

来中国体验“科技游”

中国经济网记者 魏金金



外国游客在深圳人才公园体验美国无人机送外卖。目前，不少入境旅游的外国游客选择“科技游”作为在中国城市旅游的主题。

新华社记者 梁 旭摄



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

科创打卡出圈

长久以来，长城、故宫是海外游客心中的中国经典符号。如今，随着中国科创实力持续跃升，智造产业蓬勃发展，北京、上海、深圳、杭州等城市，纷纷将科技工厂、科创园区、智能展厅打造为特色旅游场所，“科技游”产品持续入驻各大旅行社及在线旅游平台，从小众体验逐步走向大众视野。

新风尚的兴起，源于中国制造业全球影响力的持续提升。一方面，伴随中国制造走向全球，中国品牌加速出海，大批海外客户、经销商及合作伙伴专程来华，深入企业总部与生产研发一线参观调研。另一方面，人工智能、新能源、高端制造构筑起全球领先的产业生态，实地参访、沉浸式体验，也成为海外人士洞悉行业前沿、捕捉发展机遇的重要途径。

北京第二外国语学院旅游管理系主任宋昌耀分析，“科技游”持续升温，关键原因是中国科创的“性价比”与“新价比”。在“中国制造”向“中国智造”转型发展过程中，我国科技产品品类丰富、品质过硬，创新迭代速度不断加快，积累起了良好全球口碑，体验中国科技产品逐渐成为入境游的必选项。

中国旅游研究院国际研究所所长刘祥艳认为，新能源汽车出海、人形机器人量产，以及DeepSeek等人工智能技术成果，让“中国智造”越来越具象化。

旅游市场的客群结构，也印证了这一发展趋势。众信旅游集团媒介公关经理李梦然介绍，当前入境“科技游”核心客群以海外企业高管、科技从业者、工程师、高校科研团队为主，年轻化、高知化特征明显。这类客群不再满足于传统观光，对移动支付、智慧出行、智能交互等中国科创应用场景抱有强烈探索欲。

展会平台进一步加速了场景融合。依托广交会、世界机器人大会等展会平台，旅游、商务、科研、投资场景相互渗透，推动业态边界持续融合。一场展会往往同时叠加采购洽谈、技术观摩、产业考察与城市体验，商务客流顺势发展为文旅客流。

此外，越来越多的来华海外短视频博主把镜头投向中国新科技，他们记录中国科技应用场景的视频，在海外收获颇高热度。

世界银行数据显示，中国制造业增加值总体规模连续16年保持全球第一。在全世界504种主要工业产品中，中国大多数产品产量位居世界第一。国际短视频博主麦克表示，智慧交通、数字化生产等在一些国家尚处

于实验室阶段的技术，在中国已经实现规模化落地，再加上中国本土完备的基建条件与强大的产业链实力，相关内容获得众多海外粉丝点赞。

依托差异化市场需求，旅游企业精准布局细分市场，推出不同类型的特色产品。针对海外青少年研学群体，打造科技馆互动体验、科创企业观摩等趣味线路；面向行业从业者和商务客群，定制头部企业走访、生产线观摩、行业交流对接等深度行程。某平台数据显示，暑期入境“工厂游”相关旅行产品预订热度同比增长超9倍。深圳、上海、杭州等城市AI硬件、人形机器人、大模型应用、芯片测试等体验项目咨询量持续暴涨。飞猪上线“中国智造”跨国研学项目，春秋旅游依托上海科创资源推出无人机体验专线，硬核的科技线路还吸引巴西等国旅行社前来考察。

从回望历史走向感知未来，小米汽车工厂、深圳自动驾驶、航天港等科创场景成为新的打卡热点，入境游客的需求维度正不断丰富。

消费模式升级

“科技游”的蓬勃兴起，不仅丰富了入境旅游体验场景，更带动旅游消费模式迭代升级，催生全新的“科技购”消费热潮。以往入境游客偏爱茶叶、丝绸等传统特产，如今智能穿戴设备、智能玩具等成为海外游客青睐的伴手礼。游客消费逻辑从“选购纪念商品”转向“带走未来生活方式”。

来自埃及的中国外文局外籍专家刘正曦观察，阿拉伯地区的年轻游客尤为偏爱中国科创好物。智能翻译机、大容量便携充电宝、高清航拍无人机等产品，凭借实用功能、亲民价格和过硬品质，广受海外消费者欢迎。不少入境游客将个人体验发布至海外社交平台后，引发亲友广泛咨询，让中国科技好物凭借口碑出圈。

旅游市场一线数据充分印证这一消费趋势。多家旅行社反馈，入境“科技游”客群购买力强劲，对智能穿戴设备、AI机器人、智能家电、科创潮玩等产品采购意愿较高。相较于传统观光游客，“科技游”游客的综合消费意愿更强，体验打卡、实物采购、深度体验的多元消费特征凸显。广东省深圳市华强北商圈凭借完备的“一公里AI硬件产业集群”，成为入境游的特色科技地标。这里汇聚AI眼镜、翻译终端、机器人配件等产品，将科技观光、消费采购、产业调研与供应链对接融为一体，充分发挥“旅游+商贸调研”的复合价值。

业内人士表示，相较于海外同类高价产品，国产科创好物兼顾品质与性价比，贴合普通民众日常需求，真正实现科技赋能民生、惠及全球，让海外游客真切感受到中国创新的温度与实力。

聚力补齐短板

“科技游”打开了入境旅游发展的全新空间，但其作为新兴业态，目前仍处于起步阶段，专业服务不足、配套体系不完善、资源对接不畅等短板亟待补齐。

从市场层面来看，入境“科技游”发展面临多重现实制约。李梦然表示，当前极度缺少既懂前沿科技、熟悉产业逻辑，又精通外语、擅长讲解的复合型导游人才。同时，境外游客来华网络使用、跨境支付不便，科创园区多位于城郊、交通配套薄弱，线下科技产品选

购渠道有限等问题制约了行业发展质效。此外，“科技游”产品同质化、文化融合度不足等问题，也影响了游客体验。

针对行业痛点，企业纷纷探索破局路径。春秋旅游入境游总监郑学达建议，搭建常态化政企、企企对接平台，打通科创企业与文旅行业的资源互通、线路共建、客源引流渠道，推动科创园区有序对外开放，让前沿科技场景成为国际人文交流的重要载体。

政策层面持续赋能，为新业态发展保驾护航。今年3月，9部门联合印发《关于促进旅行服务出口 扩大入境消费的政策措施》，提出丰富研学旅游场景、培育优质研学品牌。地方层面积极落地实践，杭州近期发布十大“科技新特产”和20条科技研学特色线路，上线专属入境研学服务平台，完善“科技游”产品供给。

刘祥艳表示，“科技游”是入境旅游转型升级的重要方向，未来市场增长空间广阔。行业需立足供给侧改革，推动产品精细化、分层化发展，针对青少年、投资者、科研人员、商务客商等不同客群，定制差异化体验线路。同时要跳出“单纯看技术”的思维，深挖科创背后的人文故事、产业历程，让游览过程兼具专业性与温度感，实现从观光打卡到深度研学、价值体验的升级。

宋昌耀认为，未来需更加精准识别客源国的发展阶段与游客诉求，统筹匹配产业资源，提升专业解说水平。这是入境旅游服务升级的重要方向。

传统山水人文观光、新式科创生活体验，共同构成了新时代入境旅游的核心版图。未来，入境旅游高质量发展，需要统筹好自然风光、传统文化、现代科技三大维度，持续完善服务体系，补齐配套短板、创新产品业态，让入境游成为展示真实、立体、全面的现代化中国的重要窗口，持续释放文旅融合、科创发展的新活力。

湖北省来凤县将258张表减至80张——

“只报一次”腾出双手办实事

本报记者 柳 洁 董庆森

多头报表、重复填报，曾让不少基层干部困在办公桌前，入户走访、服务群众、发展产业的时间被大量挤占。针对基层“表山表海”顽疾，湖北恩施土家族苗族自治州来凤县探索推行“只报一次”改革，打通部门之间的数据壁垒，实现数据一次采集、多方共享，把基层干部从繁琐的报表台账中解放出来，让他们能更好地为群众办实事。

“今年抽出了3个人专门发展藤茶产业，现在有了更多精力在产业发展和民生实事上。”来凤县翔凤镇大沟村村党委委员龙守军说。

走进大沟村的藤茶基地，翠片的藤茶树顺着山坡铺展开来，翠绿的枝叶在秋风里摇曳。在去年400亩藤茶的基础上，今年大沟村又新增了400亩。从种植管护、采摘加工到市场销路对接，村里藤茶专班实行全链条跟进。“目前我们仅鲜叶就卖出了50余万元。”龙守军说。

一系列改变，得益于来凤县启动的“只报一次”改革。过去，村两委

8名成员，几乎人人都要耗费大量精力整理资料、填报各类表格。“以前办公室文件柜塞满各类台账报表。”龙守军打开文件柜，如今里面仅留存几本基础台账，“现在迎接考核不再需要准备厚厚一摞纸质材料了，各类数据在电子系统里一目了然”。

报表繁多，基层群众同样受累。82岁的大沟村村民向志金回忆，过去户口簿要被村干部反复查阅、拍照核实，干农活时常要停下手里的活配合。

来凤县政务服务和大数据管理局副局长王玉洁此前任翔凤镇人大专职副主席，亲历改革前后的变化。她以留守儿童防溺水工作举例：“一名留守儿童信息，涉及应急、水利、教育、民政、妇联等多个部门的统计表。过去村里反复填报，各个部门分时段分头收取，现在实现一次填报、多方共用。”村委采集新增留守儿童信息后，民政部门即可获取相关儿童数据，其他部门也可通过数据共享机制及时掌握有关信息。

258张表减至80张，数据真正为民所用。来凤县政务服务和大数据管理局党组书记李一民介绍，改革前全县涉及24个部门258张表，数据割裂、反复采集。如今依托数字乡村平台，已归集标准化数据2472万项，汇聚民政领域各类数据2万余条，将全县报表压减至80张，压减率69%，其中民政领域压减超75%。

技术工程师现场演示了民政专题数据库运行流程。以高龄老人补贴为例，系统自动推送即将满80岁的老人基础信息到对应的村级账号，村干部只需入户核实、补录少量信息，在线提交审核。审核通过后数据就自动进入补贴发放库。发放补贴时，系统还会自动比对死亡人口数据，剔除已故人员，有效防范补贴错发、漏发。

大河镇黑家坝村村民刘小龙视力一级残疾，过去完成各项补贴年审要跑好几趟。推行“只报一次”改革后，只需打一个电话，工作人员在几分钟内就上门服务。村委会还主动

对接民政部门，帮他申请了更高档次的低保和其他补助。

数据归集不只是用于生成报表，更成为基层主动发现民生难题的线索。来凤县委社会工作部副部长姚文涛介绍，大河镇大红山村党支部书记杨宗树在填报生猪养殖数据时，发现村民林世俊家的生猪较之前少了8头，经了解得知林世俊突发心脏病，林家为筹集手术费才卖掉生猪。杨宗树随即向他们介绍城乡居民大病保险政策，并提醒其保存好相关就医资料。

“基层治理实现了从‘被动应对’向‘主动发现’、从‘粗放管理’向‘精准服务’的转变。”姚文涛说。

“改革不是简单地把纸质表格搬到屏幕上，变成‘电子负担’。”李一民介绍，下一步，来凤县还将聚焦民生保障、基层治理、产业发展等重点领域，开发更多“免申即享”“政策找人”服务，探索以数字赋能农村电商、特色农产品产销对接，让数据红利持续惠及广大群众。

赓续长征精神 奋进复兴征程

“当兵就要当红军，处处工农来欢迎，官长士兵向一样，没有人来压迫人……”这首《当红军歌》，是红军长征在广东省南雄市留下的唯一一首有曲谱、有歌词的完整红军歌。歌声背后，是红军与南雄群众亲如一家的军民鱼水情。

1934年10月，中央红军被迫进行战略转移，开启了一场伟大的远征。红一方面军从江西信丰进入南雄，在取得入粤第一仗——新田战斗的胜利后，先头部队来到大塘（今油山镇）上朔村。

红军到这里已是深夜，战士们讲规矩、守纪律，不愿半夜打扰村民，于是静悄悄地入了村。

虽然红军入村时动作极轻，但依然被一些村民发现。村民们纷纷敲门相告，请红军进屋住宿，但红军战士皆婉言谢绝，坚持宿在祠堂里、街道边、屋檐下，徐氏宗祠正是他们的宿营地之一。

“当时，许多村民都不知道红军曾经来过。红军没有惊动百姓，悄然走过，村里却留下了许多红军的痕迹。”油山镇上朔村党总支书记彭燕麟告诉记者，在祠堂大门左侧墙壁上，红军宣传员用墨汁工整刷写下一首朗朗上口的《当红军歌》。

“本村老人回忆，第二天开始，不断有红军来到村里宿营休整，帮村民干活，然后才离开。其间，先是由红军教员教红军战士唱《当红军歌》，后来又教上朔村少年儿童唱，号召年轻人当红军。”彭燕麟说，这首

一曲歌传鱼水情

彭燕麟 通讯员 王 颖

歌声，铭记在村民心中。

红军离开上朔村后，国民党反动派多次入村搜寻红军踪迹。村民们用稻草混合黄泥搓成泥巴，把墙上的《当红军歌》覆盖起来，这首歌才得以比较完整地保存下来。

经历岁月洗礼，当年红军手写的歌词谱原迹仍清晰可见。油山镇大塘中心小学副校长彭嗣东说，红军留下的《当红军歌》在当地群众中口口相传、世代传唱，还被本报记录，油山镇的小学校本音乐课程。

“会做工的有工做，会作田的有田耕”——《当红军歌》中的这句歌词，如今变成乡村振兴的现实图景。

近年来，南雄市着力盘活闲置资源，把车间建在群众家门口，让村民顾家挣钱两不误。位于珠玑镇新村的南雄市三盛智能电子有限公司，2021年由珠玑镇驻镇帮镇扶村工作队引进，主要从事电子产品研发生产。“公司员工140余人，以脱贫户、留守妇女为主，平均工资达3500多元。”三盛智能电子有限公司PMC主管赵美纳说。

在油山镇延村，香水柠檬产业为村民拓宽了增收渠道。延村村支书叶建华说，香水柠檬项目由企业先行垫资购买种苗，提供保底价格，并根据市场行情收购。在扣除日常管理运营成本后，利润的60%归村集体所有，每年可为村集体增收30万元以上，并带动周边农户就近务工增收20多万元。