

# 浅议工业遗产旅游开发

牛成喆 副教授 吴生智 兰州理工大学国际经济管理学院  
兰州 730050)  
中图分类号:F4 文献标识码:A

## 我国工业遗产旅游开发可行性分析

我国城市工业化进程中也遇到了同样的问题,鲁尔工业区对待工业遗址的做法值得学习和借鉴,这一选择在我国目前是切实可行的。

伴随着我国经济结构调整和发展战略转型,我国许多地方留下了丰富的工业遗址资源。一批不适应现代经济要求的工厂企业逐渐退出了经营领域:不仅包括一些大城市市区,或被城市的扩展渐渐包围的工厂;还包括我国东北、西北许多老工业基地,如阜新海洲露天煤矿遗址。几十年间,它们见证了新中国工业化进程艰辛而富有意义的历史。对于它们,人们应该持有一个尊重、保护、再利用的态度——保留那些刻写着真诚的工业遗址。对于大城市周边的厂区建筑,完全可以在其中注入旅游业、商业、休闲服务业、会展等多种元素,依托城市经济发展的背景,改造成为游憩商业空间;对于老工业基地中那些规模宏大的工业遗址,甚至可以作为独特的人类物质文化遗产来保护和开发。

发展工业遗产旅游,对于我国老工业区寻找转型再生之路,复兴经济、创造就业,改善生态、重建地区形象等等有重要的意义,不失为一条切实可行之路。如果说工业生产旅游是锦上添花,知名企业拓宽赢利、传播形象、树立品牌的一种方式的话,那么工业遗产旅游就是雪中送炭,是能够帮助老工业区变废为宝,从“工业经济”走向“体验经济”的赢利之路,对于缓解地区衰落和就业压力,促进当地社会的稳定和谐、繁荣进步,具有更广泛的意义。特别是旅游经济创造就业的门槛比较低,作为劳动密集型服务业,提供的就业机会也比较多,真正有利于工人和他们的后代实现重新在公园中就业的梦想。

此外,工业遗产旅游还有独特的优势。由于它依托的是废弃的工矿区遗址和建筑,相对而言创意和改造的余地较大,也不像一般工业旅游那样担心影响生产。因地制宜,可以将遗址改造为主题公园、体验式购物中心、游憩商业中心、艺术展览地等,思路是非常广阔的。从现有的趋势来看,工

旅游开发,不论待处理的工业历史建筑规模多大、可利用空间多寡,只要它具有历史积淀和文化积累,就有可开发的潜能。这与目前国内正在兴起的现代工业旅游是有区别的。

## 工业遗产旅游开发实例分析

他山之石,可以攻玉。德国的鲁尔工业区,是开发工业遗产旅游的一个著名例子。20世纪60年代初,鲁尔区的“逆工业化过程”已经开始,本地制造型工业企业的国际竞争力逐渐下降,导致企业纷纷破产、倒闭或转行。逆工业化过程也导致了众多的社会问题,包括严重的失业、区域内人口下降、内城衰落、工业污染治理不当、区域形象恶化等等。如何对待和处理大量废弃的工矿、旧厂房和庞大的工业空置建筑设施,成为鲁尔区不可回避的重要问题。当时有人认为,这些厂房是经济衰退的标志,应当彻底清除,重新建立新城市和新产业;有人则主张将工业废弃地视为工业文化遗产,并和旅游开发、区域振兴等相结合进行战略性开发与整治。

在后一种思路指导下,破产的亨利钢铁厂被改造成一个露天博物馆;废弃铁路和旧火车车皮变成了当地社区儿童的艺术表演场地;蒂森钢铁公司成为以煤铁工业景观为背景的大型景观公园,废弃的旧贮气罐被改造成潜水俱乐部的训练池;一些仓库和厂房被改成迪厅和音乐厅,甚至高雅的交响乐也以巨型钢铁冶炼炉为背景别开生面地演出,艺术灯光工程使公园之夜充满魅力。在奥博豪森区,巨大的厂房改建为大型摩尔购物中心,同时开辟了工业博物馆。由此可见,工业遗产的利用和改造有巨大的想象空间。对于工业遗产,人们正逐渐认识到它的价值。

**内容摘要:** 本文在理解工业遗产旅游起源与概念的基础上,从德国鲁尔工业区的工业遗产旅游开发延伸开来,指出我国城市工业化进程中的现实困境,及进行工业遗产旅游开发的可能性和优势,结合国外经验和我国具体国情提出了相应开发对策。

**关键词:** 工业化 工业遗产

工业化是城市化发展不可逾越的重要阶段。与工业发展相伴随的是对工业衍生物的开发和保护。工业遗产,是伴随着人们对旅游资源理解的拓展而产生的新概念。

## 工业遗产旅游的概念

格拉汉姆在《往事不会重现:旅游——未来的怀旧产业》(《全球旅游新论》,2001)中把工业遗产旅游归咎于人们的“怀旧情结”——尽管工业时代还未真正成为过去,而信息时代对传统生活的颠覆、大都市的“逆工业化”趋势,以及“后现代”的来临,使人们产生了对工业技术以及这种技术所衍生的社会生活的怀念和失落感,进而催生了“后现代博物馆文化”即传统的工矿企业成为人们体验和追忆过去的场所。

我国学者李蕾蕾(2003)认为工业遗产旅游就是起源于英国,并从工业化到逆工业化的历史进程中,出现的一种从工业考古、工业遗产的保护而发展起来的新的旅游形式,具体而言,就是在废弃的工业旧址上,通过保护和再利用原有的工业机器、生产设备、厂房建筑等等,改造成为一种能够吸引现代人们了解工业文化和文明,同时具有独特的观光、休闲和旅游功能的旅游新形式。工业遗产旅游主要是针对含有丰富工业文化价值的工业遗弃地进行

府等。保护企业的外部利益相关者利益是企业义不容辞的社会责任。企业的社会责任在于:为社会创造日益丰富的物质财富、为消费者提供质量可靠、具有安全保障的产品和服务、积极参与和支持社区建设和公益事业等等;为社会创造就业、关注慈善事业、关心弱势群体、照章纳税等,此外,企业还应当对社会公益事业进行支持和捐赠,帮助教育、娱乐、贫困地区的发展。一个能够对消费者负得起责任的企业,必将被消费者所信赖。基于保护消费者权益的责任,有利于增加企业产品的忠诚度、知名度、美誉度,从而吸引消费者,提高企业竞争力,为企业发展创造更广阔的市场。而对政府和相关机构在管理社会公共事务上的支持,一般都能够争取到他们对自己经营上的支持,或者将他们的支持转化为产品的利益点加以传播,可以起到刺激销售的作用,帮助企业树立起良好的社会形象和品牌形象。可以说,企业行为与社会福祉息息相关,企业通过主动承担社会责任,可以将之变成一种企业品牌的投资、企业信誉的投资以及企业社会形象的投资,从而有效提高企业竞争力。

### (三) 环境关系下的企业社会责任

企业履行社会责任需正确处理企业活动与环境的关系,追求与环境的可持续协调发展,主要包括遵守国家和地方有关环境保护的法律法规,建立完善的环境管理体系,持续地改进环保工作,积极应对和规避环境风险,不断提高能源和原材料的使用效率等等。保护社会自然环境免遭污染,实现社会生态平衡是企业重要的社会责任。具体的做法有:遵守国家和地方有关环境保护的法律法规,建立完善的环境管理体系;企业在选择生产何种产品及应用何种技术时,必须考虑尽量减少对环境的不利影响;产品在生产过程中要考虑安全性,产品在消费中要考虑降低对环境的负面影响;企业设计产品及包装时,要减少原材料消耗,并减少包装对环境的污染;从产品整体概念考虑产品的设计、产品形体及售后服务的节约及保护环境等。

保护自然环境及社会生态平衡是企业主要的社会责任,也是我国企业参与国际竞争的必要方面。2004年10月,国际上《关于持久性有机污染物的斯德哥尔摩公

约》正式对我国生效。这是继1987年《保护臭氧层的维也纳公约》和1992年《气候变化框架公约》之后,第三个具有强制性减排要求的国际公约,对我国相关企业影响巨大。2005年8月,欧盟议会及理事会通过的WEEE、ROHS双环保指令对中国企业正式生效,从2006年7月1日起,中国企业在欧洲销售电子产品必须承担自己报废产品回收费用的责任。这就意味着企业必须重视对环境保护的社会责任问题。基于对环境关系的社会责任问题,已成为企业竞争力的主要方面。

实践证明,企业家积极承担社会责任

是企业品牌投资、是企业信誉投资、是企业社会形象投资,既达到了企业回报社会的目的,也符合企业发展的长远利益,有力的增强了企业竞争力,企业家只有重视自己的社会责任,承担历史重任,才能建立企业发展与社会环境的良性互动机制,从而促进企业长期稳定健康发展。

### 参考文献:

1. 秦颖,高厚礼.西方企业社会责任理论的产生与发展[J].江汉论坛,2001
2. 刘藏岩.刍议企业社会责任与竞争力[J].商业时代,2005

### ◀ 上接 98 页

业遗产能很好地与时尚、怀旧等要素结合,迎合都市人群的品味。

### 我国工业遗产旅游开发对策思考

近年来,在我国工业旅游发展的带动下,理论界对工业旅游的研究也获得发展,目前已有相当数量的研究成果,但对工业遗产旅游的研究尚不多见,大多数学者对工业旅游的研究,无论是基础理论分析或是案例研究,都主要集中于工业参观及展览方面,尤其强调对生产现场的参观及其开发模式等方面的研究。实务界更是对工业遗产认同者少之又少,甚至很多人把工业遗产不认为其为“遗产”。借鉴国外工业遗产旅游发展经验,并结合我国实际情况,我国在工业遗产旅游开发上要做到以下几点:

突出主题旅游特色,展示遗产景观与文化解读。工业遗产旅游不同于文化遗产,关键在于突出其鲜明主题。工业遗产开发不论是采用博物院模式、公共游憩空间模式还是与购物旅游相结合的开发模式,其展示方式都是共同的。工业生产主要包括原料采集、工艺制作、产品生产、包装运输几个环节,传统工业的发展依赖于自然环境,同时也使自然面貌极大改观,所以,工业遗产景观及其旅游开发反映出三个层次的变化:自然景观——文化景观——景观解读。既反映了自然的人文化过程,又演绎了工业史历程,通过一定的旅游方式解读工业文化景观,实现工业遗产旅游的开发。

集科普教育与旅游为一体,展示旅游教育功能。鲁尔工业区的亨利钢铁厂原是一个保留了欧洲文艺复兴时期建筑与文化景观的著名历史古城,目前已改造成为一个露天博物馆,其中设计了许多儿童可以参与并在废弃的工业设施中开展各种活动的游戏故事,通过故事了解建筑文化和工业生产知识,增加了旅游区的真实感和历史感,吸引了众多家庭旅游者。我国很多工业遗址也有这样的开发潜力,如三峡文物抢救发掘工作结束后,可在遗址地开辟专题展室,使游客直接现场感知,向游客展现一个主题鲜明的三峡文物宝库,既使游客对区域历史文化有了全面的认识,体现博物馆旅游的教育功能,也为游客到实地旅游打下良好的认识基础。

凸现企业旅游化识别,展示双赢战略。英国伯明翰的卡德布里世界和苏格兰威士忌文化遗产中心,都将工业遗产旅游和现有产品的品牌形象和销售结合起来,实现了经济效益和社会效益的双赢。苏格兰威士忌文化遗产中心的使命就是以传授知识和娱乐的方式促进威士忌的销售。这种双赢战略值得我国企业借鉴。国内一些企业已经做出努力或正在尝试。如四川全兴股份公司策划修建“水井坊遗址博物馆”,该遗址是1999年全国考古十大发现之一,堪称中国白酒的一部无字史书。该遗址对于企业品牌形象提升有非常大的作用。事实上,我国的酒、茶、中药、陶器、铁器、造纸等传统工业,都具有无与伦比的优势,如果将这些珍贵的工业遗产进行旅游化识别,其发展前景将会十分广阔。