



福建晉江掀起工業旅遊熱潮

新華社福州6月21日電 車間變景區，工廠迎客來。

說起福建晉江，多數人的第一印象是遍地實業，許多耳熟能詳的國貨品牌從這裡走向全國、走向世界。如今，晉江的傳統工廠正打開大門，變身特色「景點」，成為可看、可玩、可體驗的新型文旅游目的地。

位于晉江金井鎮的七匹狼工業園是國家AAA級旅遊景區。園中的男裝博物館改造自老廠房，建築面積約1萬平方米，陳列著近千件各年代男士服飾與生活用品。

步入七匹狼工業園的匠心觀光車間，遊客可以零距離觀察一件男裝從材料測試、版型設計到成衣生產的完整製造流程。此外，園區還配套了生活館、特賣店、24小時城市書房等服務設施，2026年1至5月，文旅創收超過350萬元。

走進盼盼食品集團的工廠，小麵包生產

線香氣四溢，整潔明亮的觀光廊道貫穿整個智能生產車間。站在落地玻璃外，和面、醒發、烘烤等工序一覽無餘。車間僅有少數技術人員巡檢，屏幕上實時跳動著投料、溫濕度等數據。

盼盼食品集團董事長助理宋長鎮介紹，2025年工廠接待參觀人數超3.5萬人次，同比增長48%。今年前5個月工廠接待參觀人數超1.6萬人次。遊客還可在互動工場親手製作點心，參觀路線上的工廠店年營收超30萬元。

安踏982創動空間則刷新了人們對「工廠店」的認知。門店設置攀巖、滑雪、籃球等六大體驗區，將消費與體驗融為一體，展現全新的體驗零售模式。

「這裡對安踏旗下的品牌和產品做了完整細緻的陳列，還有運動體驗區和咖啡。值得來看看買買。」一位網友在社交平台發文寫道。

來旺良品堂閩南古早味傳承基地位于晉江市龍湖鎮，集非遺傳承、民俗體驗、研學實踐、餐飲購物于一體。基地配備可同時容納千人的活動空間，面向青少年及遊客開展閩南古早味伴手禮製作、民俗文化科普等活動。

走進基地，閩南煙火氣撲面而來，一排排手工麵線整齊懸掛在竹架上晾曬。不少遊客圍在操作台旁認真觀察老師傅操作，跟著揉面搓餡，親手製作閩南婚嫁傳統點心。

「工廠研學打破了傳統教室的邊界，把生產車間、研發實驗室打造成沉浸式實景教學陣地。」晉江中小學生示範性綜合實踐基地黨支部書記洪清松認為，「觀察+實踐」模式，生動連接課本知識與實際應用，學生在感受智能製造先進技術的同時提升綜合科學素養，親身感受「晉江經驗」內核。為了讓工業旅遊常態化、品質化，晉江

推出多項惠民、惠企舉措，貼合遊客出行和企業運營需求。

晉江市文化體育和旅遊局副局長陳欣欣介紹，晉江在5月30日開通兩條本土免費復古鑄鑄車工業旅遊專線，週末及節假日常態化運行。專線串聯起多個工廠、高鐵站和城區商圈，遊客無需自駕，就能一站式暢享工業旅遊。同時，晉江持續盤活本土工業資源，打造欣鑫路、長興路工業旅遊品牌街區，將零散的品牌工廠串聯成片，形成觀光、購物、打卡一體化文旅行帶。

「發展工業旅遊對晉江而言，既是盤活存量資源、賦能傳統產業的轉型升級之舉，也是延伸產業鏈、提升價值鏈、培育新增長點的創新之策。」陳欣欣說，晉江已出台專項扶持政策，通過評級獎勵、組團引流補貼等方式，鼓勵更多本土工廠開放觀光、升級體驗業態。

端午假期山東廣東雲南 民宿預訂量領跑全國

中新社北京6月21日電 全球公寓民宿預訂平台途家21日披露的數據顯示，端午假期，山東、廣東、雲南民宿預訂量領跑全國。

途家數據顯示，山東濱海城市熱度突出，青島、威海、煙台、日照等城市均位列全國民宿預訂量前三十，帶動山東民宿預訂量位居全國首位。在廣東，龍舟巡遊、龍舟競渡等嶺南地區傳統民俗文化，也吸引眾多遊客前往。除廣州、深圳外，汕頭、惠州、珠海、佛山等城市的民宿預訂量也在廣東省內排名靠前。

雲南憑藉古城、民族節慶等多元體驗，成為端午假期的熱門目的地。數據顯示，端午假期，雲南玉溪、迪慶的民宿預訂量同比均實現翻番增長。

從用戶畫像看，「00後」是端午民宿消費的重要客群。據平台數據，端午假期，「00後」民宿訂單量佔比接近四成。

隨著端午假期步入尾聲，暑期出遊即將「接棒」。中國在線旅遊平台去哪兒21日發佈的數據顯示，近一周平台上預訂暑期出行的機票量比前一周大幅增長65%，家庭遊客佔比超六成。從目的地來看，暑期酒店預訂量熱度較高的前十位城市為：北京、上海、伊犁、青島、成都、貴陽、南京、瀋陽、杭州、大理。

從機票預訂量同比增速看，去哪兒數據顯示，暑期中國三線及以下小城機票預訂量同比增速跑贏一線大城市。前往避暑勝地河北秦皇島的暑期機票預訂量同比大增4.6倍，前往雲南、寧夏、山西、貴州、西藏、內蒙古、新疆的一批「寶藏小城」機票預訂量同比增幅也顯著。

黃河岸邊

「甜蜜產業」興鄉村 大荔冬棗熱銷海內外

中新社陝西渭南6月21日電 六月的陝西大荔，冬棗大棚裡綠意盎然。在朝邑鎮新豐村的農家小院裡，「00後」姑娘張嬌楊正一邊核對手機訂單，一邊分揀剛摘的冬棗。「自上周我家冬棗上市的消息放出後，訂單不斷，社交平台和網店多了很多諮詢信息。」

大荔地處關中平原東部最開闊地帶，自西漢起已有2000餘年棗樹栽培歷史，涵蓋雪棗、冬棗等140多個品種。目前全縣冬棗種植面積42萬畝，年產量超70萬噸，全產業鏈產值已突破100億元（人民幣，下同）。

2024年，張嬌楊辭職返鄉，與父母一起經營棗園。「兒時客商上門向爺爺壓價收購的場景讓我印象深刻。經營棗園後，我就想試試在短視頻平台做線上銷售。」鏡頭裡，她分享冬棗的養護過程，也記錄家鄉的日常。開始連續發佈視頻一個月內，她便通過線上平台賣出了2000斤冬棗。

短視頻的傳播還吸引了新加坡、迪拜、澳大利亞的客商，今年冬棗成熟前，張嬌楊便與親戚經營的專業出口冷庫達成合作，準備承接大批量海外訂單。

走進大荔縣安友果品專業合作社，50餘名工人正在自動化冬棗測糖分選線上忙碌。這條生產線從自動投料、糖度檢測到定量裝箱，一氣呵成。

「2025年，我們累計向馬來西亞、越南、加拿大、泰國等地出口冬棗93萬公斤，貨值超800萬元。」大荔縣安友果品專業合作社經理李凱介紹，該合作社年銷售額已突破1億元，在當地政府支持下建成配套1.1萬噸智能恆溫冷庫的果蔬冷鏈物流集配中心，將果蔬損耗率從28%降至5%以內。



法國「科技萬歲」科技創新展開幕
6月20日，人們在法國巴黎參觀「科技萬歲」科技創新展。法國「科技萬歲」科技創新展20日在巴黎開幕。法國「科技萬歲」科技創新展創立於2016年，是科技創新和初創企業的重要展示平台。

端午假期入境遊預訂量同比增近10倍

中新社杭州6月21日電 中國旅遊平台飛豬21日發佈的《2026端午假期出遊快報》（以下簡稱快報）顯示，今年端午假期期間入境遊預訂量同比增近10倍，泰國、韓國、馬來西亞、新加坡等是入境遊的熱門客源地。快報顯示，避暑遊、草原遊等率先成為熱門主題。該平台數據顯示，內蒙古、甘肅、青海、遼寧等目的地旅行消費均同比增

長超30%，其中內蒙古同比增近60%。長線避暑遊目的地的崛起帶動包車遊等服務需求增長。

該平台數據顯示，端午假期包車遊預訂量同比增長超100%。

城市層面，今年端午假期，上海、北京、杭州、廣州、成都、深圳、南京、武漢、西安等依舊是最熱門的旅行目的地，大

連、蘭州、青島等目的地增速領跑。

快報指出，端午假期傳統文化體驗熱度不減，「賽龍舟」等民俗活動屢屢登上社交媒體熱搜。包粽子、編織五彩繩、觀看龍舟賽、製作香囊等民俗活動也成為不少遊客行程中的亮點。

傳統文化與旅遊度假的融合為假期增添了濃濃節味。

端午新韻：生產端、場景端、消費端「科技三重奏」

新華社北京6月21日電 今年端午假期，全國民俗消費市場熱度走高，粽子、糕點、艾草等節令商品產銷兩旺，龍舟賽事、文博文旅等活動多點開花，節日經濟活力持續釋放。記者走訪湖南、江蘇、河南等地發現，端午消費的亮眼表現背後，科技已成為重要增長驅動力。

智造升級產業鏈

端午前後，粽子、糕點、艾草等節令品類迎來產銷高峰，智能製造成為企業穩產能、提品質的核心支撐。

端午前夕，浙江諸老大供應鏈管理有限公司日均粽子出貨量達200萬隻。今年3月，該企業總投資3.6億元的智慧化未來工廠全面投產，以自動化、數字化生產替代傳統人工工序，大幅提升生產效能。

《2026中國粽子行業消費與品牌現狀白皮書》顯示，目前國內不少大型粽子企業已基本完成集成級智能工廠佈局，可依托柔性產線快速切換品類，適應節前多品類的訂單需求。新中式糕點品牌瀘溪河同樣以智造升級支撐端午旺季供應。記者在位於江蘇蘇州源大道的瀘溪河工廠冷加工車間看到，柔性機械手可精準完成綠豆冰糕等端午熱銷品的分揀包裝，配合數字化冷鏈調度實現6小時內新鮮送達門店。

瀘溪河集團黨支部書記張金平表示，智能化生產線既降低了人工勞動強度，也極大提升了產品質量穩定性。

科技賦能也讓端午產業逐漸從「一季

俏」變為「四季香」。

端午前後，河南南陽艾草迎來全年銷售與采收雙高峰，艾草花束、端午香囊、艾條等產品訂單量環比激增。

依託航天育種、無塵提絨、精深萃取等技術，當地艾草產業突破「端午賣鮮艾」的局限，延伸出艾草精油、智能艾灸儀等數十款日常產品，實現全年常態化供應。2025年，河南南陽艾草產業年產值達22億元，市場份額佔全國70%以上。

業內人士表示，端午相關產業的智能化升級，既破解了節令產業「旺季產能不足、淡季產能閒置」的周期性痛點，也通過產品創新延伸產業鏈、提升附加值。

科技解鎖新場景

端午的百舸爭流里，科技身影正劃出全新的賽道。

19日，四川巴中恩陽龍舟體育公園鼓點陣陣。水面上，兩台人形機器人與本地少年劃手同船協作，機械臂跟著鼓點整齊起落，抬槳、入水、拉槳動作連貫，濺起細碎水花。岸邊舉著手機拍照的遊客擠得滿滿當當，喝彩聲伴著鼓點此起彼伏。

業內人士表示，水上濕滑環境等真實應用場景，既驗證了機器人運動控制等核心技術的穩定性，也為機器人切入文旅服務賽道打磨可複製的商用方案。

同樣的產業探索，也發生在端午文化重要發源地——湖南汨羅。

2026年湖南省龍舟超級聯賽總決賽期

間，屈原、女媧主題做生機器人亮相，就被遊客市民圍了里三層外三層。衣袂飄飄的古風造型，開口便是楚辭名句，還能接住遊客的即興對詩，不少人排隊等著和「屈原」對上一句。

湖南嘉樹文化廣告傳媒有限責任公司負責人歐陽文介紹，這兩款機器人搭載了端午文化與楚辭專屬知識庫，後續將入駐屈子文化園，承接導覽講解、沉浸式互動等服務，把賽事帶來的短期流量，轉化為可持續的常態化營收。

數智激發新消費

端午尋文脈，數字技術的加持下，大眾文化消費體驗不斷刷新。

在南京長江路文博街區，人們逛博物館的方式正被AI重新定義：19.9元請一位AR「智能館長」陪逛博物館、59元穿越宋末畫卷做一天「江寧人」、百元左右在VR里走一遍六百年前的南京城……價格不高，體驗很新，年輕人願意為「不一樣」買單。

南京溧水區胭脂河龍舟競渡活動上，李白主題人形機器人「李白」現身助陣，「即興」吟出「百舸爭流千浪湧，一詩賦得水雲開」，將端午競渡的壯闊與古典詩意相融，引得現場遊客紛紛駐足喝彩。

科技熱度加持下，賽事沿線同步開啟文化市集、農特產品展銷、非遺手作展覽、漢服體驗等多元業態，本地農戶、特色商戶集中亮相，觀賽遊客順路打卡消費，帶動本地特色農產品、手工文創銷量提升。