

不少高科技企业把实验室变成体验馆、把生产线打造成观光线——

中国工厂，海外游客新目的地

本报记者 廖睿灵

续对话中建立信任，以此推动中国的技术能力和全球行业需求、产业资源有效衔接，让‘对话’转化为可落地的‘合作’，进而让AI赋能更多行业、企业。”

这股热潮何以发酵并持续？

——入境游“门槛”在降，“落地体验”更顺，“行李箱”里的高科技产品更多了

当很多海外游客拿着攻略，按图索骥寻找长城、大熊猫、兵马俑时，另一群游客已更新了行程单：去广东深圳看无人机展演，在上海试乘无人驾驶车，到浙江杭州钻进机器人咖啡馆……这些行程，被称作“中国科技游”。

从北向南，从工厂车间到智慧街区——如今，越来越多中国的高科技企业敞开大门，把实验室变成体验馆、把生产线打造为观光线。一个个“硬核”又“好逛”的科技场景，正成为海外游客的新目的地。

海外参观者为何而来？

——“人们把中国视为一个研究学习的对象”

“人们把中国视为一个研究学习的对象”——这是百观科技首席执行官吴冕卿的观察。他曾组织海外考察团来华，接待过数十名海外投资者、企业家、公司高管。路透社近日在《“科技朝圣者”涌入中国工厂》一文中援引了他的这句话，吴冕卿表示：“这样的趋势在几年前几乎还不存在。”

来自英国的Lilian就是体验者之一。她最近参加了一趟“中国科技游”，目的地覆盖深圳、杭州等城市。她在一海外论坛看到“中国科技游”广告后报名，“体验超乎预期”。“导游带我们体验了机器人出租车、无人机配送，还参观了小米和大疆的展览。”她说，“看到中国的这些科技产品，让我感觉自己仿佛生活在未来。”

在一些海外社交平台上，“China Tech Tour”（中国科技游）路线不少。海外媒体精准捕捉到了这一热度。路透社的报道写道：人形机器人在车间作业，AI模型挑战全球对手，电动汽车工厂以惊人的速度下线新车——这些场景正在吸引一批新的“游客”涌向中国。

这些“中国科技游”产品，报价从几千到上万美元不等，并不便宜。某海外平台上，一个为期6天的“沉浸式参观项目”，价格超过1万美元，目的地是上海、杭州。项目简介写道：“为专业人士、企业家和创新人员设计，帮助他们探索中国这个发展最快的市场”。

海外参观者为何愿意为此买单？

全球化智库副秘书长王子辰曾多次与来中国的欧美考察团交流。他发现，这些考察团背景多元，有学者、传媒行业从业人员、商业人士等。他们按不同主题组团、来华考察，包括生物医药团、机器人团等。“一些考察团来‘中国科技游’的原因很直接：中国在科技领域进展很快，光看论文不够，必须亲眼来看。”王子辰说。

越南《劳动报》、俄罗斯《生意人报》注意到，“中国科技游”火热背后有一个深层次



▼在广东深圳，入境游客体验机器人服务、无人机外卖等科技成果，到商店选购AI眼镜、无人机、智能机器人等中国“新特产”，感受创新城市别样的旅游特色。图为来自牙买加的游客在深圳龙岗全球首家机器人6S店参与互动游戏。 新华社记者 梁旭摄



变化：越来越多专业人士将中国的科技城市“作为硅谷的替代”，进行实地调研。这不仅

是观光，而是对竞争力的重新评估，甚至可能影响未来投资决策。

外国考察者看到了什么？

——体验新技术，了解中国科技生态体系，探讨跨境合作可能性

“中国科技游”趋势下，这些走进中国科技企业、进入工厂一线的外国考察者，看到了什么？

有人看见了新鲜的技术。

来自美国的Johnson参加了深圳“科技

游”，他向记者形容，“深圳就像东方的硅谷”。“我们体验了无人机配送、无人驾驶出租车。不仅在‘台前’感受新技术，还从‘幕后’亲眼看到了食物装进无人机、开始配送的全过程。这些我本以为很遥远的科技，竟已‘丝滑’嵌入中国人的日常生活，真是大开眼界。”

有人感受到了中国完整的科技生态。

深圳华强北，被视作“中国电子第一街”。来自法国的创业者Lucas曾到这里参观，“华强北的速度和效率让我很惊讶。一家企业负责人告诉我，如果我有产品需求，只要告诉他们大致的想法，他们就能在华强北完成采购、打样、生产，大概48小时就能让想法落地，之后再跨境出海。”Lucas说，“很难想象，一座城市里的一个商圈，就能让天马行空的创意快速落地。可见背后有多么完整、成熟、响应快速的产业生态。”

还有人看见了前沿技术跨境合作的可能性。

今年，范式智能接待了来自新加坡、印度、荷兰、巴西、澳大利亚等国家的商务考察代表团，成员涵盖政界人士、商业合作伙伴、行业专家及投资人士。范式首席战略官曾慈雯告诉记者，参观团走进企业展厅，了解了范式Token工厂的技术研发、商业化落地实践，共同探讨企业级AI的应用方向和合作机会。

“这类参观交流的价值不仅在于展示技术，更在于建立双向认知：让全球产业和投资机构，能更具体地了解我们在企业级AI领域的技术能力和应用环境，也让我们更深入理解不同市场、行业的真实需求。”曾慈雯说，“我们希望围绕技术能力、应用价值开展对话，以开放、透明的沟通，推动各方形成对技术可控、应用可靠的共同理解，并在持



▲亚太地区媒体团近日走进中国企业影石参观，不少参观者“种草”品牌产品，当场下单。 受访者供图

入境游火热，“科技游”焕新

历新建

深入到独具特色的三四线甚至更多其他低线城市。这一扩散趋势同样体现在“科技游”上——科技体验不再只是北上广深的“专利”，杭州、合肥、苏州等城市也凭借各自的产业特色，成为外国考察者的新目的地。

入境游增长快、空间扩散的基础上，“体验多元化”的趋势也愈发明显。如今，入境游客来华旅游正经历从“观光中国”到“体验中国”的转变，他们不仅体验名山大川、人文古迹，还更多体验中国的时尚潮品、非遗生活、前沿科技。一段时间以来，“中国购”“中国学”等热度显著增长。如今“中国科技游”兴起，“体验中国”更是从文化消费延伸到了产业现场，外国游客正从“看中国”走向“看未来”。

“中国科技游”的火热，有望对产业发展、国际合作、品牌“走出去”产生积极影响。

一方面，这能显著提升国家国际形象。如今，越来越多海外投资人、企业高管和创业者专程来华，走进工厂车间、体验AI产品，感受中国科技的硬实力，参访交流过程中，有机会达成相关合作、拉动有关投

资、建立良好关系。而一些非专业人士参与“中国科技游”，则有利于其打破既往偏见。他们亲身体验了中国科技产品、近距离接触中国创新成果后，有望对中国科技、中国企业形成更全面的认知，增强其对华好感度，客观上也能为中国发展营造更好的国际环境。

另一方面，这将为中国经济发展注入动力。数据显示，2025年，我国接待入境游客15450万人次，增长17.1%，入境游客总花费1311亿美元，增长39.2%。为了让更多入境旅游的规模“流量”转化为时间“留量”、产品“销量”、经济“增量”和发展“增量”，入境旅游领域不仅在价格、服务等方面持续优化，更在业态创新、服务创新、产品创新、政策创新等方面持续发力。从“观光中国”到“体验中国”，外国游客可以沉浸式观赏旅游演艺、观看无人机表演、乘坐高铁感受顺畅网络、走进工厂体验前沿科技……今天的中国入境旅游，不仅做到了“好看好玩”，还十分前卫、充满“未来感”。这些丰富的“科技游”场景，能吸引越来越多的入境旅游消费，带动目的地经济社会发展。

面对“中国科技游”趋势，如何抓住这一新增增长点？当前入境旅游的堵点、卡点，正是可进一步改造之处——

旅游配套方面，应在延续免签政策红利

的同时，进一步优化相关服务软硬件的使用，提升便利化水平；旅游场景方面，可为入境游客提供更多选择，根据不同

点、不同需求的外国参观者，提供与其旅行时间、消费水平、旅行目的适配的“科技游”体验产品组合；行业企业方面，参与“科技游”的中国企业、中国品牌，应从品牌构建的角度出发，重点抓好品牌传播、服务优化、提升现场体验等，让“科技游”和“中国购”结合起来，在“人进来”的同时，更好推动“货出去”“服务出去”，以此为窗口，不断提升中国品牌的国际传播力、影响力。

（作者系北京第二外国语学院首都文化和旅游发展研究院执行院长）

