

伊利探索工业旅游，累计接待游客超3.1亿人次——

厂区变景区 文旅火起来

本报记者 赵景锋

打卡热门工业旅游景区

伊利健康谷俯瞰图。
本文图片均为受访企业提供

“流水线”成为“风景线”

“我以为牛奶只需要进行杀菌处理，没想到制作过程竟然这么复杂！”

来自内蒙古自治区乌兰察布市的游客孙女士，刚刚沿着生产线逛完一圈。透过两侧玻璃，一包包牛奶高速“奔跑”在生产线上，数十条生产线齐发，形成了震撼的“牛奶瀑布”场景。她感慨，亲眼见过各种生产步骤才知道，原来牛奶产品也有这么高的科技含量。

从牧场运来的原奶，经过分离、均质、膜过滤和超高温灭菌等工艺处理后，通过管道输送至灌装车间，每小时可灌装4万盒牛奶，日处理原奶达6500吨……步入伊利现代智慧健康谷内的液态奶全球智造标杆基地，不少游客对着飞速运行的流水线看得起劲。

2023年6月，伊利现代智慧健康谷工业旅游项目正式开园运营。项目规划核心发展区38平方公里，由敕勒川生态智慧牧场、智造体验中心、液态奶全球智造标杆基地等共同组成，每天生产的牛奶可保障千万级人口城市的日饮奶需求。

既是超大规模工厂，又是热门打卡景区，伊利现代智慧健康谷的落地实践，为传统企业发展工业旅游提供

了一条可借鉴路径。

早在2005年，伊利便开始探索实施工业旅游计划，先后开放全国部分工厂和牧场，邀请游客亲眼见证产品的制作过程，增加对品牌的认可度，是伊利发展工业旅游的初衷。”伊利集团高级执行总裁刘春喜说。

对工业旅游的探索，远不止于开放工厂那么简单。在伊利现代智慧健康谷，随处可见的是各类新奇、有趣的科普知识。参观连廊里，生动展示着各类牧草标本，配以通俗易懂的解说，让游客能够形象理解牧场的“品控”；在“奶粉空间站”，通过智能机械臂的动态演绎，游客可以看到各工序的生产亮点；通过可视化图表，对比牛奶、母乳、伊利奶粉的成分差异，让游客直观理解奶粉的营养搭配……知识与产品的生动科普，嵌入到这里的每一处细节中。

“将抽象晦涩的知识具象化、可视化，实现寓教于乐，让游客学有所学、学有所得，是我们设计时充分考虑的重要因素。”刘春喜说，在这里，游客不仅能够增进对不同奶制品、制作技术的了解，也能够对乳业行业有更具体生动的认知。

讲好“硬核工业”的软性故事

展示厂房生产线的各个环节、科普乳业知识，只是发展工业旅游的第一步。如何提升游客的参与度和体验感，讲好“硬核工业”的软性故事，也是建设工业旅游景区的重要考量。

“老人适合喝什么样的奶粉？”“小朋友体重比较轻，喝多少奶粉补充营养合适？”面对观众形形色色的提问，“营养教室”给出了答案。

在奶粉全球智造标杆基地，藏着一个“营养教室”，这是全球首个定制化奶粉配方项目。游客在终端输入性别、年龄、身高、体重等信息后，系统便能通过智能分析运算，生成一份量身定制的奶粉营养配方。根

一杯牛奶，从牧场到餐桌，要经历怎样的过程？答案就藏在内蒙古自治区呼和浩特市的一座“景区”里。

从呼和浩特市城区出发，向西南方向行驶30多公里，大约半小时后，一座蝴蝶造型的银白色建筑物映入眼帘——伊利现代智慧健康谷到了。春日渐暖，入口处排队检票的游客多了起来，大多为亲子同行。近日，记者来到这里探访“厂区变景区”的秘密。

工业旅游的教育意义，是伊利作为奶业龙头企业的重要责任。”刘春喜说。

打造工业旅游“金名片”

发展工业旅游，不仅是对工业的补充发展，更是对旅游的创新开发。如何开发好、维护好工业旅游资源，接好这笔“流量”，刘春喜和团队没少下功夫。

既要守住企业的安全底线，保证奶产品的正常生产；又要提升开放程度，力求实现360度无死角参观。为此，伊利组建了生产、技术、文旅跨部门团队，反复论证参观通道设计，开发智能隔离系统，不断增添参观的创新点和亮点，单次参观时长从平均40分钟延长至90分钟。

“在设计过程中，我们非常重视新技术、新工艺的应用，力求打造‘全过程、一站式、体验式’的智慧旅游体系，提升用户的参观体验。”刘春喜说，游客在体验产品的过程中，实际也是对企业的生产流程、安全标准的亲自把关，推动“游览—信任—复购—产业升级”的正向循环。

如今，伊利现代智慧健康谷作为呼和浩特的“城市地标”之一，已经深度融入地方文旅产业。“这次特地带孩子来参观伊利健康谷，顺便在这里过个周末，一会儿还要去宽巷子品尝羊杂碎、奶豆腐。”来自鄂尔多斯东胜区的王女士告诉记者。

记者了解到，每到周末或节假日，总有不少像王女士这样前来参观、顺便旅游的游客。

不同于传统文旅依赖自然时令存在淡旺季，工业旅游可以常态化开展，更好触达市场，辐射带动地方文旅产业发展。

据介绍，2024年，伊利现代智慧健康谷共接待游客超100万人次；截至目前，伊利在全国范围内共开放34家生产基地作为工业旅游景点，累计接待游客超3.1亿人次。工业与旅游的碰撞，让伊利实现了与消费者的“双向奔赴”。

“未来，伊利将以现代智慧健康谷为枢纽，联动周边资源打造全域旅游网络，推动全国其他开放工厂旅游功能升级，并在印尼、泰国、新西兰等海外基地复制本土化模式，打造工业旅游‘金名片’。”刘春喜说。



小朋友在伊利健康谷5D影院中观看电影。



伊利健康谷液态奶加工生产线。

“今年初的马面裙海外订单量，大概是去年同期的10倍！”山东曹县晟名服饰有限公司负责人侯国栋说。他穿梭在生产车间，不时俯身整理刚裁剪好的布料，“这批面料是春节后到的，我们正在抓紧赶制订单。”

中国马面裙的海外订单迎来爆发式增长，侯国栋所在公司的快速发展，正是一个生动缩影。

侯国栋告诉记者：“过去是外国客户要什么，我们就做什么；最近，我们在汉服设计中巧妙融入国际时尚元素，激发客户新需求。”近年来，企业还通过参与各类国际汉服展销活动、入驻跨境电商等，让世界上越来越多的人了解并爱上马面裙。

曹县马面裙凭借完整产业链支撑起高效生产，并在全球市场中展现出蓬勃的产业生命力。

肯尼亚一家服装公司的董事长马晓梅告诉记者，她在服装制造业深耕多年，现已注册更贴近肯尼亚当地市场的曹县汉服商标，并将其定位为节庆及舞台表演服饰。当地消费者默茜·马伊纳评价：“马面裙是一款能瞬间提升整体造型质感的单品，既可日常穿着，也适合出席剪彩仪式等正式场合，绝对百搭。”

巴西一家文化传媒公司的总经理陈翔广正与当地经销商探讨深度合作，计划将曹县马面裙与欧美奢侈品店在一个店铺同步展销，展现中国马面

李明认为，曹县马面裙的独特之处，在于它并非博物馆里仅供观赏的展品，而是一套“活”的时尚系统。

肯尼亚时装周特尼亚尔·约翰对此深有感触。她与曹县马面裙的缘分，始于一场偶然的社交媒体“刷屏”。“初次见到马面裙时，它看上去融合了多种文化元素。穿法也很特别，深受模特群体欢迎。”后来，她曾两度穿马面裙走秀，反响很好，“以后我还会继续穿”。

记者了解到，曹县目前已推出月华裙、凤尾裙等多款汉服款式，在色彩、纹样、图案等设计元素上积极融入国际语境，探索一条“文化+时尚+产业”的出海路径。

裙裾飞扬越山海

——中国马面裙何以出海“圈粉”

马面裙是汉服体系中极具代表性的形制，其特点为前后平整、两侧打褶，因裙门形似中国古城墙的“马面”设计而得名，也是现代汉服复兴浪潮中最受欢迎的品类之一。作为马面裙乃至整个汉服产业的重要地标，山东曹县的产业数据便是这一潮流最直观的注脚：曹县2025年汉服销售额突破130亿元，汉服企业超过2800家，汉服从业人员接近10万人，成为全球重要的汉服产销基地之一。

“从原创设计到裁剪打版、绣花印花，再到辅料供应、网络营销和售后服务，我们在方圆5公里内完成了全产业链覆盖。”曹县电子商务服务中心副主任刘霞说。

裙在全球服饰产业领域的独特魅力。

当产业触角逐渐深入全球的商业肌理，曹县马面裙也正在进入全球消费者的衣橱。莎拉·尼亚维拉是肯尼亚内罗毕一家旅行社的经理，自从在当地服装店购买一条曹县马面裙后，已多次身着马面裙出席活动。如今，她正计划着一个更大胆的尝试——让马面裙登上即将在当地举办的世界汽车拉力锦标赛。“这是一项极具影响力的活动，我们打算身着马面裙参与其中。”

意大利工业设计协会中国业务负责人李明说：“我第一次接触曹县马面裙，是在米兰一场汉服走秀上。裙摆上精密繁复的织金图案，与意大利高定的工艺细节竟有着奇妙的共鸣。”

“我们推出的不仅是普通汉服，更是一套从产业实践中生长出来的、可体验的文化推广方案。”山东省服装设计师协会会长周锦说。

2025年，曹县以马面裙为主的汉服销往日本、意大利、澳大利亚等32个国家和地区。目前，曹县正通过推广汉服走秀、成立海外汉服社等活动，不断提升曹县汉服的海外市场占有率。

当曹县马面裙在米兰的阳光下、内罗毕的校园里、里约热内卢的舞池中轻轻摇曳，它背后连接的，是一座中国县城以数字化和产业化方式，让世界看见东方美学的当代实践。

（据新华社济南/内罗毕电 记者刘铮、李卓群）



上图：老挝乌多姆赛省孟赛高级中学新落成的教学楼。

右图：孟赛高级中学的篮球场。球场顶棚采用中国产光伏玻璃，并在一侧栏杆上配有储能设备。

新华社记者 赵旭摄



中广核老挝北部互联互通清洁能源基地一期1000兆瓦光伏项目配套民生工程——孟赛高级中学建设与修缮项目近日建设完工。在现场，一座拥有十多间宽敞教室的三层现代化教学楼已然拔地而起，室内采光充足、设施齐全。原有教学主体建筑经过地面打磨、重新粉刷，以及更换全新课桌椅、电风扇和照明设施，显得整洁明亮。此次校园升级中，新建建筑顶棚全部采用中国生产的光伏玻璃，配套安装储能设备，有效降低学校用电等运营成本。

中企助力老挝中学焕新