

视点
中国新闻奖名专栏

□ 本报记者 杨阳腾 刘 亮

外国游客乐享深圳“科技游”

乘坐无人驾驶出租车穿梭城市、体验无人机配送奶茶、在机器人6S店与各类机器人互动、到华强北选购智能硬件产品……今年暑期，深圳迎来海外游客“避暑+科技”旅游热潮。越来越多外国游客不再满足于观光购物，而是通过一系列沉浸式体验，近距离感受中国科技创新活力。

口岸客流数据印证了这波热潮。深圳出入境边防检查总站统计数据显示，截至8月13日18时，今年经深圳口岸出入境人员达1.82亿人次。莲塘边检站边防检查处副处长黄志强介绍，截至目前，今年经莲塘口岸入出境外国旅客达19.6万人次，同比增长21%，其中免签入境的外国人同比增长22.7%。针对客流上涨，莲塘口岸增设岗位、完善双语标识，做好入境政策现场解读，为旅客提供便捷通关保障。

感受智慧生活方式

深圳人才公园成为不少外国游客的打卡地。园内美团无人机配送点，六轴无人机穿梭楼宇完成空中配送，自动投放餐盒、自主避障返航的全过程，引来游客啧啧赞叹。西班牙游客莉娜现场下单了奶茶，并用手机记录无人机送餐全过程。莉娜感慨道：“这让我真切感受到中国先进的未来生活方式。”

目前，美团在深圳已开通近60条无人机航线，完成约70万单配送，即时零售服务覆盖办公、社区、景区、市政公园、校园、图书馆等多种场景，合作品牌超1000家，可提供超16万种商品。

在南山、前海、宝安的街头，无人驾驶出租车是海外游客追捧的科技游戏体验项目。手机下单，即可呼叫小马智行无人驾驶出租车，车辆支持蓝牙解锁、语音控车，还提供外语交互、适配外国游客使用习惯。

位于龙岗区坂田街道的全球首家机器人6S店内，可以见到人形机器人弹琴、跳舞、制作咖啡拉花，还能体验脑控赛车。越南游客杨才最感兴趣的是具备拉花打印功能的咖啡机器人。“这是我从未见过的新技术应用，很有趣。”杨才说。

法国游客沙尔莉娜带着孩子前来，称孩子们十分喜爱与小型机器人互动。店长周方正介绍，该店运营一年多已成为海内外知名打卡地，每天都有外国游客慕名而来，今年适逢深圳APEC年，门店专门配备懂外语的店员，向外国游客展示中国机器人领域的技术实力。

如果说无人车、空中外卖、机器人互动是智慧城市生活的生动缩影，华强北则被视作“科技土特产选购地”。作为全球规模最大的电子产品交易集散地，华强北集聚11.5万家商事主体、35家专业电子市场。AI翻译眼镜、智能手表、人形机器人、便携AI音箱、全景相机等智能产品备受青睐，日均接待外籍客商超8000人次，很多外国游客在这里采购智能设备自用，或是当作伴手礼。

丰富供给体验多样化

面对入境科技游热潮，本地旅行社推出特色旅游产品以满足客群差异化需求。深圳华侨城国际旅行社有限公司运营管理中心经理许湘萍介绍，面向商务产业对接客群，旅行社安排智能制造、人工智能、机器人产业工厂实地探访；面向科研学术交流群体，打造南山科技园、华强北产业链走访，搭配机器人编程、3D打印、航天科普展馆、科技馆等沉浸式项目，兼顾科普教育与观光

休闲。

数据显示，华侨城国际旅行社2025年接待外籍游客约3500人次，今年上半年接待外籍游客已超4600人次，科技类客源占比持续走高。“科技游路线中，无人机配送和无人驾驶是最出圈的科技游戏体验项目。”许湘萍表示，海外游客评价无人机配送如同科幻场景，全自动起降避障、标准化取件流程广受好评；无人驾驶出租车初次体验时会让人略感紧张，但行驶平稳、避障灵敏、安全性高，性价比突出，成为很多外国游客行程里的必体验项目。除科技游之外，旅行社还开发八大类22项复合型旅游产品，可交叉组合科技、文化、滨海、美食、商务购物、康养等多元旅游项目。

数字科技与传统文化的融合同样吸引外籍游客。在锦绣中华民俗村，泼水狂欢、民族风情演艺、非遗互动，加之全息数字人IP“锦绣天团”，给外国游客带来别样体验。景区配齐AI多语种讲解、多语种導覽标识，并实现全链路跨境支付。

今年暑期，来自东南亚、欧美等地的游客数量较去年同期上涨50%。法国游客安托万说：“《龙凤舞中华》很震撼，AI数字人表演展现了中国文化的未来感，让我看到了中国的另一面。”

中国(深圳)综合开发研究院数字经济与全球战略研究所所长曹钟雄表示，深圳科技游走红折射入境游全新发展趋势。传统入境游依靠历史古迹、自然风光吸引游客，深圳则开辟出差异化“科技产业沉浸式体验”入境文旅新赛道。

“深圳自动驾驶、低空配送、机器人服务走向规模化落地，在这座科技之城，游客沉浸式体验全球前沿科技成果，直观具象感知新质生产力的魅力和活力，颠覆海外群体对中国科技生活、城市发展的固有刻板印象；跨境支付、多语种服务持续完善，降低外国游客消费出行门槛，良好的国际

化服务生态进一步增强了科技文旅吸引力。”曹钟雄说。

配套服务增添便利性

入境游的火热离不开跨境消费、多语种服务等配套支撑。腾讯金融科技副总裁洪丹毅介绍，微信支付“外包内用”已支持13个国家和地区40多个境外钱包，外国游客可直接用本国钱包扫码支持微信支付的二维码消费；面向APEC相关国家和地区的来华游客，腾讯将支付指引翻译拓展至16种语言，在机场、口岸、酒店、商圈布设线下咨询台，搭配7×24小时多语种线上服务，实现多场景服务覆盖。

在深圳，办理离境退税正变得越来越“丝滑”。“深圳打造‘多语种线上小程序+线下智能自助终端’双线服务载体，推动退税申报、口岸核验、资金退付、记录溯源全链条实现自助化、无纸化快速办结。”国家税务总局深圳市税务局第二税务分局副局长黄涛介绍，退税自助机最快2分钟内即可完成退税申请，并在原有的现金、银行卡、微信、支付宝等基础上，全国首创数字人民币硬钱包退税。截至目前，深圳离境退税商店总数已超2500家，“即买即退”集中退付点达16个，实现核心商圈、景区、交通枢纽全覆盖。今年1月至7月，深圳离境退税商品销售额与退税额同比增长98.2%，

其中“即买即退”商品销售额与退税额同比增长39.5%。

此外，自7月1日海关实施小额抽检、无纸化办理新政以来，深圳海关协同发力，细化服务举措、强化部门联动，推动离境退税新政在深圳平稳落地，政策红利持续释放。深圳海关行邮监管处行李物品监管科副科长孙逸明介绍，仅今年7月，深圳海关共受理离境退税申请单1.3万票，为旅客办理退税金额1.7亿元，环比分别增长3.3%和0.7%，小额抽检最快20秒办结。深圳海关立足口岸实际，构建海陆空全覆盖的离境退税口岸布局，6个离境退税口岸数量位居全国前列。

离境退税服务的持续优化，正在为外国旅客深圳游提供实实在在的便利，让“购在中国、深圳之约”成为入境消费的新名片。曹钟雄建议，深圳可持续深挖低空经济、人形机器人等新赛道的文旅价值，不断丰富科技旅游产品供给；依托APEC会议举办契机，把科技旅游作为重要消费载体，升级全场景多语种服务，迭代丰富分层化、多元化科技旅游产品矩阵，推动离境退税与消费优惠联动，把科创产业优势持续转化为入境旅游长期竞争力，让深圳成为向世界展示中国高质量发展与对外开放活力的重要窗口。

我国牵头制定共享制造领域首项国际标准——

编制全球产业协同基础说明书

本报记者 郭静原

近日，我国牵头制定的共享制造领域首项国际标准《共享经济 共享制造 概念与模式》正式发布。业内人士表示，标准的发布，将为全球共享制造建立共同语言，有助于不同国家、行业、平台和企业间在同一概念框架下开展合作，为制造资源开放、能力复用、服务协同和平台治理提供系统指引。

共享制造，是一种先进制造业和现代服务业深度融合的新业态新模式。“如果把传统制造比作‘每家企业无论需求多少，都要自己购买车辆、组建车队’，那么共享制造更像是一套面向制造业的‘资源调度网络’，企业不一定要拥有全部厂房、设备、生产线和专业人员，而是可以通过数字平台，根据订单和 production 需要，调用其他企业暂时闲置的设备、产能和专业能力。”中国贸促会商业行业委员会秘书长姚歆说。

近年来，随着新技术、新工艺的加快应用，全球制造业正从大规模生产向大规模定制、柔性制造和个性化生产演进。但与此同时，全球供应链不确定性上升，中小企业面临设备投入大、产能组织难、创新资源不足等现实挑战。

姚歆表示，共享制造既能盘活存量、减少重复投资，支持小批量、个性化和快速交付，也能帮助中小企业降低设备购置和研发试制成本，走轻资产发展道路。同时，在供应中断等情况下，共享制造还能快速调配替代产能，增强产业链供应链韧

性，推动制造资源跨企业、跨行业、跨区域高效流动。“随着数字技术深入应用，共享制造的范围还将逐步拓展至研发设计、检验检测、生产加工、仓储物流和数据服务等制造全流程，协作方式也将由企业间的单项资源共享，升级为跨企业、跨行业、跨区域乃至跨国的制造能力协同。”姚歆说。

但在实际运行过程中，共享制造并非一路坦途。中石油(北京)数智研究院有限公司业务总监昝昶分析，共享制造面临三大核心挑战。

首先是知识产权和商业秘密保护难。共享的往往不只是设备，还可能包括图纸、工艺参数、软件、数据和技术方案。多个主体共同参与后，“原有知识产权归谁、合作成果归谁、平台可以使用到什么程度”等问题容易产生争议，企业也可能因此“不愿共享、不敢共享”。

其次是成本核算和收益分配复杂。共享制造的成本并不只是设备使用费，还包括折旧、维护、能源、人员、质量控制、物流和平台服务等费用。如果成本边界不清、计价规则不透明，就可能出现资源提供方认为“收益不划算”、资源使用方觉得“实际成本超预期”的情况。

最后是供需匹配和生产协同难。制造资源能否匹配，不能只看设备是否空闲，还要考虑加工精度、材料、工艺、人员技能、质量体系和交付周期。资源描述不准确、平台匹配能力不足或多方协同

今年暑期

深圳锦绣中华民俗村接待的东南亚、

欧美等地区游客数量 同比增长50%

近日，上海市市场监督管理局出台《上海市户外广告发布内容合规指引》(以下简称《指引》)，针对当下户外广告贩卖容貌焦虑、制造群体对立、虚假误导宣传、AI广告无标识等新型乱象划定清晰红线，细化全流程审核标准，为广告经营主体划定合规边界。

规范户外广告，是守护公共精神安宁、筑牢社会和谐价值根基的重要一环。户外广告占据城市公共视野，具有传播范围广、受众被动接收、社会关注度高、叠加影响明显等特点。部分商家滥用地域、性别标签制造对立，侵蚀了大众心态。公共空间是全体市民共同享有的公共资源，不能沦为资本制造情绪矛盾、收割流量的工具，此次《指引》明确禁止此类营销套路，从公共传播源头切断焦虑传播链条，引导商业传播回归平和客观的表达逻辑。

规范户外广告，能够推动广告行业告别流量内卷、转向品质竞争。当下不少企业陷入“擦边博眼球”“大字吸睛、小字免责”的流量营销误区，有的广告滥用“最佳”“第一”绝对化用语，采用片面数据虚假引证误导消费者，有的广告游走于法律灰色地带，低质量的竞争模式易形成“劣币驱逐良币”的恶性循环。《指引》从规则层面堵住了不良商家依靠违规手段获取竞争优势的路径。企业必须把更多资源投向产品研发、贴心服务、创意表达等方面，依靠真实价值吸引消费者，构建以真实、诚信、优质内容为核心的良性竞争生态。

户外广告的持续治理改善，能够擦亮城市文明底色，塑造优质城市形象。户外广告牌、商圈大屏、电梯、交通枢纽广告，是一座城市流动的“门面”，直观展现城市审美与价值取向。上海通过细化户外广告导向管理，严格管控热点炒作、畸形饭圈广告，要求提示信息清晰醒目，以制度约束净化城市视觉环境，让商家宣传与城市风貌、公共文明相融共生，彰显城市包容、理性、健康的人文气质。同时，通过系统化约束来净化户外传播环境，对饭圈炒作、低俗营销等不良内容作出限制，还能把价值引导嵌入城市治理全过程，让街头广告同步承担正向文化熏陶作用，持续涵养理性包容、积极向上的城市气质，树立清明、有序、有温度的现代化都市形象。

好的制度更需要执行有力。要因地制宜出台细化合规指引，补齐本地监管规则短板。城市商圈、电梯媒体密集，要系统梳理贩卖焦虑、性别对立、AI广告等内容风险，针对夸大宣传、低俗标语制定清晰禁令，让企业制作有标准、监管执法有依据。同时，要建立行业自律与行政监管协同机制，压实广告经营主体首审责任，推动广告公司、商圈运营方建立内容审核台账，开展常态化合规培训，并引入第三方网格员、市民监督员，搭建线上广告投诉举报渠道，实现全城动态监测。此外，还需要软硬治理结合，划定商圈、交通枢纽公益广告投放比例，扶持国风、民生、正能量主题创意广告，引导行业主动摒弃负面营销思路，实现监管约束与行业正向发展双向赋能。

本版编辑 李 苑 康琼艳 美 编 倪梦婷
来稿邮箱 jrbgzb@163.com



8月18日，71451次货物列车从陕西靖边东站驶出。作为我国“北煤南运”最长战略运输大通道，浩吉铁路自2019年开通以来累计发运货物列车突破10万列，发送货物超5.5亿吨。陈瑞端摄(中经视觉)