

连吃带拿还出片，“工厂游”火了

“文旅+工业”成黄金搭档，这届年轻人爱上“进厂”



羊城晚报记者 杭莹 实习生 骆炜琳

这个周末想去不太远的地方度假，你是选择郊区露营，还是周边城市自驾游？

现在，露营的风还没刮完，工厂游的风已经开始席卷了。这届年轻人在逛遍了商场、公园、郊区之后，开拓了新的场所——工厂。

如今，小红书上“工厂游”话题已经有12万+条笔记，评论区全是“真香警告”。不少网友晒出自己工厂游的体验分享，颇有“相见恨晚”之意。大半天参观现代化工厂，门票比一杯奶茶还便宜，还能连吃带拿，无限畅饮饮料，还能玩抓饮料机，谁能抵挡这波诱惑？

谁说这届年轻人不爱进厂？

工厂游成新产业 去迪士尼不如进厂？

言炎第一次了解到工厂游，还是在看人气综艺《种地吧》的时候。由于企业品牌植入，节目里“十个勤王”成员们带着一定的宣传目的去了元气森林、豪士面包、海尔智慧工厂等多个企业的生产制造工厂。

通过节目她才发现，企业工厂早已不是自己刻板印象中的“脏乱差”。没有机器轰鸣声大到听不清人说话、也没有恶劣的工作环境。前沿科技和智能化生产，早已让工厂焕新了。

这个认知，让本来计划周末和朋友去上海迪士尼的她对工厂产生了好奇。在小红书上搜索工厂，大篇的“工厂游”攻略瞬间淹没了言炎。一看自己所在的安徽滁州元气森林工厂就有工厂游项目，她在美团上买了张票就拉着朋友去了。“周末花200块去趟迪士尼，排队两小时，玩三个项目，吃顿饭就没了。但去元气森林工厂，25块钱就能喝到撑，还能玩到抓饮料机。”

工厂游让言炎开启了新世界的的大门，“其实我本来不怎么喝元气森林的，总觉得气泡水不健康。但是这趟工厂参观让我对这个品牌还挺有信心的，也算是源头溯源了。”

广州的宝妈周舟早已经是“工厂游”的深度玩家。现在在周舟家，喝可乐要去生产线看瓶子成型，吃面包要去烘焙工厂亲手揉面，甚至连买车都要先去智能工厂参观流水线……

“益力多工厂探秘、可口可乐工厂探秘、东风日产汽车工厂探秘、广州和周边的这些产线和工厂我基本都带着孩子去遍了。行程不贵、也能让孩子学习到最前沿的知识和技术，性价比超高。”周舟告诉羊城晚报记者，工厂游对孩子和自己来说，不仅是看稀奇，更是“涨姿势”。

旅游大巴开进工厂、游客沉浸式体验生产场景，这种兼具文化感与趣味感的“工厂游”正在让过去人们不愿意关注的“厂子”，成为网红打卡点。据统计，如今开放了“工厂游”的企业涵盖了汽车、机械、食品加工、服装、生物医药等多个领域。

工厂游，已经成为一种新的产业。



在广西柳州螺蛳粉产业园，参加研学团的师生在一家螺蛳粉企业参观 新华社发

政策在“推”文旅在“蹭” 工厂成为“网红打卡点”

为了探索更多工厂游的场景，周舟在小红书上加了一个“大湾区亲子遛娃群”，群里有工作委员会分享近期有哪些可以参观游玩的工厂，有兴趣的人可以自行报名，到时候会有人组织前往。

工业旅游的火爆有目共睹，热度仍将逐年飙升。

相关机构预测，2033年全国工业旅游市场将超过187.393亿美元，复合年增长率将达到27.4%。

而随着工厂游的走红，旅行社、学校、工厂本身都开始“盘活”。高性价比，是工厂游的第一大魅力值。相比传统的景区门票动辄几百元，许多工厂旅游不仅免费，甚至还有赠品、试吃和互动体验。

例如广东粤侨国际旅行社提供的独立包团研学1日游项目，研学团去明治雪糕工厂游的

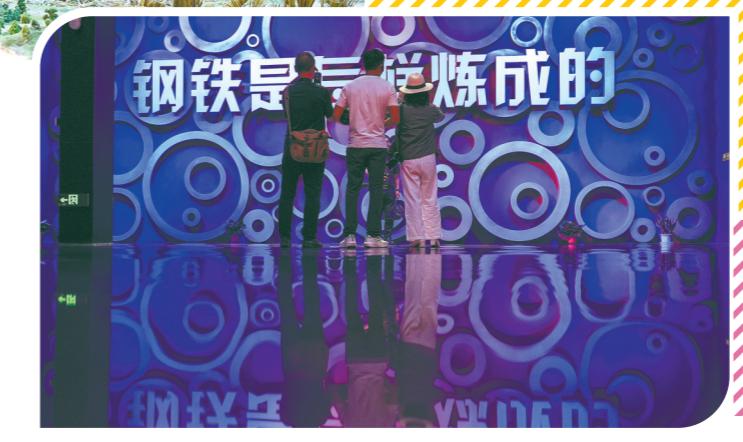
价格约为198元/人，最低成团人数20人，研学内容含明治工厂参观、雪糕试吃及亲子互动环节等。有旅行社工作人员告诉记者，工厂游的走红让研学项目有了新的可能性。现在的工厂研学除了家长自发报名外，还有校企合作等形式。

连吃还能带拿，是餐饮企业搞工厂游的“套路”。柳州螺霸王产业园里，小朋友戴着厨师帽煮螺蛳粉；重庆的一家火锅底料工厂内，游客能亲手炒辣椒、磨花椒，DIY专属火锅底料。吃饱喝足看够了之后，工厂店更是化身“穷鬼版山姆”。游客在工厂内直接买原厂货，价格比超市便宜一半。

便宜又好玩之外，工厂游还很出片。

六大核心车间全面开放，700余台工业机器人实现的全流程自动化生产向外展示，可以近距离观察车辆从零件到整车的组装过程，在工厂内随手一拍，就是朋克大片——诸如参观小米工厂获得的这种体验，就问你心动不心动？

事实上，不仅是工厂，工业遗址改造的园区、工业基地等都在重新被年轻人看见，成为新的“网红打卡点”。



“文旅+工业”成消费升级推手 新华社发

近距离观察车辆从零件到整车的组装过程，在工厂内随手一拍，就是朋克大片——诸如参观小米工厂获得的这种体验，就问你心动不心动？

而根据中研普华产业研究院《2023-2028年中国工业旅游行业深度调研与发展趋势预测研究报告》，与全球工业旅游占旅游总产值的10%-15%相比，中国工业旅游市场占有率还不到5%。

工厂游，是“文旅+工业”的黄金组合。政策在“推”，文旅在“蹭”。当“生产空间”变成“体验空间”后，工厂有了流量和销

“大费周章”地开放工厂给游客参观，让游客连吃带拿，企业图什么？

对企业而言，开放工厂大门，或许是“最便宜”的品牌营销。毕竟，广告再怎么铺天盖地，也不如消费者亲身体验更有说服力。

像言炎这样因为看综艺被工厂游吸引的粉丝有不少，随着“十个勤王”的探访，一大批粉丝被带动去元气森林参观打卡，想要复刻同款认证照。这不仅让元气森林的工厂游项目热度攀升，也为品牌带来了更多关注。



新华社发

工厂游，一场营销“阳谋”

如茅台、红星二锅头等大牌企业都会自建品牌博物馆、观光工厂，但建立一家品牌博物馆的成本不小，对于很多工厂而言，开放大门被围观，可以很好地秀出自己的实力。

“看，我们的生产线比你家厨房还干净！”

工厂，不仅是生产基地，工厂自身就是一个品牌展厅。通过向公众开放工厂，企业不仅增进了透明度和信任，还能提升品牌形象、促进销售。

而参观者分享体验，形成口碑传播，也变相扩大了企业的品牌影响力。

工厂游，是企业的营销“阳谋”。

“因为参加过明治雪糕的工厂游，看过商品制造的全过程，所以对这个品牌很放心。现在只要在超市见到明治品牌的产品，我都会优先考虑它。”网友昕蓉表示。在周舟看来，通过工厂游，能知道产品生产的复杂性，理解产业背后的运作逻辑，提升对产品的信心，增强对工业、制造业的认知与尊重。

不过，对工厂来说，工厂游不仅给工厂现有的生产流程、空间调度和人力财力的投入带来挑战。开放本身，也意味着要在生产效率以及产品安全等全环节接受来自公众的监督和审视。被看见不代表手握“免死金牌”。

同样在《种地吧》中由于工厂参观被大众关注的豪士面包，因为“十个勤王”的代言而火爆。而2024年年底，“豪士1批次面包霉菌超标近6倍”事件曝出后，不少网友表示因为节目播出购买了产品，现在却深感“心寒”。

品牌效应与营销是真的，但工厂能成功的内核还得靠产品品质。

这个周末，不如进厂看看。

文娱 A7

2025年5月17日/星期六/文娱体育部主编/责编 邵梓恒 / 美编 温亮 / 校对 苏敏



喜剧功底正是突围密码

《水饺皇后》中有一场饭桌戏令人印象深刻：华哥想正式邀请藏姑娘一同移民加拿大，而藏姑娘却想留在香港继续自己的水饺事业，饭桌上，面对心生好感的华哥，藏姑娘只是故作镇定地举起酒杯，祝华哥一路平安，两人互道珍重。其间，马丽的眼中泪光浮现，又释然一笑。这一场戏赚足了观众的眼泪，人们惊讶于马丽不仅能演出喜剧的夸张，更能演绎出喜怒哀乐等正剧情绪的层层递进。

作为喜剧演员，喜感和抖包袱都考验着演员的肢体控制和语言节奏感，恰好，面对当下习惯了即时反馈的观众，演员也需要提升对剧本的理解能力、表演的精准度和即兴反应能力。这些技能在喜剧女演员出演其他类型角色时，正是独特的优势。在马丽看来，喜剧不只是逗乐，“喜剧不是扮丑、糟蹋自己，是靠剧

当喜剧女演员决定『不好笑』



因喜剧而红也被喜剧局限

喜剧成梗，往往需要演员放下形象包袱，“牺牲”自己，利用自己的缺陷制造笑点。在过去，女演员们更是常靠“扮丑”在喜剧领域谋得一席之地。比如贾玲曾经在小品《喜上加喜》中大玩自己的身材梗——“胖得地动山摇”，《武林外传》的姚晨也因“大嘴”而添喜感，马丽在过往喜剧电影里总是把自己塑造成浮夸的“女汉子”形象。即便没有“缺陷”，如张小斐的大青衣长相，她也需要把自己变得有喜感，学会扮丑扮土自黑“抖包袱”。以至于大众对于喜剧女演员的印象从来都是不太漂亮的“搞笑女”，影视市场留给她们的也是搞笑的或同类型的角色。因此姚晨曾说：“喜剧成就了我，喜剧也反过来局限了我。”

年轻的喜剧女演员如李雪琴、金靖，虽然受到过影剧欢迎，但出演的角色更多的是有喜感和烟火气的角色。李雪琴在《故乡，别来无恙》中饰演从东北来到成都工作的街道公务员吴芸，和李雪琴本人一样，这个角色同样操着一口东北话，有着幽默轻松的语言习惯和高情商，几近本色出演。在近日热播的古装剧《折腰》中，她扮演女主角大人公小乔的侍女小桃，发挥的作用也多是搞气氛、松缓紧张节奏。金靖虽然在《我在他乡挺好的》中出演了胡晶晶这一表面开朗但被生活压力逼得自杀的复杂角色，证明了自己有严肃表演的能力，但后续也是发力不足，缺乏更好的非喜剧角色让她发挥。



《热辣滚烫》

“贾玲模式”尚难批量复制

虽然号称“200亿喜剧女神”，获得过百花奖最佳女主角，提名过金鸡奖、华表奖，但马丽似乎总是喜剧里的绿叶：《夏洛特烦恼》里是夏洛的“贤妻”马冬梅，《羞羞的铁拳》里是与艾迪生互换身体的马小，《抓娃娃》里是对儿子的教育没啥话语权的春兰，《我和我的家乡》里是对丈夫自豪的秋兰。她总是作为喜剧中的“捧哏”出现。她主演的《水饺皇后》虽阵容强大，有惠英红、朱亚文等大咖参演，但剧情仍有缺陷：主角从家庭主妇到企业家的成长线缺乏真实细节，过度依赖“商战爽感”和配角的完美工具属性，忽视情感深度，导致口碑分化。编剧对女性角色塑造的想象力匮乏，“大女主”缺乏足够的魅力，喜剧女演员演技到位了，剧本却拖了后腿。

剧本对于演员的重要性毋庸置疑，但演员的主观能动性也不可小觑。马丽最初接触《抓娃娃》中的春兰一角时，觉得有些脸谱化，希望通过自己过往的经验丰富这个角色，让观众真正走入角色细腻的内心，体会母亲的不易。她回忆看过的一些喜剧剧本

台词贬低女性，表演需要矮化女性，“特别不尊重女性”。因此她羡慕电影行业能有贾玲这样拥有极大话语权的女性导演的存在，“她自己想要什么非常明确，自己就拍了两部女性题材电影”。

贾玲通过自导自演的模式，探索到了一条“创作主导型”的转型路径，成功塑造了魅力十足的女性角色，如《你好，李焕英》中的李焕英和《热辣滚烫》中的乐乐，这些角色都成了其职业生涯里程碑。女性主导的电影注重体现当代女性的觉醒内核，从而实现票房与口碑的双重成功。

挑选好的剧本，增加在角色创作中的话语权，塑造出更有魅力的女性角色，这应该是贾玲为喜剧女演员转型提供的经验启示。但这样的模式很难复制。目前，贾玲正在筹备《转念花开》，对现实主义题材的首次涉猎进一步展现她的转型雄心和决心。但归根结底，这条路上还是只有贾玲孤独的一个。喜剧女演员在转型这条路上，仍然急需更多好的女性剧本尤其是拥有真实魅力的好角色。



新郎 梁日曦 新娘 马敏敏

于2025年05月17日正式结为夫妇，九周年快乐！

特此登报，敬告亲友，亦作留念。

喜结良缘 同喜同贺

生日祝福



人生都太短暂，别想，别怕，别后退；去疯，去爱，去浪费！诸事顺遂，永远欢喜！亲爱的董总，破壳日快乐！特此登报，亦作留念。