



编者按：从一艘功勋卓著的退役航母，演变为一座集编队观光、主题演出、国防教育、特色研学、红色培训、会务会展、娱乐休闲、影视拍摄八大功能于一体的综合性军事主题公园，泰达航母已完成从单一观光点到复合型产业平台的华丽蜕变。2024 年收入高达 2.6 亿元，2025 年品牌价值评估达 32.62 亿元。今年以来，泰达航母全面推进景区提质升级，实现“品质”与“效益”双向赋能，朝着“创建国家 5A 级旅游景区”的目标全速冲刺。

渤海之滨，天津之翼。一艘曾叱咤远洋的钢铁巨舰，锚定在时代的潮头，它不再只是昔日军事力量的象征，更化身为一座连接历史与未来、融汇硬核与温情的文旅地标，正以昂扬之姿，向着创建国家 5A 级旅游景区的宏伟目标全速进发。

刚刚过去的国庆中秋双节，当千架无人机在航母上空以毫米级精度编织出大国重器的恢宏光影、当大型沉浸式焰火将海天夜幕点燃如绚丽画布时，泰达航母主题公园再次以京津冀旅游“顶流”之姿，惊艳了无数人的仲秋时光。

这是泰达航母全力创建国家 5A 级旅游景区、经历系统性提质升级后的首次公开大考。累计接待国内外游客 15.3 万人次，游客量和收入位列天津市收费景区首位，并跻身高德扫街榜“全国驾车亲子游热门景区 TOP10”，网络平台相关话题曝光量突破千万次，航母官方抖音直播间上榜抖音全国景点游玩周榜单第二，天津景区游玩榜第一。这份亮眼的成绩单，既是市场对其吸引力的最强认可，也是其迈向更高远目标的“新起点”。

目标“5A 景区”，一个军事文旅的新标杆，正全速启航。

### “夜焰 IP”破圈引领 点亮强国底色

节日的夜空，因科技与艺术的极致交融而沸腾。“津彩盛焰·礼赞祖国”大型沉浸式无人机焰火秀，以铁甲航母为独一无二的背景，上演了一场超越想象边界的视听史诗。千架无人机如同被精密编程的萤火虫军团，以天为幕，以光为笔，在夜空中复现出航母编队的巍峨轮廓，以硬核科技写下对伟大时代的深情礼赞。旋即，传统焰火表演轮番献彩，“七彩祥云”如梦似幻，“金色麦浪”涌动丰收的喜悦，“紫霞云瀑”倾泻而下的浪漫……一幕幕绚丽场景，将磅礴的家国情怀与温馨的节日浪漫熔于一炉，让每一束光影都成为游客心中难以忘怀的记忆。



业内指出，这令人叹为观止的“夜焰 IP”，点亮了强国底色。如果说航母见证着“能战方能止战”的国防实力，那么焰火就映照出人民对美好生活的向往。在航母背景下绽放的焰火，既是传统文化的现代表达，更是强国梦想的生动诠释。

“夜焰 IP”已成为泰达航母撬动夜间经济、激发消费新动能的战略支点。回溯 2023 年，景区以敢为人先的魄力，创新推出大型沉浸式音乐焰火秀，成功点亮“航母之夜”，助力当年营业收入迅速恢复至 2019 年的 95%，净利润逆势猛增 68%。初战告捷，泰达航母趁势而上，在 2024 年深耕“焰火+”模式，通过拓展观演空间、升级演出形式，将航母夜场焰火秀打造为京津冀地区现象级的旅游产品。全年夜场开放 32 场，吸引客流 65.3 万人次，贡献了当年收入的 48%，夜经济的引擎作用凸显。

进入 2025 年，这一超级 IP 持续释放巨大能量，强劲拉动“春节”“五一”等黄金周客流与收入屡创新高，并多次荣登线上旅游平台天津市热门景点榜首，抖音平台全国游玩榜热度值第一，为区域文旅经济发展注入了强劲动力。

焰火虽绚，却非唯一。泰达航母的演艺版图，早已形成百花齐放的集群效应。王牌特技秀《航母风暴》《飞车特技》常年火爆，风扇机船、爆破火焰、高空跳水、极速漂移等惊险元素，将好莱坞大片般的现场感直接、猛烈地传递给每一位观众，场场演出座无虚席，引擎的轰鸣与观众的喝彩声此起彼伏。节日期间，《极限追逐》《极炫飞跃》等特技大秀限定回归，赛车高空飞旋、摩托后空翻等高难度动作，不断挑战着生理与视觉的极限，引发现场阵阵惊呼。

与此同时，一股强劲的“国潮风”也在公园内劲吹，为硬核的军事主题增添了浓厚的文化韵味。国内首创神话主题偶剧《神兽萌动奇遇记》华丽登场，四大神兽携使者天团与游客零距离互动，开启穿越千年的国风狂欢；非遗高跷木偶剧《凤鸣蛇舞》大胆颠覆传统，3 米巨偶搭配扎染醒狮头，带来强烈的视觉冲击；《幻彩巨龙秀》中，6 米高机械巨龙腾跃喷水，以现代科技唤醒千年龙魂；《赛博机甲秀》则巧妙融合工业美学与街头戏剧，4 米高机械巨偶天团诠释着独特的赛博东方浪漫。从文化商业街每日上演的近百场街头互动表演，到科学魔法秀中徒手驭烈焰、空气炮轰鸣的奇妙瞬间，再到萌宠 IP

“吉福、抱豹、妃妃”的空降问候，国庆中秋期间，即便在降雨的情况下，泰达航母也用总计 540 余场的各类国潮非遗演出，确保了游客体验的丰富性、互动性与满意度。

其被评为“国家级夜间文旅消费集聚区”，并成功入选“2025 中国旅游产业影响力案例”，可谓实至名归。

### “军事 IP”底蕴深厚 硬核资源赋能文旅新格局

所有的流光溢彩，其最坚实、最独特的基底，是那铮铮铁骨的“航母编队”。

泰达航母无可替代的核心竞争力，正源于其拥有的这一核心战略资源——以退役航母为旗舰，与“重庆号”驱逐舰、“长城号”潜艇以及护卫艇等组成的实景舰队，辅以多种退役装甲车、战机、高炮，共同构成了国内唯一、不可复制的硬核军事景观群。

节日期间，“编队探秘”体验持续点燃来自四面八方游客的求知欲与崇敬心。游客们纷纷登临航母，循着指引深入这座迷宫般的海上堡垒的舱室，走进昔日的作战指挥中心，触摸那些布满按钮与仪表的控制台，仿佛能听到远海的回响；步入“重庆号”驱逐舰，甲板上的海风似乎还在诉说着它乘风破浪、守护海疆的铁血征程；躬身穿梭于“长城号”潜艇狭长而紧凑的舱室，则能深切体会到深海无声战场中所需的生存智慧与极致纪律。这三舰联动的深度探秘体验，让冰冷的钢铁巨舰“活”了起来，变成了一部立体的、可触摸的、能对话的军事教科书。

泰达航母的过人之处，更在于它深挖功勋舰艇背后的精神富矿，将国防教育与文旅体验无缝融合。一段发人深省的解说词，常能将游客的游览体验瞬间升华至家国情怀与历史反思的高度：“这艘航母从叱咤风云的‘战斗舰’变成了引人深思的‘教科书’，它的辉煌与落寞，是世界格局变迁的缩影，更是一片历史的镜子，向我们揭示着颠扑不破的真理：‘强国必须强军，军强才能国安！’没有强大的国防，再辉煌的文明也可能蒙尘；我们真正的安全，永远来源于今日中国不可撼动的军事力量！”

讲解中，工作人员还会巧妙融入最新的国防成就，如指着图片介绍：“这边您看到的是我国自主研发、世界领先的重型鱼雷——鱼-10 型鱼雷，就在不久前的九三大阅兵上，它作为水下兵器方队的一员首次公开展示，标志着我国的鱼雷技术已跻身世界先进行列……”这让国防教育不再是枯燥的说教，而是紧跟时代、有血有肉、可感可知的真实叙事。正是这种建立在独特资源上的实景课堂，使得泰达航母年均接待研学青少年超 10 万人次，累计已超 300 万人次，并先后获评“国家国防教育示范基地”“全国研学旅游示范基地”等国家级荣誉。

“军事 IP”的强大能量，同样重塑了景区的文旅消费格局。在文创自主研发赛道，景区以军事武备为原型，以“情感共鸣”为锚点，成功塑造出“吉福”“抱豹”“妃妃”等一系列萌系 IP 形象，累计推出超 300 款原创产品，让硬核的军事文化以亲和、有趣的方式走进日常生活场景。另一方面，与顶尖军事文创品牌深度合作，引入中国航母编队模型、纪念徽章，森宝



联名舰船拼模等 116 款细分产品，将产品矩阵的广度与深度延伸至“海陆空天”四个维度，满足从军事迷到普通游客的不同层次需求。截至目前，景区文创商品占比已达 62%，带动整体商品收入提升 57%，有效激发了二次消费潜力，实现了文化传播与商业价值的双向赋能。

### “文旅+科技”深度融合 智慧体验焕发新生

在泰达航母，科技不再是冰冷的技术堆砌，而是赋予厚重历史与硬核军事以新体验新感受的有力手段。

以“航母征程”沉浸式体验项目为核心，利用裸眼 3D 技术对“玄武岩导弹库”“机库”进行数字化升级，模拟反舰导弹填装发射、舰载机起降等场景。当游客步入其中，不再只是观看静态陈列，而是有了更直观的感受。

此外，AR（增强现实）、VR（虚拟现实）等技术的广泛应用，相继打造世界舰船发展史、中国舰船体验馆等多形式的沉



浸式新场景。这些科技手段不仅重塑了游客的游览体验，更极大地增强了军事文化的传播效果与感染力。

智慧化建设同样渗透至景区运营的每一个“毛细血管”：通过搭建集智慧导览、智慧安防、智慧停车、智慧票务等系统联动的“一站式管理平台”，景区大幅提升了管理效率和应急响应能力，并推出功能完善的“泰达航母”微信小程序，更为游客提供了从出行前规划、购票，到入园后导航、餐饮、购物、离园的全流程便捷服务。一位首次来访的北京游客展示着他的手机小程序界面：“你看，从找车位到找厕所，从演出时间到餐饮购物，一目了然。还能一键导航，不怕在航母里迷路了，这种体验非常现代、非常贴心。”

科技，在这里真正成为提升服务品质、优化游览体验的隐形助手。

### 硬件硬起来 软件暖起来

创建 5A 级景区，是一场关于细节、温度与耐心的长期竞赛。

泰达航母将“生态与人文共生”的理念深度融入景区文化体系建设之中，巧妙地将军事主题的仪式感、威严感与游览环境的生态舒适度相结合。停车场区域新增 3400 平方米绿化面积，并配以航母螺旋桨造型的景观地标，让原本硬化的交通空间变身成为一道宜人的“绿色缓冲带”，使功能性的交通保障兼具“便捷”与“生态”双重属性。景区主广场同样新增 1600 平方米绿化，并利用中心闲置空间巧妙增设花圃及中国航天景观地标。景区总绿化面积达到 24.6 万平方米，绿化覆盖率近 50%。在拓展生态景观空间方面，南岛湿地生态保护区面积达 45 万平方米，进一步夯实了景区绿色生态底蕴，实现了环境效益与人文价值的协同发展。

在硬件设施升级上，景区进行了一场“由表及里”的全面革新。为解决游客的如厕、停车等问题，景区新建及改扩建一类、二类旅游厕所共 14 座，新增厕位达 20%，厕所在保持洁净无异味的基础上，还增加了军事元素装饰。停车场则优化了动线设计，显著增加了充电车位等特色功能区，并新增智慧停车系统，通过车牌识别和车位引导，有效改善了“停车难”问题。在主要游览路线新增无障碍通道，增设了舰尾至军体的海上栈道，并建设了从军体至北岛海风广场的海上栈道，有效缓解了北岛夜场散场人流压力，实现景区内人车分流。

在软件服务与管理方面，泰达航母以“精细化管理、高品质服务”为黄金标准，全面优化运营体系。通过持续强化员工服务意识与专业技能培训，组建起一支形象佳、讲解精、服务暖的专业讲解员队伍和志愿者服务队伍。景区内增设的二级、三级游客咨询服务点位及流动服务点共计 40 余处，确保了游客在任何角落遇到问题都能得到及时响应。

这一切的努力，最终目标就是实现“硬件硬起来、软件暖起来”的双重提升，让游客在感受大国重器震撼的同时，也能体验到无微不至的人性化服务。

站在新起点，泰达航母的航向清晰而坚定；它以 5A 标准为标尺，持续丈量着每一处细节的优化，激发着每一个产品的创新潜能。未来，泰达航母将继续深耕这片硬核与温情并存、历史与未来对话的独特领域，让军事文化体验更有深度，让文旅项目更富趣味，让服务品质更具温度。

它的前方，是成为中国军事文旅标杆的星辰大海，是一片更加波澜壮阔的深蓝。

文 张帆