

到工厂看风景 参与体验涨知识外加买买买 工业旅游融入五金文化人气攀升



德国昂-桑德堡文理中学师生参观永康锡雕馆。

工业与旅游擦出火花后,旅游爱好者又有了新的目标——工业旅游。近年来,随着我市旅游业的不断发展,不少企业结合自身基础,打造了一批以生产场景、厂区环境和企业文化为资源特色的观光工厂,开启了“旅游+工业”的新业态。

记者 田妙联

现象 工业旅游逐渐升温 本地旅游社推爆款线路

第一次看到农夫山泉的生产线,还在工厂取水口,亲身体验了两个实验,真是涨知识了。上个月,市民王思媛报名参加建德农夫山泉生产基地工业旅游后,连连称赞:大自然搬运工,一流的工业化生产风景。

旅游+工业,特色旅游正悄然流行。不少旅行社乘机推出桐庐蜂蜜厂、江苏丝绸厂、上海宝钢等特色工业旅游线路,成为旅游新风尚。仅千岛湖+农夫山泉基地这条线路,我们就陆续接待了300多人。市大地旅行社负责人赵钢说,6月份,他们尝试推出三四条工业旅游线路,没想到条

条都是爆款。

一些特色企业打造出的工业旅游项目,也吸引了国内外游客前来观光。近日,50余名来自成都的游客穿梭于浙江荣盛达锡质品有限公司创建的锡雕馆,该馆融合了古锡器、传统工艺纯手工锡器、现代锡器、手工体验坊、1.6吨重锡制方岩等景点,游客们置身其中,仿佛穿越时空,领略我市悠久的锡器文化。

据该公司统计,该馆年人均参观人数已达2万人,仅今年报名参加锡器夏令营二日游活动的就达四百多人。

除了锡器制造游览外,市能诚新能源有限公司为了发展工业旅游,还将厂房列入景点名单。该公司董事办工作人员孙丽介绍,这座获得市政府200万元重奖的厂房占地100亩,却长出了14.3万㎡建筑面积,是原老厂房的4倍,而且每一层都可以安装重载设备,屋顶还能种树、停车、收集雨水,堪称我市“空间换地”的样板。

厂房不仅提高了土地利用率,还因为集中生产,有效降低了企业生产管理成本,吸引了省内外诸多企业莅临公司参观考察。粗略估算,年参观人数达5000人。孙丽说。

延伸 特色纪念品推陈出新 成企业销售新增长点

工业+旅游,还为我市企业创造了多种商机。开馆后,荣盛达公司推出了系列旅游纪念品,如巴掌大的锡制随身宝,能装茶叶及药材。游客参观完,可直接在馆内工厂店,享受工厂价一站式采购。据统计,去年锡制旅游纪念品销售额达20多万元。

今年,该公司的锡制旅游产品更是大放异彩。我们已研发出金银花丝镶嵌与锡结合、龙泉青瓷与锡结合、锡包紫砂壶等混搭旅游锡器。前些天,我们还推出了三件套微型锡器,深受参馆人员喜爱。荣盛达公司

负责人盛一源介绍,锡雕博物馆创办后,不仅让我市锡雕这一国家级非物质文化遗产多了一面展示窗口,而且企业也多了一张金名片。前来参观的客商都对我市悠久的锡雕文化和精湛的锡雕技艺赞不绝口。

目前,该馆又扩充了现代工艺美术大师作品、永康锡雕名家展示厅两个景点,正在筹备的世界名品展示厅也即将掀开神秘面纱。

能诚公司也在积极探索开发特色旅游纪念品。工业旅游对于企业文化传播、企业品牌推广有着巨大的

作用,越来越得到大型企业的重视。我们计划去宝钢、青岛啤酒等特色工业旅游厂家考察,未来将结合公司现有销售网点,推出系列衍生产品。孙丽说,工业旅游是朝阳产业,目前公司正在边探索边前进。

记者从市旅游局获悉,今年上半年,我市累计接待国内外旅游者约415.3万人次,同比增长56.71%;实现旅游总收入37.7亿元,同比增长76.42%。深度挖掘工业旅游资源,大力开发工业旅游产品,成为了我市发展工业旅游的一个重要途径。

记者手记 参与体验才是工业旅游的魅力

今年,我市积极打造“山水+五金”旅游发展升级版,启动了方岩5A、园周4A、国际会展中心3A创建培育工作,五金城集团、众泰汽车、永康锡雕馆、四方影视城、能诚集团正积极申报工业旅游示范基地,五金旅游、影视旅游等新兴业态呼之欲出。

可以说,我市工业旅游处于初级阶段,一些优势工业旅游资源尚处“深闺”之中,从已有的工业旅游景点来看,大多以企业自产的工业产品为主,较为单薄。要长足发展,工业旅游产品还有待升级,以增强市场竞争力。

在实际操作方面,企业可借鉴先行者的思路。如泸州老窖作为全国首

批工业旅游示范点,建设了国窖广场并以其为中心辐射企业20多个参观点,开辟集古代和现代生产方式于一体的3条旅游线路。上海宝钢作为上海首家全国工业旅游示范点,融合组成了钢铁是怎样炼成的、走绿色画廊宝钢生态之路和走宝钢创新发展之路3条主题分别为“科普线、生态线、工艺线”等旅游线路,以满足游客的需求。

业内人士认为,虽然工业旅游属于特殊旅游产品,受工业企业的影响较大,但其开发必须充分考虑旅游市场的状况以及消费者的需求,融入到大市场空间去。好的工业旅游都是从自身工业产业的基础核心出发,浇

灌自身企业品牌文化内涵,打造出特色旅游主题和线路。同时,工业旅游要茁壮成长,不但要突出其中的文化特色,还要在参与性和体验性上做文章,让游客在参观生产流程后进行互动,赢得更多回头客。

此外,从规划设计角度来讲,工业旅游也要在更高层次上寻求多种要素的融合,和特色乡镇、经济开发区、产业园、港口等一起进行整体规划,形成特色工业旅游集聚区。

今后,在我市工业旅游“繁花似锦”的发展道路上,政府主导、区域合作、城市带动、品牌拉动等方方面面,都有待大家一起去探索。

微商大咖秀

成就微商大咖 三大核心策略

蒋心海是长三角地区知名的企业经营顾问,也是多个协会的特邀顾问,曾培训咨询辅导1500多家百强、创新型企业,推动多个行业企业加快转型升级,近年来对移动互联网的研究实践有独特见解。



微商是一个极具潜力的全新创业模式,也是一个门槛极低操作简单的创业方式,在“万众创新,大众创业”的大好时代,微商人信心满满。

微商和所有的创业一样需要努力、用心创新和智慧。做微商不应一味地想着销售产品,而应做好品牌和个人信用,在移动互联网时代无边界的“分享和社交圈”时刻提醒所有人,品质和信任比黄金更珍贵。

每个人的微信中最少会有200个人脉关系,因此想成为千万微商大咖,首要的策略就是以诚信立命,注重品德修养,不能“坑”好友。在微商大咖眼中,诚信主要表现在三方面,必须是好的产品、讲诚信的企业、有利于消费者。

策略二:整合渠道。微商想要快速发展,核心在于渠道建设。注意,能吸引微商团队的产品,一定是符合潮流趋势,有重复消费性,并且有强大的运营体系作为支撑的产品,在整合传统渠道上,尽可能选择有广阔人脉资源,具备一定资金实力,有意从传统生意嫁接移动互联网端的创业者;此外,要重视跨界人才团队的组建,比如储备一些擅长策划、社交、资源整合、产品创意、战略定位的人才。

策略三:微商项目要快速推向市场,招商是核心抓手,其关键是利他和分享的价值观。简言之,招商要做得好,就是让厂家、经销商、店商、电商,包括自由职业者和个体创业者一起共赢。在微商项目推广方面应全网运作。上周,某微商团队的领导者告诉我,在品牌运作过程中,一开始就线上线下融合启动全网营销,每一年光软文推送就有4000多篇,多以互动、体验方式,恰到好处地传递到朋友圈。

自开栏后,陆续有200多位微商扫码加入微商联盟俱乐部,由于提问的人很多,如未及时回复,敬请谅解。另外,还有一批微商问我是否能代理这些天刷屏朋友圈的马来来KI多醣体产品,我的建议是:积极了解,了解该产品,包括专利、检测报告,必要时参观该公司总部。微商项目非常多,选有价值的产品、选有科技实力的公司、选项目创始人的人品和实力,最终必须选对商业模式和领先的代理机制。

我是蒋心海,就在你们背后,与您共成长!下期,我将为大家带来《传统制造业的互联网+落地策略》,敬请期待。(记者 田妙联 整理)



扫码可获
微商大咖秘籍1份