

文旅为笔绘就融合画卷 航空为翼赋能经济腾飞

本报记者 罗珺 刘珂瑜



机场里繁多的商业体。

顾客购买青海特产。

机场一角。

顾客选购文创产品。

机场里琳琅满目的商品。

记者感言

在青藏高原的东部门户，西宁曹家堡国际机场(下称“西宁机场”)T3航站楼如一只展翅的黑颈鹤，正以独特的姿态诉说着青海的故事。

作为青海省“十四五”重点工程，西宁机场不仅是连接省内外交通枢纽，更是文旅融合的发展窗口与经济发展的动力引擎。

从“中华水塔”雕塑的灵动到雪豹“凌十三”的憨萌，从非遗文化的活态传承到青海特产的走向世界，西宁机场正以创新实践，书写着文旅融合促经济发展的新篇章。

文旅融合：

航站楼成为青海文化“会客厅”

走进西宁机场T3航站楼，仿佛踏入一座浓缩青海人文与生态的博物馆。以“中华水塔、三江溯源”为核心理念的主景观雕塑，用蓝、黄、红三色飘带象征长江、黄河、澜沧江，自穹顶倾泻而下，营造出“水天相连”的视觉震撼，让旅客刚踏入机场，便直观感受到青海“三江之源”的地理重要性。

中指廊的“青海之眼”圆形大屏循环播放可可西里藏羚羊、青海湖鸟岛等生态影像，将高原的壮美风光定格为旅客离港前的难忘记忆。

在文化元素的呈现上，T3航站楼实现了从静态展示到动态体验的跨越。

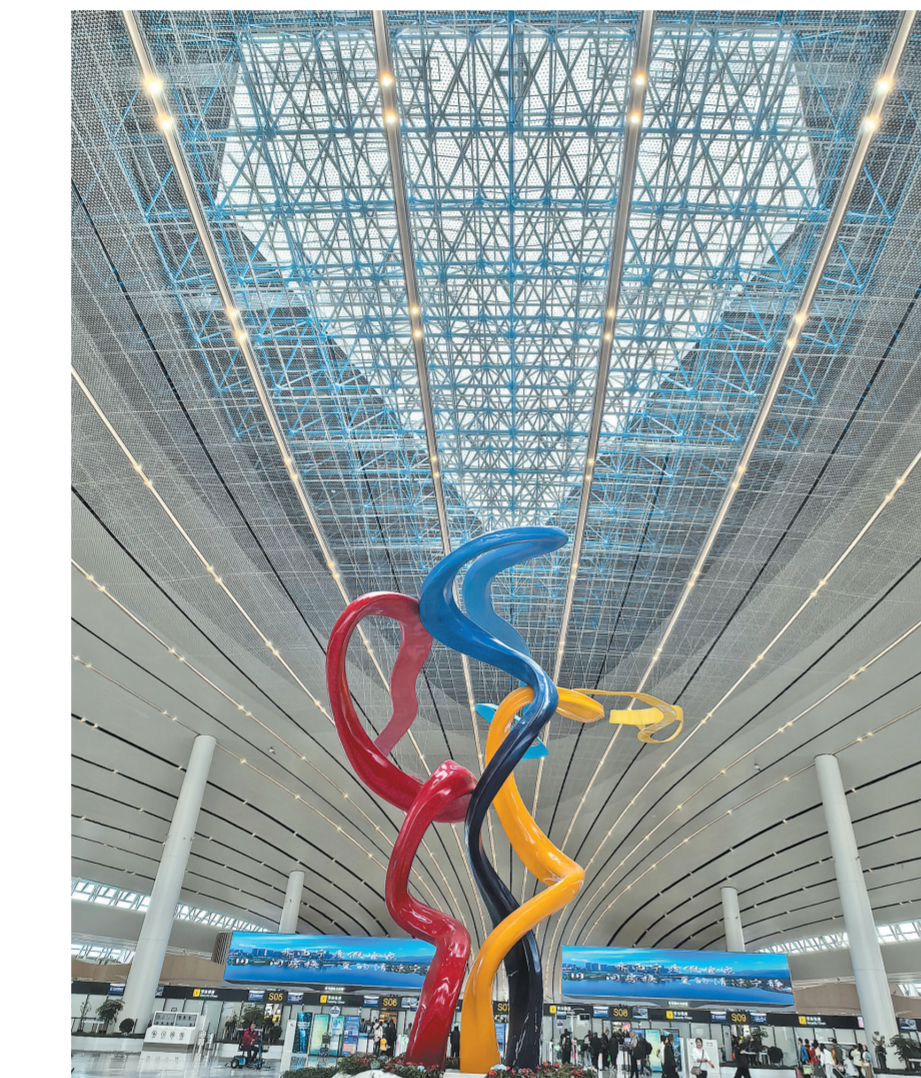
“出发大厅里，藏羚羊、牦牛雕塑以写实手法还原高原生灵形态，而雪豹IP‘凌十三’艺术装置则凭借萌态造型成为网红打卡点。这只身披‘雪山色’皮毛、带着粉色肉垫的雪豹，是公共艺术家黄飞春以青海濒危野生动物雪豹为原型创作的形象，不仅意在唤起公众生态保护意识，更成为西宁敞开友好怀抱的象征。”青海机场公司航站区管理部运行管理中心运行监察员靳风雪介绍。

为了让文化“可带走、可互动”，机场推出雪豹创意登机牌、爪印地贴、主题安检通道等设计，9月返场发放的6万张雪豹登机牌，发放日便被抢空，社交媒体上满是旅客的晒图与好评，“没想到机场登机牌能这么可爱，一下子就记住青海了。”成为高频评价。

非遗文化的活态传承，让航站楼充满人文温度。东指廊的互动皮影装置，让旅客能亲手操作，演绎河湟皮影故事；候机区座椅融入藏族彩绘与马家窑彩陶纹饰，花盆复刻青海出土的彩陶盆样式，让远古文明与现代人隔空对话。

9月25日至26日，机场开展的“传承匠心 非遗焕新T3”文化体验工坊，更是将非遗魅力推向高潮——静态展区展示国家级、省级非遗手工艺品，活态体验区由非遗传承人现场教学，旅客沉浸式体验河湟剪纸、丹噶尔皮绣技艺，汉服爱好者则身着传统服饰，在唐蕃古道主题展板前重现汉藏文化交融的千年记忆。

从T2航站楼到T3航站楼，西宁机场的文化建设完成了从单点突破到系统赋能的升级。T2仅在到达厅设置小型唐卡展示区，而



以“中华水塔、三江溯源”为核心理念的主景观雕塑。

T3将热贡唐卡、河湟皮影、马家窑彩陶等元素纳入“一芯、一环、多带”的设计体系，通过“地理意象具象化、文化脉络场景化、技术手段艺术化”的策略，打造可感知、可参与、可传播的文化体验空间。正如青海机场公司市场部副总经理张渊文所说：“我们希望让每一位旅客在出行中感受青海文化，让航站楼成为青海向世界展示魅力的‘会客厅’。”

商业赋能：

特色产品成为经济发展“新名片”

文旅融合的深入推进，为西宁机场商业发展注入新活力。T3航站楼整体商业面积达1.05万平方米，涵盖140多个点位，现阶段已引进21家商业公司，业态包括简餐、西式快餐、图书数码、特产便利、文创产品等，其中本地品牌占比65%，方便旅客“把青海味道带回家”。

在T3航站楼的青海特产店里，现烤牛肉干、手撕牦牛肉、青稞饼、藜麦饼等产品香气四溢，青海酸奶、藏红花、奶制品等特色产品销量持续向好。“很多旅客都是慕名而来，我们的牦牛肉选自玉树，肉质紧实，每天能卖出上百斤。”店员热情地介绍。

而作为青海绿色有机农畜产品代表的龙羊峡三文鱼，更是成为“明星产品”，8月份营业额约14万元，其刺身、烟熏、去皮鱼块等多样化产品，既便于携带，又融入生态理念，深受旅客青睐。

航站区管理部商贸管理中心副主任何凤超说：“为推动商业高质量发展，西宁机场以‘青悦行’服务品牌为抓手，创新商业管理模式。一方面，注重‘体验式消费’，将文化元素融入商业场景，如非遗文创店通过讲述产品背后的文化故事，提升旅客购买意愿；另一方面，强化‘精准化布局’，根据旅客需求优化业态分布，在候机区增设特色餐饮点位，在到达区扩大特产销售区域，让商业服务与旅客出行动线无缝衔接。”

从经营数据来看，T3航站楼自8月7日投运一个月内，青海特产店、手工艺品店、本土特色餐饮店销量领跑，充分体现外地旅客对青海本土品牌的认可。这种认可不仅带动了商业营收增长，更助力青海特色产品实现“品质提档升级”，推动青海从“产品输出”向“品牌输出”转变，让特色产品成为青海经济发展的“新名片”。

航空联动： 物流通道成为区域发展“新引擎”

如果说文旅与商业的融合是西宁机场的“内功”，那么航空物流的突破则是其赋能区域经济的“外功”。依托“绿色有机农畜产品输出地”建设战略，青海机场公司与西部机场集团航空物流有限公司青海分公司(以下称“物流青海分公司”)携手，以航空物流为纽带，打通青海特色产品走向全国、飞向世界的通道。

青海地广人稀，优质农畜产品对运输“鲜度”要求极高，而航空物流“快、稳、安全”的优势恰好契合这一需求。为绘制青海产业地图，工作人员深入各地调研，掌握祁连藏羊、门源牛羊肉、柴达木枸杞、玉树牦牛等农畜产品的存储量、加工量、品牌信息，筛选适合航空运输的品类。针对民航运输“运价高、难上门”的痛点，物流青海分公司推出“航空+冷链”模式，购置5辆厢式货车，与顺丰签订冷链保障协议，为客户提供“门口到门口”服务；同时，主动与航空公司协调专项运价，部分产品运价甚至低于陆运，并减免提货费、冷库使用费，大幅降低企业运输成本。

在多方努力下，青海三文鱼率先走出国门。2024年11月21日，第一批龙羊峡三文鱼通过西宁——曼谷航线运抵泰国，摆上当地高档海鲜餐厅的餐桌。为确保运输顺利，物流青海分公司业务主管张丽君克服语言障碍，通过与曼谷廊曼机场沟通，确认冷库温度符合三文鱼2-8摄氏度的冷藏要求，最终实现青海三文鱼“出国首秀”。截至今年9月16日，西宁机场以三文鱼为主的国际货物运输量突破100吨，预计全年达130吨，较2024年增长13倍，同时国内绿色农畜产品运输量达1.2万吨，计划全年完成1.6万吨，同比增长12%。

基础设施的完善为物流发展提供更强支撑。今年8月，西宁机场三期货站投运，面积达1.9万平方米，新增冷藏库、冷冻库、保鲜库，可满足牛羊肉、高原冷水鱼、冷冻蔬菜等不同温控需求货物的储存；原有货站改造为国际库后，服务保障水平进一步提升。据介绍，“十五五”期间，青海机场公司与物流青海分公司将继续深化产业链合作，通过“强网络、提品质、延链条、促融合”，为高原绿色有机农畜产品输出提供“高效、安全、便捷”的综合物流服务。

从文旅融合的“软实力”到商业物流的“硬支撑”，青海机场公司正以全方位的创新实践，成为青海高质量发展的“空中桥梁”。该公司有关人士表示，未来，随着更多文化活动的开展、商业业态的升级、物流通道的拓展，青海机场公司将继续以文化为魂、以航空为翼，在推动文旅深度融合的同时，为青海经济发展注入更强劲的动力，让青藏高原的特色魅力走向更广阔的世界。

当青海三文鱼从龙羊峡的碧波中跃出，经西宁曹家堡国际机场(下称“西宁机场”)的冷链物流飞抵曼谷餐桌；当雪豹“凌十三”的萌态登机牌成为旅客朋友圈里的“青海符号”；当“中华水塔”雕塑前的合影定格为人们三江源的初印象——西宁机场早已超越传统交通枢纽的定义，成为串联青海文旅资源与经济发展的“超级节点”。

枢纽的价值，在于打破空间壁垒，更在于重构资源链接的逻辑。过去，提及青海，人们想到的是遥远的高原、壮丽的风光，却也常因“山高路远”的交通限制，让文旅体验与特产输出面临“酒香也怕巷子深”的困境。西宁机场T3航站楼的投运，正是以“文化嵌入空间”的巧思，让交通枢纽变身“文化会客厅”：从河湟皮影造型的卫生间标识，到互动体验的非遗工坊，从循环播放生态影像的“青海之眼”，到承载高原记忆的文创产品，每一处设计都在消解“过境”的匆忙感，让旅客在候机间隙就能触摸青海的文化肌理。

这种“沉浸式文化体验”，不仅让机场成为青海文旅的“第一触点”，更将短暂的出行过程转化为深度的文化感知，为青海文旅产业拓展了“前序体验空间”，实现了“流量”向“留量”的转化。

如果说文化元素的植入是西宁机场激活文旅经济的“软实力”，那么航空物流的突破则是其撬动区域经济的“硬支撑”。青海的优势在生态、特色在农牧，优质农畜产品如三文鱼、牦牛肉、冷冻蔬菜等，对运输的“鲜度”与“速度”有着极高要求。

数据最具说服力：三文鱼国际运输量一年增长13倍，国内绿色农畜产品运输量稳步提升，这不仅是青海“绿色有机农畜产品输出地”建设的生动成果，更印证了航空物流对特色产业“赋能效应”——它助力青海的生态优势转化为经济优势，让“青货出青”从愿景变为常态，为乡村振兴与产业升级注入了强劲动力。

从“交通枢纽”到“经济文化枢纽”，西宁机场的转型，证明了枢纽不仅是“通道”，更可以成为“平台”与“引擎”——通过文化赋能，让地域特色焕发生机；通过物流升级，让资源优势转化为发展优势；通过多业态融合，让“流量”真正沉淀为区域经济的“增量”。

我们希望，未来，西宁机场能够为更多地域依托枢纽实现转型升级提供可复制、可推广的经验，也希望青海能利用飞机场、高速公路服务区，打造更多西宁机场这样的“地方会客厅”“经济文化枢纽”，在更大范围、更广领域、更深层次上激活文旅经济双循环，为青藏高原的高质量发展插上“腾飞之翼”。

以「枢纽之力」激活文旅经济双循环

罗珺

海亚馍馍： 让“健康味道”走向全国远销东南亚

本报记者 罗珺 通讯员 俞惠珍

覆盖全国各省，更通过跨境电商走进新加坡、马来西亚等国。

“从这月开始，东南亚的散客订单比上个月上涨30%，那边顾客说吃咱们的馍馍，就像尝到了家乡的味道。”马晓明介绍，2025年以来，依托政府衔接资金、帮扶资金与企业自筹，基地完成设备更新与车间扩建，七大功能车间让产能提升3倍，为拓展国内外市场筑牢了根基。

刚过去的中秋节，基地里更添几分忙碌。制作间里，工人正忙着制作传统月饼，而小麦、菜籽油、胡麻、香豆等关键原料，均源自附近农家。打包车间，装盒、贴码、封箱、装车，一气呵

成。

“我们的中秋月饼沿用农村老面发酵工艺，所有原材料都是村里乡亲种的。”马晓明说，如今月饼上线电商平台，浙江、广东的批量订单接踵而至，既想让异地老乡吃上一口家乡味，也想让更多人通过河湟月饼认识海亚的品质。产业发展的红利，也实实在在惠及了周边村民。基地现有28名员工，大多是附近村民，工资待遇在3000元至9000元不等，让大家实现了“在家门口就业”的梦想。“我在这儿干了2年，工作轻松还能照顾家里，平时就是干打包、粘盒子、装馍馍这些活儿，一个月能拿3500

元。”务工人员马生娟的话语里满是满足。

对于未来，马晓明有着清晰规划：计划开展车间开放日与馍馍制作直播活动，邀请更多人走进基地，实地了解原料来源与生产工艺。“我们不仅要让海亚的馍馍、月饼香飘得更远，更要帮助更多乡亲借产业实现增收，让‘蓝天白云’下的健康味道真正转化为大家的幸福味道。”

从“馍馍产业风情墙”勾勒的初心，到车间里大家鲜活的笑脸，海亚棍馍馍产业基地用“实在”工艺守住品质底线，以产业发展串联起乡村振兴与共同富裕的美好图景。



海亚棍馍馍产业基地工作人员制作馍馍。

本版照片均由本报记者 罗珺 摄

10月14日，走进位于西宁市湟中区上五庄镇友爱村的海亚棍馍馍产业基地，“蓝天白云”为底色的外墙彩绘率先映入眼帘——清新背景下，土炉烘烤的烟火气、田园风光与直播带货、物流配送场景生动呈现。这面“馍馍产业风情墙”不仅让基地成为辨识度拉满的“网红地标”，更直观传递出产品天然健康的理念。

“选蓝天白云做外墙底色，就是想让大家一进基地就感受到‘干净、纯粹’，这和我们做馍馍的初心完全契合。”基地负责人马晓明说，即便升级为现代化基地，老面发酵、无添加的传统工艺与品质标准始终未变，这份“实在”也成了基地发展的核心底气。

“黄色的这一层是姜黄粉、绿色的是香豆粉，都是植物香料……”镜头前，基地负责人马晓明正在向各地网友介绍自家馍馍。凭借这份“实在”，基地早早布局电商赛道。镜头前，手工制作细节、乡土食材的故事，让海亚棍馍馍快速圈粉。

如今，基地线上订单日均超1000单，不仅

一线故事