# 保健酒企业工业旅游开发研究

来源：网络 作者：夜色微凉 更新时间：2024-01-24

*本文以湖北劲牌酒业有限公司为例，对保健酒企业开发工业旅游进行了探讨。文中分析了劲酒集团发展工业旅游的资源禀赋、工业旅游开发现状及发展过程中存在的问题，并在此基础上提出了劲牌公司发展工业旅游的建议。 随着生活水平的不断提高，人们对健康的需...*

本文以湖北劲牌酒业有限公司为例，对保健酒企业开发工业旅游进行了探讨。文中分析了劲酒集团发展工业旅游的资源禀赋、工业旅游开发现状及发展过程中存在的问题，并在此基础上提出了劲牌公司发展工业旅游的建议。

随着生活水平的不断提高，人们对健康的需求也越来越高，追求健康的方式也越来越多。保健酒作为一个全新的名词，正逐步走进人们的生活。保健酒已有数千年的历史，是中国医药科学的重要组成部分。中国的历代医药著作中几乎无一例外地有药酒治疾健身的记载。今天随着科学技术的进步，从中药浸酒的传统工艺的基础上已发展到利用萃取、浸提和生物工程等现代化手段，提取中药中的有效成份制成高含量的功能药酒。当人们的保健意识日趋增强，一些药物成为食用保健品时，保健酒这一新名词便开始出现。

本文以湖北劲牌酒业有限公司为例，探讨了保健酒企业工业旅游开发的现状及存在的主要问题。

一、湖北劲牌酒业有限公司工业旅游资源禀赋

位于长江中游南岸、湖北省东南部的黄石市素以“工矿城市”的形象为人们所铭记。三千多年的矿冶史，一百多年的工业史，六十多年的建市史，黄石因矿而建，以冶兴市。青铜古都、钢铁摇篮、水泥故里、服装新城、劲酒之都、新型产业基地……这些都无不映射出黄石熠熠生辉的工业文明之美。中国最大的保健酒生产基地――劲牌酒业有限公司正是诞生于此。

“劲酒虽好可不要贪杯”的健康饮酒理念深入人心。湖北省众多酒类企业中，以生产保健酒为主并积极开发工业旅游的为数不多，劲牌酒业有限公司则是较为突出的一家。

劲牌有限公司创建于1953年，历经六十余年的稳步发展，现已成为一家专业化的健康食品企业。拥有面积350亩的保健酒工业园、930亩的原酒生态园和1100亩的健康产业园，年生产保健酒的综合能力达到18万吨。

为确保原酒品质，劲牌选址在植被繁茂、水质甘冽的幕阜山脉建立了三座原酒基地，天然无污染的自然环境保证了所酿原酒的纯正品质。劲酒枫林酒厂坐落于鄂赣边陲的枫林古镇，这里气候宜人，自然景观丰富。不仅如此，杜牧的名句“停车坐爱枫林晚，霜叶红于二月花”更让古镇具有浓厚的文化气息。劲酒在该地建造了原酒生态园，引入现代化设备，告别了作坊式生产和挥汗如雨的光膀子男人，实现酿造全过程机械化、自动化、信息化和智能化，全程原料不沾地，确保原酒品质的纯正。山水、文化与科技的完美结合，为工业旅游的发展提供了绝佳的资源基础。

另外，作为“矿冶名城”的黄石地区工业遗产资源丰厚，由汉冶萍煤铁厂矿旧址、华新水泥厂旧址、铜绿山古铜矿遗址及黄石国家矿山公园（大冶铁矿东露天采场）组成的黄石工业遗产片区，于202\_年入选中国世界文化遗产预备名单。

黄石得天独厚的地理环境、底蕴深厚的历史文化、山美水美的自然风光都是旅游发展必不可少的资源载体。

二、湖北劲牌酒业有限公司工业旅游开发现状

随着企业及游客体验经济的发展，劲牌公司也十分重视工业旅游项目的申报工作。早在202\_年，公司就积极开展了“万人游毛铺”、“跟着劲酒去旅行”等消费者体验活动，邀请来自全国各地的游客前来参观，感知企业文化、见证产品品质，实行开放、透明的参观政策，为工业旅游项目的申报和开展奠定了良好的基础。202\_年9月，企业正式实施“劲牌开放日”活动，敞开大门喜迎社会公众；凡每个月9日当天，普通消费者，只要通过预约，即可莅临公司参观。

“跟着劲酒去旅行”活动是劲牌公司面向全国消费者开展的特色工业旅游项目，活动自202\_年开展以来已吸引了全国几十万人参与，并有来自各地的数万人参与了实地参观体验，受到了各界人士的广泛好评。202\_年8月6日，劲牌公司正式通过湖北省工业旅游景区质量等级评定委员会的考核验收，荣获“湖北省四星级工业旅游景区”资质。劲牌公司是自《湖北省工业旅游景区质量等级评定》最新标准颁布以来，湖北省第一家获此资质的企业。

目前，公司年接待能力达5万人次，园区内主要参观项目包括劲牌展馆、自动化无菌灌装生产线及中药数字化提取车间等，通过现代化的展示形式和高科技设备全方面、生动地向游客展示了历史文化、厂景厂貌、科技成果等。参观过程中还提供了游客品酒体验项目，满足了游客的求知、求新、求奇的旅游需求。

三、劲牌公司工业旅游开发存在的问题

（一）劲牌公司对工业旅游的规划不完善。企业的工业旅游产品开发角度单一，主要还是从自身利益出发，没有充分考虑如何融合到区域的旅游发展中，缺乏整体布局思维，工业旅游的开发与区域综合发展脱节。

（二）工业旅游产品特色不鲜明。虽然劲牌公司作为生产保健酒的领导企业在市场中星光熠熠，但是，在开发工业旅游的众多酒类企业中，其旅游产品的独特性不强，仍是以生产线、酿酒车间的观光及企业文化的展示为主，同类工业旅游产品的同质化严重，地方特色文化突出不明显。

（三）缺乏高层次的旅游专业人才。劲牌公司工业旅游的管理人员及服务人员大多都是企业现有员工，除少数讲解员具有旅游服务意识外，大部分员工并未意识到企业发展工业旅游的重要性。工业旅游的规划也并非专业旅游规划人员，主要由企业的文宣部门负责管理，导致企业在开发工业旅游项目时缺乏长远规划，难以推陈出新。

（四）宣传促销力度不够。“跟着劲酒去旅行”活动尽管取得一定效益，但受众群体仍然有限，缺乏专业的旅游宣传渠道，与当地其他旅游企业合作联系不密切，未能融入区域旅游宣传的队伍，整合营销意识欠缺。

（五）未能开发出能够代表公司文化品位的旅游纪念品。

四、劲牌公司发展工业旅游的建议

在推进新型工业化的进程中，充分利用矿冶文化遗址和现有特色资源发展工业旅游产业，是黄石实施产业转型的一个重要抓手和成功实践。如何抓住时代机遇，在工业旅游发展浪潮中占据一席之地，是每个工业企业在开发工业旅游进程中需要考虑的问题。针对劲牌公司工业旅游开发中存在的问题，给出如下发展对策：

（一）组建旅游管理部门，制定科学的工业旅游规划。招聘专业旅游人才组建旅游管理部门，统筹公司工业旅游发展相关事务。成立专业旅游规划团队，制定科学的工业旅游发展规划，并以此规划来指导工业旅游的后续开发。规划内容应包括指导思想、原则、发展目标、市场定位、企业形象、产品开发、宣传促销策略、保障措施、效益评估等。

（二）完善旅游产品类型，打造劲酒工业旅游特色线路，延长产品生命周期，比如与当地工业遗产旅游、休闲生态农业旅游、自然山水风光旅游、红色旅游等连为一体，形成多条不同主题的有机工业旅游线。

（三）加强与地方高等院校合作，缓解旅游专业短缺问题。可以考虑与旅游职业学校、地方高等院校合作，建立校企合作机制，同时将具有发展潜力的员工送到旅游院校或专业培训中心学习深造，多渠道、多方位提升公司旅游从业人员综合素质。

（四）加强宣传促销力度。采用多渠道营销手段，加大多媒体、网络营销力度，可通过广播、杂志、电视、报纸、影视等广告媒体进行密集式促销，同时也要用宣传册、广告牌等宣传资料进行长期的宣传。

（五）大力开发旅游商品。与专业设计公司合作，开发出能反映企业文化特色和差异，并能体现地域文化特点的旅游纪念品。特色鲜明的旅游商品最能勾起旅游者的旅游经历，加深其对旅游地的印象，树立企业良好形象。

五、结语

作为新兴的专项旅游，工业旅游具有广阔的发展前景。劲牌酒业有限公司工业旅游资源丰富、开发条件良好、吸引力强，应借鉴国内外成功经验，发挥自身优势，努力走出一条黄石地方特色的工业旅游发展之路。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！