打造了多
个现象级产品系列。2025年,安踏携手中国丝绸博
物馆发起“致敬二十四雅士”活动,推出融合大漆
工艺的“自在翼马鞋”,该作品不仅在巴黎“丝绸
之路周”惊艳亮相,更被中国丝绸博物馆永久收
藏。此外,亚冬会中国体育代表团领奖装备搭
载自研科技“安踏膜 Aerovent”,将东方美学与
专业性完美结合,助力冰雪健儿征战赛场。以“好
商品”为核心,安踏推动国潮时尚与工业旅游协同
发展。

