

白酒工业旅游的多维价值开发策略与路径

——以泸州老窖智能包装中心为例

肖荣洋¹, 胡涛², 赵丙坤^{2*}

(1. 泸州职业技术学院 文旅学院, 四川 泸州 646000; 2. 泸州老窖股份有限公司, 四川 泸州 646000)

摘要:作为“文旅融合”背景下“产业+”模式的代表,白酒工业旅游结合产业技术展示、文化体验与休闲观光等功能,拥有较好的发展潜力。然而,当前该领域的发展却面临体验层次较浅、内容同质化等挑战。该研究以泸州老窖智能包装中心为例,通过分析其工业旅游资源的开发潜力,强调白酒工业旅游需突破传统模式,并深度挖掘其经济、文化、科技、教育等多维价值。同时,研究提出了品牌赋能与精准销售、科技互动与科普教育融合、文化挖掘与体验场景创新、产业延伸与协同发展、艺术赋能与审美提升的开发策略及措施,旨在推动其成为白酒企业品牌传播与价值提升的重要途径,为工业旅游高质量发展提供有益借鉴。

关键词:白酒工业旅游;多维价值;高质量发展;泸州老窖智能包装中心

中图分类号:TS971;F426.82

文章编号:0254-5071(2025)12-0303-07

doi:10.11882/j.issn.0254-5071.2025.12.043

引文格式:肖荣洋,胡涛,赵丙坤.白酒工业旅游的多维价值开发策略与路径——以泸州老窖智能包装中心为例[J].中国酿造,2025,44(12):303-309.

Strategies and pathways for the multidimensional value development of *Baijiu* industrial tourism: taking the Luzhou Laojiao Intelligent Packaging Center as an example

XIAO Rongyang¹, HU Tao², ZHAO Bingkun^{2*}

(1. College of Culture and Tourism, Luzhou Vocational and Technical College, Luzhou 646000, China;

2. Luzhou Laojiao Co., Ltd., Luzhou 646000, China)

Abstract: As a representative of "industry plus" model under the background of "cultural and tourism integration", *Baijiu* industrial tourism integrates industrial technology exhibition, cultural experience, leisure sightseeing, and other functions, demonstrating considerable development potential. However, its current development is confronted with challenges such as shallow experience level and content homogenization. In this study, taking the Luzhou Laojiao Intelligent Packaging Center as an example, its development potential as an industrial tourism resource was analyzed, the necessity for *Baijiu* industrial tourism to break through the traditional mode was emphasized, and its multidimensional value across economic, cultural, technological, and educational dimensions was deeply excavated. At same time, a series of development strategies and measures, including brand empowerment and targeted marketing, integration of technological interaction with science education, cultural excavation with experiential innovation, industrial extension with coordinated growth, and artistic enhancement with aesthetic value were proposed, aiming to promote it to become a vital channel for brand communication and value creation of *Baijiu* industrial tourism, and offer practical insights for the high-quality development of industrial tourism.

Key words: *Baijiu* industrial tourism; multidimensional value; high-quality development; Luzhou Laojiao Intelligent Packaging Center

工业旅游作为一种将工业生产过程、工厂环境、企业文化与旅游体验相结合的旅游业态,自20世纪50年代开始在法国兴起以来^[1],便展现出强大的生命力和发展潜力。工业旅游不仅有助于企业优化资源配置,实现工业资产的再利用,还能有效提升企业品牌知名度^[2],为企业开辟新的收入来源和客群接触渠道。近年来,随着经济结构的转型升级和旅游消费观的变迁,工业旅游正迎来前所未有的发展机遇。作为中国传统制造业的代表,白酒行业亦积极

投身于工业旅游的探索,并已形成一些颇具成效的理论和实践范例^[3-5]。然而,白酒工业旅游的价值实现并非易事,尽管一些白酒企业已开放其生产设施供游客参观,但行程往往停留在对制造基地、生产环境、自动化流程和先进技术的常规展示上^[6]。这种模式在挖掘文化内涵、创新互动方式以及深化品牌联结上尚显不足,导致游客参与感不强,难以形成持久的吸引力,阻碍了可持续商业模式的构建。在此背景下,如何深度挖掘并创新性地呈现白酒工业旅游所

收稿日期:2025-07-23

修回日期:2025-10-23

基金项目:四川省社科重点研究基地现代设计与文化研究中心2025年度项目(MD25B018);四川省社科重点研究基地区域文化研究中心2024年度项目(QYYJC2431)

作者简介:肖荣洋(1991-),男,助理研究员,博士,研究方向为旅游地理、旅游管理、旅游文化。

*通讯作者:赵丙坤(1979-),男,正高级工程师,本科,研究方向为白酒装备、智能化。

蕴含的价值,已成为行业亟待解决的关键议题。

作为中国浓香型白酒的代表企业之一,泸州老窖股份有限公司新近落成的智能包装中心既是现代化供应链的关键环节,也是展示其智能制造实力与品牌文化内涵的重要窗口。该中心深度集成了自动化、智能化及数字化技术,其先进设备、高效流程及整洁环境具备较好的观赏性与科普价值。本研究以泸州老窖智能包装中心为案例,深入剖析其工业旅游资源潜力,探讨新消费趋势下白酒工业旅游多维价值开发的可行路径与策略,旨在为白酒行业乃至更广泛的工业旅游领域提供理论和实践参考。

1 白酒工业旅游:机遇、挑战与转型

1.1 产业融合新机遇:白酒工业旅游的历史演进与契机

在消费与产业转型的时代浪潮下,工业旅游作为一种融合了工业文化、科技展示与旅游体验的新兴业态,近年来正逐渐崭露头角,成为旅游市场的新宠^[7]。中国工业体系完整,地域分布广,工业生产与景观丰富多样,这为发展工业旅游打下了坚实的物质基础^[8]。国家层面也出台了一系列政策文件,鼓励和支持工业旅游的发展,将其视为推动工业转型升级、促进消费和旅游业高质量发展的抓手^[9-11]。但同时,中国工业旅游的发展也面临多重挑战,相较于西方工业发达国家,中国工业旅游起步较晚^[8],导致发展基础相对薄弱,整体规模偏小。此外,产品结构较为单一,区域间发展水平存在显著不均衡^[12]。这些因素共同导致工业旅游在国内旅游产业总价值中的占比不足5%,与全球平均超过10%的水平相比,尚存明显差距^[8]。

白酒工业旅游的起步时间与国内工业旅游的整体发展基本同步,可追溯至20世纪90年代。当时仅有少数具备相当实力的酒企建造了酒文化博物馆或展览馆,以贵州酒文化博物馆、山西汾酒博物馆等为代表。这些早期设施的主要功能在于满足政府接待的需求或是为行业内企业间的经验交流提供场所,形式及内容较为单一,且通常不对普通游客开放,这构成了白酒工业旅游的早期形态^[13]。2000年以后,随着工业旅游步入政府规范化管理时期^[14],白酒工业旅游的内涵得以丰富,体验形式从静态的“博物馆参观”拓展至动态的“工厂游”,工厂环境也因旅游开发的需求而改善,趋向“花园工厂”的样貌(如郎酒庄园、泸州老窖国宝窖池等)^[13]。而近几年来,国内旅游消费正经历深刻变革,消费者需求从物质层面转向精神层面,旅游方式也从被动接受演变为主动体验,深度参与和沉浸式感受成为新追求。加上当前经济调整、消费回归理性、市场竞争内卷加剧等多重因素叠加影响,白酒行业自身也正经历着深刻的变革^[15]。为突破重围,许多白酒企业开始寻求差异化竞争路径。特别在国家大力推进“文旅融合”的宏观背景下^[16],产业融合已成为新时期产业升级、转型和发展的必然趋势^[17]。白酒工业旅游作为“产业+”模式的典型代表,其本身结合了产业技术展示、文化体验与休闲观光等功能,具有较好的发展潜力。

1.2 价值实现的困境:白酒工业旅游的现实挑战

当前白酒行业的内涵和外延不断丰富,从最初以农业为基础,到经历工业化的洗礼,进而拓展至服务领域,并逐渐变为融合文化创意价值的现代产业形态^[18]。尽管前景广阔,但就当前白酒工业旅游有限的探索而言,无论是企业层面还是主管部门,正逐渐陷入同质化严重、体验层次较浅、经济效益不高的困境^[9],具体表现为:

(1)价值认知单一,开发层次浅。许多白酒企业对工业旅游的价值理解还停留在展示形象、增加收入等较为浅层的层面,未能充分认识到其蕴含的文化、教育、社会等价值。在实际开发中,大多侧重于简单的参观游览,缺乏深度体验项目和互动环节,导致游客获得感不强,旅游吸引力不足。

(2)内容同质化严重,缺乏特色。白酒工业旅游的核心内容——酿酒工艺、灌装包装,在不同酒企的游览安排中高度相似,多局限于参观窖池、生产车间及品酒活动。这种单一化的行程设计,既无法带给游客深刻体验,也难以体现其潜在价值。不少企业在讲解内容、展示方式及互动设计上相互模仿,缺乏对自身文化、工艺、历史与科技等独特资源的深度挖掘与个性化呈现,导致游客体验趋同,难以形成鲜明的品牌记忆点。

(3)体验设计不足,互动性差。白酒工业旅游不仅仅是“看”,更应该是“体验”。然而,当前许多项目在体验设计上投入不足,游客多以被动接收信息为主,缺乏参与感和互动性。如品酒环节往往流于形式,缺乏专业的引导和讲解;对于酿酒过程的参与,也多限于象征性的“踩曲”等简单活动,这种“走马观花”式的体验,难以激发游客的深层兴趣和情感共鸣。

(4)科技融合不够,智慧化水平低。当前白酒工业旅游项目仍以传统参观模式为主导,未能充分整合人工智能、大数据、虚拟现实等现代科技手段,以提升游览体验的趣味性、互动性及信息传递效能。如运用全息投影技术模拟古代酿酒场景,或直观解析复杂设备原理,此类创新应用在白酒工业旅游领域尚未得到广泛推广。

(5)品牌融合不深,营销效果有限。工业旅游是品牌营销的重要阵地,但许多白酒企业未能将工业旅游与品牌建设、产品销售有机结合。游客参观结束后,往往感觉与品牌之间的距离依然遥远,未能产生强烈的购买意愿或品牌认同感,使其营销功能未能得到充分发挥。

(6)管理运营粗放,专业人才匮乏。工业旅游横跨管理、营销、旅游等多领域,对运营团队专业能力要求较高。然而,许多白酒企业缺乏专业规划,运营模式粗放,人员培训不足,难以提供高质量服务。特别是既懂白酒、管理又懂旅游的复合型人才稀缺,严重制约了行业的高质量发展。

上述问题相互交织,共同限制了白酒工业旅游价值的有效实现,直接导致其在满足游客多元化需求、助力企业拓展增长空间等方面的潜力未能充分释放。

1.3 破局之路:多维价值开发的必然性

当今时代,游客对旅游体验的要求愈发多元,其不再满足于传统的观光游览,更倾向于在旅途中沉浸式地感受文化的独特魅力^[9]。同时,在中国工业旅游的演进过程中,文化感、体验感正成为其重要组成部分^[20]。特别是年轻消费群体,其需求已从视觉满足扩展至知识获取、情感共鸣、社交分享等多重层面。因此,发掘并系统整合白酒工业旅游的经济、科技、文化、教育及社会等价值,构建层次丰富、体验立体的产品体系,已成为白酒企业的战略要务。工业旅游的多维价值的开发,将推动白酒企业向“制造+服务”复合模式转型,提升品牌附加值与核心竞争力。如通过展示前沿的科技创新与智能制造实力,可以凸显其科技价值;通过深入挖掘并传承历史文化底蕴,能够巩固企业的文化根基;而开展寓教于乐的科普活动,则有助于增进公众对白酒行业的理解与认知等。可以说,多维价值挖掘是白酒工业旅游实现高质量发展的内在要求,它促使企业摆脱同质化竞争,迈向精细化、特色化发展。

2 泸州老窖智能包装中心的工业旅游多维价值开发

工业旅游是现代旅游产业的重要组成部分,其宗旨在于保护工业遗产、整合工业资源、彰显工业文明,并依托多样化的工业形态以提升企业综合效益^[2]。近年来,泸州老窖股份有限公司在白酒智能制造领域取得重大突破。其自主研发的智能包装生产线打破了国外技术垄断,更助力企业建成了国内首个集包装、仓储、物流于一体的白酒智能包装中心,并荣膺行业首家国家级“智能制造标杆企业”^[21]。然而,相较于斐然的智能化成果,国内对融入前沿科技的

白酒工业旅游价值开发,其实践与理论探索均显滞后。因此,研究选取泸州老窖智能包装中心这一兼具前瞻性与代表性的案例开展研究,将为传统白酒企业在智能化转型中探索工业旅游新范式提供参考。

2.1 泸州老窖智能包装中心概况

泸州老窖股份有限公司自2015年起,便确立了打造“智慧工厂”的战略布局,旨在推动白酒酿造、包装、仓储的全链条智能化升级。位于四川泸州黄舣镇白酒产业园区的智能包装中心(图1),正是这一布局中的关键组成部分。该中心于2019年11月动工,总投资21.36亿元,占地20.27万m²,于2024年1月建成并投入试生产。中心整合了包材立体仓储、智能灌装生产、智慧物流及供应链调度四大功能。通过部署智能设备与人工智能算法,并运用计划、生产、供应商、仓储、物流、车辆调度六大信息系统,实现了从灌装到仓储的全自动运行,为智能化生产提供了坚实保障。从目前投产运行来看,该中心呈现出以下特点:

高度自动化与智能化:机器人手臂执行抓取、搬运、码垛;传送带系统保障物料流转;传感器实时监控设备与产品质量,数据上传中央控制系统。自动化减少操作人员,生产效率提升两倍,运营成本降低70%,人员工作转向设备监控、维护及参数优化。

生产效率显著跃升:配备5条高速灌装生产线,平均速度15 000瓶/h;拥有2万个包材、12万个成品立体库货位;年包装能力10万t,成品储存量超500万件;包装及仓储产能较传统模式提升100%,促进资源高效配置与精益管理。

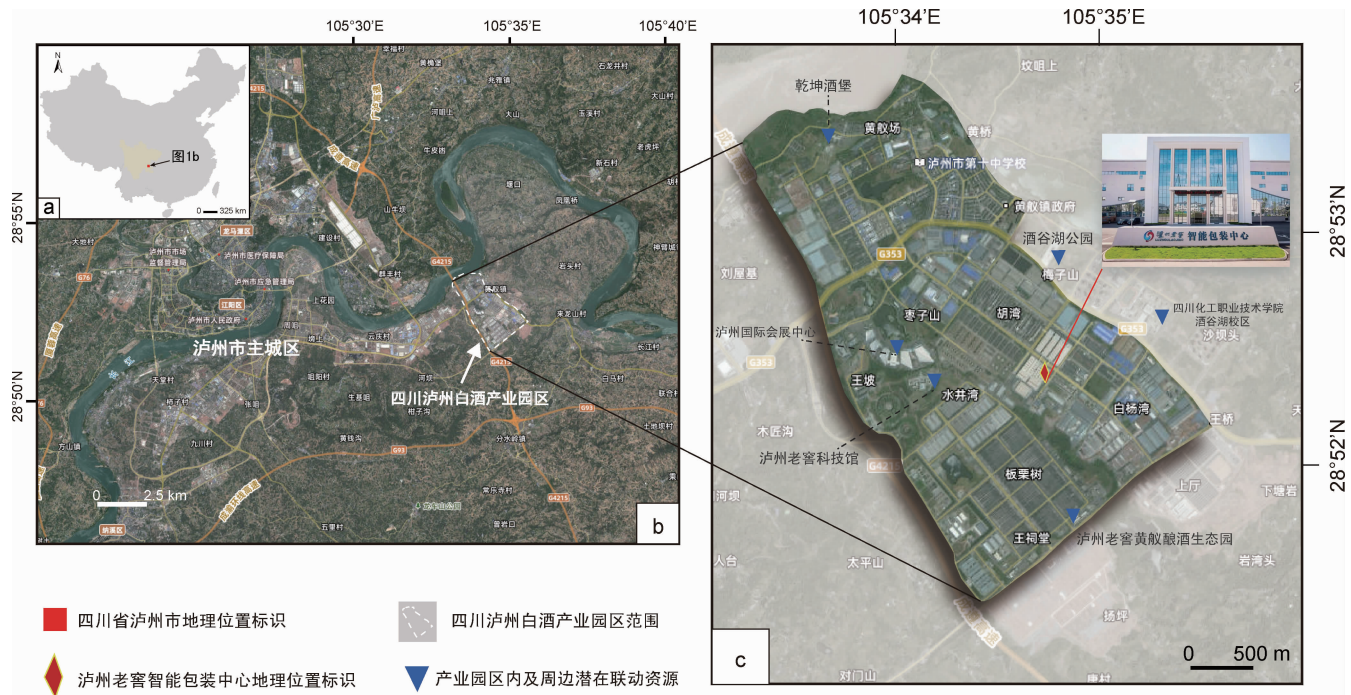


图1 四川泸州白酒产业园区及泸州老窖智能包装中心地理区位图

Fig. 1 Geographic location chart of the Luzhou Baijiu Industrial Park and the Luzhou Laojiao Intelligent Packaging Center in Sichuan

产品质量稳定可靠;融合大数据与人工智能技术,配置多台智能在线检测设备,覆盖全流程46个关键质量检测点、160余项指标。运用二进制对象(binary large object, BLOB)分析、光学字符识别(optical character recognition, OCR)等技术进行精密检测,实现99.5%缺陷检出率、100%缺陷剔除率,产品不良率降低超67%。

坚持自主创新驱动:与上百家企业和研究机构合作,吸收前沿创新成果;累计申报86项发明专利、32项实用新型专利、2项外观设计专利,实现核心设备国产化,于2024年被工业和信息化部授予白酒行业首家“智能制造标杆企业”^[21]。

2.2 开发条件研判:内在禀赋、运营短板、外部机遇与潜在挑战

工业旅游项目的成功开展依赖于硬件设备、环境条件、历史资源、安全保障、交通运输、配套服务设施等多方面要素的支撑^[22]。为系统评估泸州老窖智能包装中心开发工业旅游的可行性,研究结合态势分析法,将项目开发所面临的基础条件与外部环境,归纳为内在禀赋、运营短板、外部机遇、潜在挑战四个维度,旨在全面把握其发展情况与未来走向,为制定科学合理的开发策略提供依据。

内在禀赋。一是品牌影响力构成初始吸引力。作为中国白酒行业标杆之一,泸州老窖凭借“浓香鼻祖”、“酒中泰斗”的行业地位与深厚历史,积累了较好的品牌资产,通过品牌背书效应降低市场推广成本,为初期客源积累提供支撑。二是领先的生产智能化水平形成独特竞争优势。中心高度自动化、信息化的生产线代表白酒包装行业前沿,对年轻群体和科技爱好者具有吸引力。三是强大的企业资源整合与投入能力。作为大型国有控股上市公司,泸州老窖拥有雄厚资金实力、完善人才体系及丰富管理经验,能够承担较高初期投入用于旅游化改造、体验设施建设及专业人才培养;四是良好的地理位置及周边资源。中心坐落于四川泸州白酒产业园区内,地处泸州主城区东侧,紧邻长江水道与城市主干道(图1),有19条公交线路覆盖^[23],交通便利。该区域已汇聚泸州国际会展中心、泸州老窖黄舫酿酒生态园、泸州老窖科技馆、泸州老窖乾坤酒堡、酒谷湖公园等多元资源(图1c),形成丰富的工业旅游及教育配套,为规模化运营创造良好空间条件。

运营短板。一是主题单一带来体验局限性。智能包装中心核心功能在于产品包装,展示内容主要围绕自动化设备、标准化流程等工业生产要素,主题相对集中。在泸州老窖品牌叙事中,包装环节的故事分量较酿酒、储藏等核心环节为轻,若叙事未能有效衔接,游客可能仅留下“现代化工厂流水线”的表层印象。二是体验互动性潜在不足。高度智能化生产线减少了游客直接参与、深度互动的机会,游览过程可能沦为走马观花,难以获得沉浸式体验。三是生产环境与安全要求的制约。作为正常运转的生产基地,环境条件及安全规定限制了游客自由探索和舒适体验的空间,

需在保障生产安全与运营秩序前提下优化游客动线,提升环境舒适度。四是投入与日常运营压力。将生产车间改造为工业旅游目的地需初期资金投入,日常运营维护、安全保障、营销推广等也需要持续成本支出,企业需审慎评估预期收益与投入成本。

外部机遇。一是品牌年轻化战略提供契机。智能包装中心这类科技感项目为品牌接触年轻群体、传递与时俱进形象提供平台,通过设计年轻化体验活动、加强社交媒体互动可助力品牌年轻化战略。二是跨界融合与知识产权(intellectual property, IP)打造创造空间。工业旅游可寻求与文创、教育、娱乐、艺术等领域跨界合作,打造独特旅游IP,提升综合吸引力与附加值。三是科技传播与科普教育需求增长拓展功能与客源。在国家推动“科技强国”战略背景下^[24],公众对科技兴趣提升,智能包装中心作为现代工业科技应用载体具备科普教育潜力。

潜在挑战。一是市场竞争日趋激烈。越来越多酒企布局工业旅游,同类产品供给增加可能导致同质化竞争,若缺乏独特核心吸引力与差异化定位,可能面临客源分流、价格竞争压力;二是游客期望提升带来创新压力。旅游市场发展使游客体验阈值提升,传统模式难以满足多元化需求,若不能持续创新推出新颖体验项目,将导致游客满意度下降;三是专业人才短缺成发展瓶颈。白酒工业旅游运营需要既熟悉旅游市场规律又理解白酒产业特性、文化内涵及生产技术的复合型人才,目前兼具白酒文化底蕴与工业技术理解力的旅游人才相对稀缺,限制体验质量提升;四是舆情与口碑管理挑战严峻。社交媒体时代游客体验感受可迅速传播,负面评价可能对项目声誉造成损害;五是安全与环保风险不容忽视。作为生产企业,安全与环保是底线,任何事故或问题都可能引发游客信任危机和客源流失。

2.3 工业旅游资源潜力

调研表明,泸州老窖智能包装中心展现出较好的工业旅游开发潜力。其旅游资源不仅源于现代化生产设施的直观吸引力,还在于其蕴含的未挖掘价值及复合型开发潜力,泸州老窖智能包装中心旅游开发潜力及蕴含的多维价值见图2。

由图2具体展现:

前沿科技展示与科普教育的窗口。中心应用的自动化、智能化技术(如高精度视觉检测系统、伺服驱动精密传动装置、全线覆盖的工业物联网平台等)代表了白酒包装行业先进水平,构成生动的工业科技展示窗口。如游客通过观看机器视觉系统以超越人眼的精度和速度识别标签偏差、瓶盖瑕疵,可直观理解现代技术如何提升传统企业生产效率。这种“眼见为实”的体验将抽象的“智能制造”概念具体化,其说服力远超口头宣传。

现代工业美学体验的载体。中心内部高度洁净、秩序井然的工作场景与传统酒厂景象形成强烈反差;高速运转

的自动化设备如同精密的工业心脏,协作机器人手臂精准高效地完成抓取、放置任务,物料在智能导引下有序流动。这种视觉冲击力对初次接触此类场景的游客,尤其是年轻群体和科技爱好者,具有天然吸引力。

企业文化与品牌形象展示的平台。作为泸州老窖现代化形象的代表,中心整洁的环境、高效的运作及先进技术的应用,向参观者传递老字号品牌坚守传统并拥抱现代科技的理念。游客可观察从空瓶清洗消毒、精准灌装、封口、贴标至自动化装箱、码垛的完整生产流程。生产全过程的透明化增强了游客对产品品质的信心,促使其形成全面、立体的品牌认知。

营销活动的天然场所。中心作为白酒包装现代化前沿,提供了独特的品牌体验空间。当游客步入其中,亲眼目睹熟知的白酒产品系列,历经一道道精密且高效的工序,最终被精心包装、赋予市场化的视觉形象时,这种直观的视觉冲击与生产过程的感知创造了自然的产品接触点,为后续的产品销售奠定了情感基础。

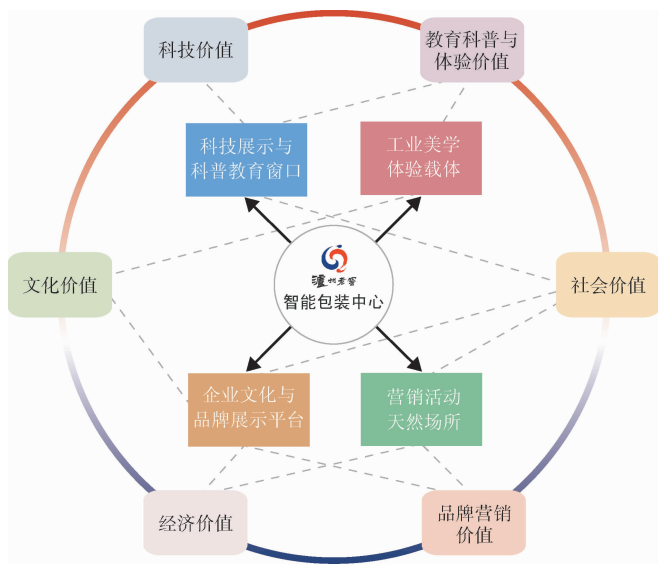


图2 泸州老窖智能包装中心旅游开发潜力及蕴含的多维价值
Fig. 2 Tourism development potential and embedded multidimensional values of the Luzhou Laojiao Intelligent Packaging Center

2.4 多维价值开发策略与实施路径

2.4.1 白酒工业旅游的多维价值挖掘

经济价值。首先,在直接经济价值方面,除门票收入外,企业依托旅游场景销售特色产品实现增值,尤其是限量版、定制版或纪念意义包装的产品能获得显著溢价;其次,工业旅游的间接经济价值亦不容忽视。其不仅能带动周边餐饮、住宿、交通、物流及零售等相关产业的协同发展,还能提升了企业品牌知名度与美誉度。智能包装中心本身就是一种高效的广告载体。通过吸引国内外游客前来参观,将企业现代化、高品质的生产形象直观地展示给公众。这些游

客随后便可能成为潜在的口碑传播者,将这种积极印象扩散至更广范围,从而对整体销售产生长效拉动作用。

科技价值。智能包装中心的特色在于其高度集成与智能化的包装运输体系,该体系不仅大幅提升了生产效率,也是展示“中国智造”先进技术的重要平台,其科技价值主要体现在两点:①有助于重塑白酒企业的社会公众形象,通过展现创新活力与高质量发展态势,打破公众对白酒行业传统守旧、运营效率低下及信息不透明的固有认知偏差,引导公众形成科学、客观的认识。②通过直观展示前沿科技,契合当代游客特别是年轻群体对“黑科技”的兴趣与探索热情,依托互动体验环节提升参观趣味与知识获得感,使智能制造技术具体可感。

文化价值。泸州老窖拥有“浓香鼻祖,酒中泰斗”的美誉,其“天地同酿,人间共生”的企业哲学,连同“国窖1573”明代窖池群等文物,都是企业传承的核心要素。智能包装中心虽聚焦于灌装、包装、仓储环节,但它并非与历史割裂,同时也承载并传递着特定的文化价值,这主要体现在:中心作为泸州老窖整体品牌形象的一部分,其存在本身就是对品牌悠久历史与持续创新能力的双重印证,其先进的自动化技术,在提升生产效率的同时,也象征着传统产业与现代科技融合发展的时代特征,这本身就是一种文化现象,即传统工匠精神在现代工业体系中的延伸与表达。中心可以通过空间布局、设备陈列、体验活动及视觉元素向参观者诉说品牌文化故事,让游客直观感受传统品牌如何在坚守核心价值的同时拥抱前沿技术,从而实现文化层面的互动与价值认同。

教育科普与体验价值。智能包装中心的教育科普价值主要体现在两个方面:①借助多媒体、图文展板和专业讲解,游客可系统了解白酒的分类、酿造原料、发酵原理、蒸馏工艺及包装材料选择与运输等内容。②游客可以近距离观察自动化生产线的运行机制、机器人的精准作业、传感器的质量检测过程,以及大数据在生产流程管理中的应用等。这对工业知识相对薄弱的普通访客,特别是青少年与大学生群体而言,形成了生动而有效的启蒙教育。体验价值则呈现出多元和感性的特征:视觉上,现代化厂房布局、高效流畅的生产线及整洁有序的环境构成工业美学享受;听觉上,机器规律运转声、流水线传送声辅以生动解说营造独特氛围;嗅觉上,在灌装区、品鉴区等特定区域可闻到浓香型白酒特有的醇厚香气;味觉体验通过品鉴不同风味和年份的产品,让游客切身感受白酒复杂的口感层次;触觉上,游客可亲手触摸不同材质的酒瓶与外包装,直观感受包装设计质感。这种多感官沉浸式体验共同构筑了独特的“白酒体验”认知。

社会价值。中心开展工业旅游,不仅能够展示现代化的工艺水平,也是企业履行社会责任、提升社会形象的重要途径。其社会价值主要体现在:①工业旅游将直接催生

了新的就业岗位,涵盖参观引导、安保秩序维护等配套服务等,为当地居民提供了收入来源。②作为现代化工业旅游示范点,吸引外部游客带动周边餐饮、住宿等服务业发展,为区域经济注入活力。③搭建了企业与公众直接沟通的桥梁。通过开放参观让游客了解包装流程、生产标准、环保措施及社会责任,有利于消除信息不对称并提升公众信任度。④建立了一个收集市场信息、洞察消费者需求的渠道,为后续产品创新、工艺优化及营销调整提供依据。⑤工业旅游也是企业参与社区建设、履行社会责任的方式。通过组织各种社群活动,能增进企业与本地居民的情感联系,有助于企业树立良好的当地形象。

品牌营销价值。品牌营销价值主要体现在三个方面:①高度自动化与智能化的生产场景展现了品牌拥抱科技、追求卓越的品牌理念。游客在实地参观中能够直观感知企业的技术实力与品质保障,相较于传统广告传播,这种身临其境的体验更有助于构建全面、真实、立体的品牌形象。②游客通过深入了解产品的生产工艺、技术研发及企业文化,得以从“旁观者”转变为“参与者”。这种双向互动打破了传统营销中信息单向传递的局限,增强了参与感与认同感。③工业旅游是激发口碑传播、放大品牌影响力的有效途径。游客基于真实体验的分享,在当前社交媒体的助推下,极易形成裂变式扩散,让品牌曝光度得到快速提升。

2.4.2 配套策略及实施路径

传统的工业旅游模式往往将工厂和生产过程进行机械化的展示,这种单向输出的方式难以激发游客深层次的好奇心与探索欲^[9],无法实现与工业生产活动的深度共鸣。鉴于此,亟需对白酒工业旅游产品进行系统性重构,摒弃单一、被动的参观模式,构建能够激发游客参与感、强化体验感、并建立情感连接的旅游产品体系。基于这一认识,并结合智能包装中心实际情况,提出以下策略及对应方案:

品牌赋能与精准营销策略。依托泸州老窖深厚的品牌积淀,将智能包装中心定位为品牌体验与价值传递的重要场域。具体而言,可推出个性化定制服务,如邀请游客参与设计专属包装,并现场见证其创意通过高速印刷、激光雕刻等工序即时呈现于产品。同时,可在中心内设立专属零售终端,独家发售限定系列白酒,通过精准的饥饿营销策略,有效提升购买转化率。围绕白酒工业旅游,还可开发结合中心特色的衍生品,如文创产品、食品类伴手礼等,以此丰富游客体验并拓展销售场景。推广策略方面,充分利用新媒体传播优势,制作高质量内容精准触达核心消费人群,通过互动分享提升曝光度。此外,定期举办主题开放日、科技体验节等活动,借助媒体报道与网络直播扩大影响力,进一步强化品牌形象与社会认知度。

科技互动与科普教育融合策略。该策略旨在充分利用智能包装中心在工业4.0背景下的科技优势,通过挖掘其科技体验、教育科普及社会价值,打造面向公众特别是青少

年和大学生群体的“未来工厂”科普教育和产教融合基地。具体实施中,需要系统梳理包装、运输流程中的科技亮点,如高速自动化生产线、机器人协同作业、智能质量追溯系统等具体技术。在此基础上,设计兼具教育性与趣味性的互动体验环节。如推出“包装线模拟操作”项目,让游客亲手体验控制流程;推出“质量检测原理演示”项目,通过互动装置揭示精密检测背后的科学原理等,使游客直观理解现代工业生产逻辑,感受泸州老窖在传承传统酿造技艺的同时,如何运用前沿科技保障产品品质与效率。同时,通过大数据分析游客行为与偏好,精准把握不同群体的兴趣点与体验需求,并据此动态优化旅游产品,例如调整展示重点、增设热门互动项目等。此外,针对大学生群体,可与高校相关专业合作开发定制化研学课程,将泸州老窖深厚的白酒文化、先进的包装科技及严格的质量管理体系有机融入教学,并结合包装中心实际情况开展实践教学,帮助学生在实践中深化理论认知,推动产教深度融合。

文化挖掘与体验场景创新策略。该策略的核心在于深度挖掘并活化利用白酒工业旅游中蕴含的地域文化、产业文化和企业文化内涵,并将其有机融入工业旅游的体验场景之中。具体实施时,需在空间布局规划、展陈内容设计以及专业讲解等多个维度,巧妙地渗透泸州老窖的酿酒历史故事、独特酿造技艺及其蕴含的酒文化哲学思想。如可在包装中心内部或邻近区域设置文化融合展示空间,陈列历史老照片、传统酿酒工具模型及酒文化艺术精品,或运用虚拟现实、增强现实、全息投影等技术,重现包装工艺随时代发展的历史变迁过程,营造现代科技与传统文化的对话氛围。结合包装中心生产的酒品,通过讲解员介绍其独特的酿造工艺与窖池历史,加深访客对产品的认知。在此基础上,进一步设计能够让游客深度参与的文化创意活动,如“包装创意设计大赛”、“酒文化知识趣味问答”等,使工业旅游体验不仅充满科技感,更富有历史厚度与文化温度。此外,还可以开发融合科技元素与文化符号的文创产品,如纪念徽章、钥匙链、模型及文具饰品等,实现文化传承、经济价值与品牌营销的多元统一。

产业链延伸与协同发展策略。该策略着眼于打破工业旅游的单一功能定位,探索与泸州老窖现有产业链条的联动,实现价值链的延伸与增值。具体实施上,首先应强化智能包装中心与产业园区内其他关键节点的无缝连接,如将其与泸州老窖黄舣酿酒生态园、乾坤酒堡、泸州老窖科技馆、酒谷湖公园等场景有效串联起来(图1c)。在此基础上,精心设计并推出覆盖从酿造发酵、陈酿勾调、灌装包装到成品展示全流程的工业旅游线路,让游客能够系统、直观地了解白酒从源头到终端的完整产业链条,满足其对白酒生产过程的求知与探索需求。此外,在智能包装中心内部及周边区域,可审慎规划引入主题餐厅、文创商店、体验工坊等多元业态,探索“旅游+”商业融合发展的创新模式,

以直接带动相关消费增长。同时,还可以积极拓展外部合作网络,例如与国内外设计机构、艺术工作室、相关高校等建立合作关系,开发基于智能包装中心IP的联名衍生品,并联合主办包装创意设计大赛、工业美学论坛等具有广泛影响力的节庆或主题活动。通过构建一个开放共享、协同高效的旅游生态系统,进一步提升项目的整体社会影响力、经济效益及品牌附加值。

艺术赋能与审美体验提升策略。在布局科技互动、文化挖掘、产业链延伸及品牌营销策略时,引入“艺术赋能”策略,以进一步提升工业旅游的审美层次与情感共鸣。此策略的核心在于将艺术元素、审美理念深度融入智能包装中心的旅游体验中,打破工业场所固有的刻板印象,营造富有创意和美感的空间氛围。具体实施可从以下几个方面开展:首先,在空间布局与视觉设计上注入艺术元素。可邀请视觉设计工作室参与中心的整体色彩规划,选用既与包装中心视觉体系相协调,又能彰显现代工业美学的色彩方案,并将其巧妙应用于建筑外观、墙面、管道、设备围挡等界面,通过统一视觉基调,赋予空间鲜明的个性和秩序感;其次,设计能代表中心特色的专属Logo,并确保其在各区域得到展示,同时又能巧妙融入整体环境,使其成为环境设计语言的一部分;再者,构思一个兼具故事性与亲和力的吉祥物形象,通过将该形象应用于导览指示、互动体验、文创产品及空间装饰等环节,以生动有趣的方式缩短与游客的心理距离。此外,还可与艺术家、艺术学校、文创公司等建立合作,将中心转化为艺术实践与灵感激发的平台,不仅能提升游客的审美体验,也将潜移默化地塑造智能包装中心的文化格调与艺术形象,为其工业旅游项目赢得独特竞争优势。

3 结语

以泸州老窖智能包装中心为案例,研究智能制造等现代工业设施在白酒工业旅游开发中的重要潜力。作为白酒行业首家国家级智能制造标杆企业,该中心已突破传统生产车间的单一功能定位,带动上下游产业链数字化、智能化发展,充分发挥龙头示范效应,具有极大的经济增值、科技示范、文化传承、科普教育及品牌传播等多重价值;加上园区管委会的有效引导,泸州老窖企业在创新驱动、精细化运营、资源整合及体验设计等方面的系统性思考,提出了多维价值挖掘的开发策略与路径,不仅可为该中心未来的工业旅游发展提供直接指导,也能为同类工业资源的活化利用及白酒工业旅游高质量发展提供理论借鉴。

参考文献:

- [1] 丁枢. 我国工业旅游发展历程、特点及开发模式[J]. 财贸经济, 2005(5): 92-94.
- [2] 王国华. 论推进工业旅游产业发展的理念、路径与措施[J]. 北京联合大学学报(人文社会科学版), 2019, 17(1): 47-54.
- [3] 刘姗, 吴红梅. 白酒企业工业旅游开发研究——以贵州茅台酒厂为例[J]. 酿酒科技, 2013(10): 109-113.
- [4] 孟宝. 白酒文化主题工业旅游产品的开发研究——以宜宾市为例[J]. 江苏商论, 2011(5): 131-133.
- [5] 沈毅, 王西, 张亚东, 等. 庄园模式在推动白酒国际化进程中的运用研究[J]. 酿酒科技, 2023(3): 134-137.
- [6] 宋宝莉, 王豪, 王琳钰, 等. 白酒产业酒旅融合: 价值、困境及出路[J]. 中国酿造, 2024, 43(11): 259-262.
- [7] 创意广州. “工厂+旅游”, 工业遗存的空间蝶变、业态焕新、体验升级与协同共创[EB/OL]. (2025-07-02). https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA5MzEwNTYyNw==&mid=2652965683&idx=5&sn=b2ad1d4692b8194c98b6e561fd0d33b&chksm=8acdd13f14f813497e3872d391071092d699543ffeb8c77a5223b73eb5b35be04cb24138dd8e&scene=27.
- [8] 中国质量新闻网. 工厂成景点 警惕昙花现[EB/OL]. (2025-06-30). https://www.cqn.com.cn/zgzb/content/2025-06/30/content_9111856.htm.
- [9] 中华人民共和国工业和信息化部. 推进工业文化发展实施方案(2021-2025年)[EB/OL]. (2021-06-04). https://wap.miit.gov.cn/cms_files/file-manager/1226211233/attach/20216/e1b14185944445d6a3622d5b0ac85b2e.pdf.
- [10] 中国政府网. 国务院办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见[EB/OL]. (2022-04-25). https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2022-04/25/content_5687079.htm.
- [11] 中国政府网. 关于进一步培育新增长点 繁荣文化和旅游消费的若干措施[EB/OL]. (2025-01-09). https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202501/content_6998239.htm.
- [12] 李玉, 石永程. 工业旅游的人文特点、开展条件与路径划分[J]. 南京理工大学学报(社会科学版), 2020, 33(5): 26-32.
- [13] 卜建东, 鄢广平. 中国白酒旅游的时空演变与动力机制分析[J]. 中国酿造, 2023, 42(3): 246-250.
- [14] 刘姗, 吴红梅. 白酒企业工业旅游开发研究——以贵州茅台酒厂为例[J]. 酿酒科技, 2013(10): 109-113.
- [15] 郑惠丹. 白酒企业发展工业旅游的路径分析——以某白酒企业为例[J]. 中国市场, 2025(7): 37-40.
- [16] 中国政府网. 国务院关于印发“十四五”旅游业发展规划的通知[EB/OL]. (2021-12-22). https://www.gov.cn/zhengce/content/2022-01/20/content_5669468.htm.
- [17] 卜建东. 中国白酒旅游研究综述及展望[J]. 中国酿造, 2019, 38(10): 193-196.
- [18] 王莉琴. 文创视阈下的川酒品牌及川酒文化的视觉化设计[J]. 中国酿造, 2024, 43(10): 283-287.
- [19] 宋子千, 崔昕. 艺术与旅游融合发展的时代观察[C]//中国旅游研究院. 中国旅游评论(2024年第三辑). 北京: 旅游教育出版社, 2024: 110-118.
- [20] 刘洋, 王佳慧. 工业旅游文创产品设计探析——以首钢园区为例[J]. 包装工程, 2022, 43(24): 294-301.
- [21] 中国新闻周刊. 解锁智造密码: 白酒行业首家智能制造标杆企业的破题之道[EB/OL]. (2025-08-04). <https://www.inewsweek.cn/observe/2025-08-04/26178.shtml>.
- [22] 唐文龙, 魏滨生, 曾蓓, 等. 张裕瑞那城堡酒庄工业旅游开发路径分析[J]. 中外葡萄与葡萄酒, 2022(2): 80-85.
- [23] 四川在线. 泸州公交开专线、增运力助力酒博会[EB/OL]. (2025-03-24). <https://luzhou.scol.com.cn/jt/202503/82932645.html>.
- [24] 郭旭红, 李一凡. 新中国成立以来中国科技自主发展的历史进程与经验启示[J]. 学习与实践, 2023(3): 63-71.
- [25] XIN L Q, QIAO G H, SONG H Q, et al. Gamification innovation: understanding industrial tourism products and tourist response[J]. *Asia Pac J Tourism Res*, 2023, 28(3): 274-291.