

走，到主题邮局打卡去

核心阅读

中央经济工作会议提出，创新多元化消费场景，扩大服务消费，促进文化旅游业发展。多地邮政部门立足地域特点、文化特色，打造消费新场景，主题邮局风格各异，吸引众多游客打卡，成为文旅消费市场新亮点。

北京地安门主题邮局——

讲述二十四节气的故事

漫步长廊，购特色文创、寄节气邮品；临窗小坐，观碧波垂柳、品香醇咖啡……什刹海畔、万宁桥旁，北京西城区地安门邮局人来人往。地安门邮局始建于1906年，游客在这里参观游览、拍照打卡，好不热闹。

百年邮驿何以变身网红景点？“这背后是一场主题化改造。”中国邮政集团有限公司北京市西城区地安门邮政支局局长门桂菊说。

2016年底，“二十四节气”申遗成功，门桂菊有了新想法：“以邮局来讲述非遗故事，从传递信息转向传播文化。”

走进主题邮局3楼的创新工作室，以“邮政绿”为底的一面墙上，集中展示了主题融合成果——从“中国印的二十四节气”到“舌尖上的二十四节气”再到“诗歌里的二十四节气”，封、片、戳、折、卡等形式多样，地安门邮局创新设计出一系列节气邮品。

不仅要开发产品，还要进行实景焕新。2023年起，邮局用一年多时间进行翻新。2024年底，改造后的主题邮局重新开放。

楼梯入口，一幅巨大的中轴线特色建筑幕布映入眼帘。拾级而上，二十四节气的画框一路变换。及至2楼，“邮政绿”与“中国红”交织：近处，腾出9处窗景，妙用框景手法，让游客感受小桥流水、飞阁重檐；远处，是“四时走廊”，游客在画作中体味由南到北的四季盛景。

主题改造，是进行时。软件“上新”。考虑到地处北京中轴线和京杭大运河交会处的独特位置，地安门邮局以“北京中轴线”申遗成功为契机，设计推出系列邮品。

硬件“焕新”。兼顾“中国风”和“邮政味”，地安门邮局进行外立面改造，以“红墙+浮雕”的形式，更好体现二十四节气主题。

“改造后的主题邮局融合了二十四节气的丰富物候和京杭大运河的厚重文脉，营造出具有文化深度和生活美学的文创空间。”门桂菊介绍，在这里，游客不仅能邮寄特色明信片，还可以通过时光邮局撰写“给未来的信”。“产品、业态‘新’起来，老邮局也能成为新地标！”门桂菊说。

山东青岛海洋研学主题邮局——

和“蛟龙”号一起探索深海

“踩过‘7062米’台阶，就能推开‘蛟龙’号舱门！”设有螺旋楼梯、深海邮筒、“给科学家写信”等创新场景，位于山东青岛即墨区青岛蓝谷创业中心的海洋研学主题邮局，吸引了众多游客前来参观体验。

在海洋研学主题邮局楼前，一个“蛟龙”号卡通邮筒立在螺旋楼梯入口处。邻近的台阶刻着“7062米”的深海纪录，两侧墙面随高度变化展示着不同内容——深海区游弋着发光乌贼，中浅海区贝类与海带交织，顶层“海平面”处，仿真“蛟龙”号舱门正待开启。“在这里，孩子们能认识多种海洋生态。”青岛蓝谷三航科技综合实践教育基地负责人焦磊清说。

推开“舱门”，来到海洋研学主题邮局内部，展柜上陈列着“深海探索”邮票、“蛟龙”号邮戳等限定文创。

邮局为何与海洋科研携手？还要从“蛟龙”号说起。

2012年6月，在西太平洋马里亚纳海沟区域，“蛟龙”号载人潜水器成功下潜至7062

米。当月，“蛟龙”号深海邮局在青岛崂山区正式成立。2022年5月，国家深海基地在即墨区通过竣工验收后，邮政部门与该基地多次对接，研讨将“蛟龙”号深海邮局迁入基地。在相关部门支持下，双方同意在青岛蓝谷设立海洋研学主题邮局。

“海洋研学主题邮局不仅是一个研学场所，还是开拓消费新业态的平台。”青岛蓝谷管理局文旅产业招商中心主任刘芳媛说。

主题邮局联合国家深海基地、山东大学等科研院所和高校，开发“‘蛟龙’号科考日记”等相关海洋研学课程，向广大青少年普及宣传深海科考知识。

除了创新教育场景，主题邮局还不断丰富文创生态，不仅设计了个性化邮票海洋研学证书、科研院所联名邮票手账本，还推出非遗烧箔画“深海蛟龙”等一系列文创产品。

中国邮政集团有限公司青岛市分公司副总经理臧振东表示，下一步，公司将同青岛蓝谷一起，联动即墨古城、鹤山等资源，打造研学矩阵，助力青岛文旅消费升级。



山东青岛，小学生在海洋研学主题邮局观赏集邮册。张涛摄(人民视觉)



四川成都，游客在熊猫邮局暑袜街旗舰店参观游览。王明峰摄

四川成都熊猫主题邮局——

特色文化IP彰显新魅力

“妈妈，给我和YOYO拍个合影。”“我要去盖章喽！”四川成都熊猫邮局暑袜街旗舰店门口，来自福建福州的黄女士一家三口正在拍照。女儿姐姐搂着熊猫YOYO卡通雕塑拍照，开心地跑进邮局盖章。

熊猫邮局是中国邮政集团有限公司成都市分公司打造的文创品牌，其IP形象YOYO是一只戴着邮政帽、围着绿围巾、斜挎着小邮包的熊猫。

熊猫邮局暑袜街旗舰店对面，是拥有百年历史的成都市老邮电局，两栋建筑一新一旧隔街相望，成为成都的网红打卡点。

进入熊猫邮局，姐姐直冲盖章处，面对100多枚印章，一时不知先盖哪个。黄女士的丈夫张先生则被明信片墙吸引，墙上的1000多张明信片样式各异、创意新颖。

在文创区，钥匙扣、冰箱贴、玩偶等产品琳琅满目，黄女士难以取舍。“这个跷跷板冰箱贴可以动，那个风车冰箱贴能转。您也可以选择单店限定产品，在其他门店买不到的。”熊猫邮局工作人员杨凯洋介绍。

最后，黄女士选了几款单店限定产品，满意地结账。张先生精心挑选了大熊猫“花花”实景明信片，写好祝福语后，投进了时光邮信件箱，“给4年后的我们寄封时光邮件。”

除了寄信、盖章、寄包裹等邮政服务，我们还在2楼开办了熊猫餐厅，有熊猫拉花咖啡和主题套餐。”趁着黄女士结账，店员做起了推荐。“我学会了很多四川话。”姐姐扬着手中盖满四川方言印章的本子，拉着爸爸妈妈要去2楼吃东西。

熊猫邮局融合了邮政文化、熊猫文化与天府文化元素，依托熊猫YOYO的IP形象，已开发出明信片、集邮品、周边衍生创意产品、留声明信片等2000余款特色产品。

“熊猫邮局在成都6家直营店，每年吸引大量游客前来打卡，70%都是年轻客群。”熊猫邮局负责人唐晓介绍，目前，熊猫邮局日均客流量近3000人，单店年营业额超千万元，凭借独特的文化魅力和创新的运营模式，正成为成都文旅地标之一。

链接

截至去年底全国主题邮局达838家

广西柳州市，螺蛳粉主题邮局让“文化味”与“烟火气”实现双向奔赴；青海格尔木市，唐古拉山镇的“长江1号”主题邮局是展示长江生态文明的窗口；新疆阿勒泰地区，雪都邮局搬进滑雪度假区，寄递服务与体育运动融合……

近年来，各具特色的主题邮局涌现，或以历史文化为依托，或以自然风光为灵感，或以民俗风情为特色，将邮政服务与文化创意相结合，更好发挥以邮彰文、以

邮促旅、以邮惠民的作用。自2009年首家主题邮局成立以来，主题邮局逐步发展成熟，成为“交+旅+邮”服务实践平台。数据显示，截至2024年底，全国共有主题邮局838家，实现收入3.55亿元，其中位于5A级景区的主题邮局159家。覆盖广、触达深的邮政网点，正主动适应消费新趋势、新需求，推陈出新、与时俱进，让邮政文化在新时代焕发新光彩。

据《人民日报》



游客在北京地安门主题邮局选购文创产品。富田摄(影像中国)