

“美食打卡”推动小吃行业规模扩大,特色购物为鞋服企业、文创产业带来机遇,研学内容也随着旅游市场的成熟愈加丰富,全域全城联动——

## “文旅+”引爆多产业

泉州文旅经济蓬勃发展,市场消费能力和消费品质显著提升,旅游模式渐从单纯观光向多元化、体验化转变,陶瓷、香、漆线雕、鞋服等更具本土特色的产品,激发了游客的消费热情。

文旅+商业、文旅+工业、古城+县城……全城全城联动,“文旅+”引爆多产业。

□融媒体记者 魏婧琳/文 受访者/供图

### 1 面线糊销量大增 面线厂加大转型升级

清晨的阳光照进市区水门巷,巷子里人头攒动,炸物摊、水煎包、石花膏等美味琳琅满目,水门国仔面线糊店门口已有游客开始排队。一碗面线糊清汤加上各式各样的配料,泉州美味带给了外地游客不一样的味蕾体验。

30多年前,老板谢锡国在水门巷21号开了第一家“水门国仔面线糊”,至今已有三家店。在他看来,泉州旅游业的蓬勃发展,为地方小吃带来巨大的机遇。“现在备货是过去的三至五倍。往年大年初一到初七是旅游黄金期,现在从农历十二月到新年的元宵节



### 2 工业旅游更火 源头好货卖得更好

去晋江探寻“品牌之都”魅力,是不少来泉游客的旅游目的之一。企业借力文旅开启创收新模式,特别是纺织鞋服工业游迎来“开门红”。

“游客们来了都是满载而归。”七匹狼男装博物馆推出了系列暖心服务和优惠措施,开展“游男博,赏龙服”工业旅游精品线路,推出手创体验活动,深受游客的喜爱。七匹狼工业园负责人周先生表示:“我们抓住获评国家工业旅游示范基地契机,加强工业旅游宣传,挖掘工业的特色和IP元素,打造晋江工业旅游新名片。”

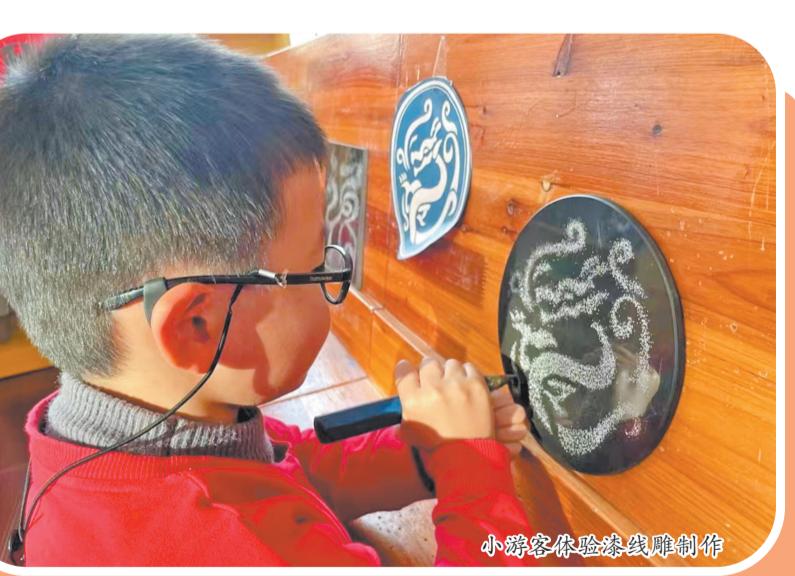
“工业旅游宣传成效显著,不仅提升了企业的知名度和美誉度,也为企业带来了可观的效益。”晋江市委宣传部工作人员王玉凤表示,工业旅游的发展模式逐渐从单一的观光向多元化、体验化转变,带来了产品的消费热潮。晋江依托安踏、特步、361度、劲霸男装、柒牌、七匹狼等众多名企,打造利郎创意园周边(长兴路)和晋江经济开发区(欣鑫路)两条“晋江市工业旅游品牌街”,将工业游转化为城市新名片,为游客带来独特的假日旅游体验。

泉州多地挖掘工业旅游资源,观光工厂迎来四方游客,人气火爆,相关产业迎来了新的发展机遇。近期,晋江举办“探工业

选择直播带货等电商线上销售方式,拓宽销售渠道。如今,泉州小吃的名号打出去了,来永春旅游的游客也喜欢选择面线作为伴手礼,面线虽小却能做成大产业。”

同在蓬壶镇的永春伟发面线厂制面机器每天从早开到晚,“厂里三十多个工人,每天制作一二吨的面线,基本都能卖掉,有时候供不应求。”该厂负责人黄全枝喜上眉梢。

面线只是泉州特产随着文旅火爆而红火的一个缩影,泉州文旅市场正为上游产业打开新天地。



### 3 文创产品受欢迎 传统非遗迎春天

泉州文创产品颇受游客喜爱,生肖文创产品尤其受欢迎。

在泉州中心市区西街,一张张“一同游走宋元泉州”的明信片,独树一帜的“龙龙”行李牌,“萌萌哒”的龙形车载香薰,“转转乐”好运挂件等都成了游客心中的“泉州好物”。钟楼等与泉州地标相关的文创产品,更是游客们追捧的旅游纪念品。在旅游热潮的带动下,地方特色传统手工艺品掀起了销售高峰,广拓市场。品牌打响,收益增加,对手工匠人和

文明 享源头好货”2024年工厂店直购节等多场活动,接待游客人数超100万人次,企业举行直播带货68场,销售额666.2694万元;洛江组织3家企业、3家门店参加泉州首届工业旅游节活动,促销商品近1.2万件,线下销售额超100万元;永春县工业旅游共接待游客10.6万人次,实现旅游收入1550万元。

荔波小七孔景区位于贵州省黔南布依族苗族自治州荔波县的群山之中,它同时拥有国家级自然保护区、国家级风景名胜区、国家5A级旅游景区等多项称号。

老天爷似乎对我们这些千里迢迢、远道而来的游客格外垂青,一大早,就用和煦的阳光拥抱我们。刚入景区,我们便感觉呼吸特别顺畅,精神为之一振。听导游介绍,荔波小七孔景区每立方厘米就含有负氧离子18万个,是名副其实的“天然氧吧”。

景区全长7公里,各个景点有观光车不时载送游客穿梭其间。

我们一行从景区西门进,沿着涵碧潭、卧龙潭、鸳鸯湖、翠谷湿地、野猪林、68级跌水瀑布群、拉雅瀑布、小七孔桥一路游览过去。

映入眼帘的是满目苍翠,这儿的原始植被受到很好的保护,深谷中偶尔还传来阵阵鸟鸣。一潭碧绿的湖水,波光粼粼,映衬出群山和森林的倒影,宛如一幅幅绝妙的油画。

这儿景区的瀑布群与黄果树大瀑布不同,如果把黄果树瀑布比作豪迈的男子汉,小七孔的瀑布则是温柔



### 4 研学游分会成立 研学路线更丰富

文旅正逐渐成为拉动上游产业发展的“新引擎”。这股发展热潮以文化、旅游为核心,深度融合了多种业态,为城市注入了源源不断的活力,研学正是其中之一,如今,泉州的研学机构越来越多,项目越来越丰富。

了解到,基于研学整体发展格局基本形成,去年12月,泉州旅游协会正式成立了研学分会。未来将整合资源,开发更多具有泉州特色的研学产品。

“上个月,我们共接待游客近3千人次,较往期增长15.28%。门票收入3.6万元,较往期增长9.98%,文创收入约2.2万元,较往期增长22.20%。”南安市英良石材工作人员介绍,近年来,永春文旅结合香、醋等本土特色产业,加强业态融合,引导传统产业将工业生产过程、企业文化、产品展示体验、工人工作场景等作为主要旅游资源,还大力支持良瓷科技、彬达香业等4个旅游点打造现场教学点、研学点,挖掘研学路线。

打卡等形式,吸引各地游客前来参观、互动。同时,该馆还组织了挖“化石”、马赛克拼画、岩彩等系列研学手工体验活动。南安市积极开展特色旅游活动,“穿越‘石’空 遇见‘智’造南安”活动接待游客超10万人次。

“古早味,是闽南人无法忘却的乡愁,细白的面线牵连着闽南儿女的乡情眷恋。”在永春一家面线工坊,研学老师给来乡村旅游的小朋友们介绍面线的历史与发展。小朋友在参与面线制作的过程中,不仅能更直观地了解闽南古早味,更能收获作为一名“小小传承人”的自豪感。永春县文旅局工作人员介绍,近年来,永春文旅结合香、醋等本土特色产业,加强业态融合,引导传统产业将工业生产过程、企业文化、产品展示体验、工人工作场景等作为主要旅游资源,还大力支持良瓷科技、彬达香业等4个旅游点打造现场教学点、研学点,挖掘研学路线。

## 美哉,荔波小七孔



荔波小七孔景区位于贵州省黔南布依族苗族自治州荔波县的群山之中,它同时拥有国家级自然保护区、国家级风景名胜区、国家5A级旅游景区等多项称号。

老天爷似乎对我们这些千里迢迢、远道而来的游客格外垂青,一大早,就用和煦的阳光拥抱我们。刚入景区,我们便感觉呼吸特别顺畅,精神为之一振。听导游介绍,荔波小七孔景区每立方厘米就含有负氧离子18万个,是名副其实的“天然氧吧”。

景区全长7公里,各个景点有观光车不时载送游客穿梭其间。

我们一行从景区西门进,沿着涵碧潭、卧龙潭、鸳鸯湖、翠谷湿地、野猪林、68级跌水瀑布群、拉雅瀑布、小七孔桥一路游览过去。

映入眼帘的是满目苍翠,这儿的原始植被受到很好的保护,深谷中偶尔还传来阵阵鸟鸣。一潭碧绿的湖水,波光粼粼,映衬出群山和森林的倒影,宛如一幅幅绝妙的油画。

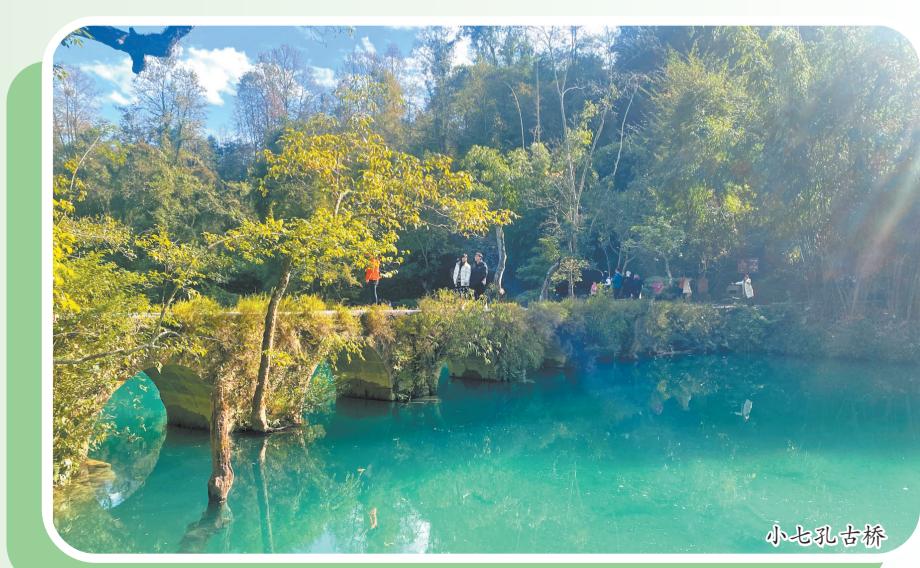
这儿景区的瀑布群与黄果树大瀑布不同,如果把黄果树瀑布比作豪迈的男子汉,小七孔的瀑布则是温柔

族语里,拉雅就是美少女的意思。

我们在鸳鸯湖没有觅见鸳鸯的身影,在野猪林中也未曾寻到野猪踪迹,反倒是漫步在爬满苔藓和藤蔓的清道光时期建的小七孔古桥上,听说了一段美丽凄婉的民间故事。当地传说,一对瑶族、布依族恋人被汹涌的河水阻挡,天上七仙女被感动,造了这七孔桥帮助其相见,并告诉这对恋人每走过一孔,容颜就会苍老一分,走完七孔桥,就垂垂老矣。即使这样,这对相爱的人还是走向了对方。

距离小七孔桥3公里处还有一处大七孔桥,我们来的时候,大七孔景区正在整修,未能前往观光,留下了些许遗憾。这和我们人生一样,回首也是有诸多遗憾。有遗憾的旅途,才是真正的人生之旅,不是吗?

(倪怡方 文/图)



小七孔古桥