



机器人咖啡师、赛博激光秀一应俱全

光谷把“硬核工厂”玩成文旅大生意

湖北日报见习记者 丁可
记者 马文俊

昔日“闲人免进”的工厂车间、研发实验室，正成为城市文旅消费新热点。

日前，文化和旅游部等七部门联合印发通知，明确大力发展“工厂游”、积极发展工业遗产游等8项重点任务，为产业发展注入新动能。

据武汉市东湖高新区文旅局统计，今年，光谷“科技游”“工业游”突破5.5万人次，光谷空轨总流量达40万人次，其中还有许多慕名而来的海外客群。

行业研究机构预测，到2029年，我国工业旅游产业将保持18%的年均增速，市场规模有望突破3000亿元。海量蓝海市场当前，以高精尖产业聚集而闻名的光谷如何出招？

目击机器人训练
圈粉海内外游客无数

扎根产业本身，光谷“工业游”项目中，直观的科技场景最为吸引人。

湖北人形机器人创新中心本身担负研发任务，覆盖商业、工业、家居、实验室等30多个机器人应用场景，为具身智能训练提供真实环境数据。

“游客们来到这里，能直观理解为什么未来的AI会变聪明，因为现在就有源源不断的真机数据在喂养它。”中心负责人胡龙丹介绍，在游学方面，该中心每周可接待一两个精致小团，月接待量约1万人。

来自沙特阿拉伯的默罕穆德，受DeepSeek推荐来此参观。他本人就从事机器人行业，“我就是想看看机器人新产品究竟长什么样，这里的作业细节展示得非常透彻。”

如果说人形机器人是AI走进现实的窗口，那么走进华工科技激光科技馆，则犹如一脚踏进赛博工厂。一场约70分钟的“追光之旅”让不少游客直呼过瘾。

在这里，旅客们能看到机器人咖啡师递来现磨咖啡，一旁的激光设备不到1分钟就能“吐”出一枚定制书签。在车间里，巨型机械手正抓着钢板上翻飞，具身智能工作站不靠人工示教就能自主完成焊接。截至目前，华工科技已累计接待参访近5000场次，参观人次突破6万。

“端午假期，我们的客流结构特别有意思。”光谷空轨客运中心工作人员邓欣雨告诉湖北日报全媒记者，来空轨游玩的游客以亲子家庭居多，近期针对中考高考准考证的免费或优惠活动，让大批中考、高考生把空轨当成了“减压”的第一站。

“三件套”出炉
光谷打卡点持续迭代

从东海之滨到西部内陆，工业旅游多点开花。上海江南造船厂自2019年以来，累计接待游客突破33万人次；青岛啤酒博物馆开馆以来接待游客超1500万人次，2025年暑期游客量同比增长约30%至40%；北京小米汽车工厂2025年全年接待游客超13万人次。“工业游”热度屡创新高高的背景下，光谷流量的爆发显

现其独特的魅力。

作为中国光电子产业和轨道交通技术的重镇，这里工业资源丰富。曾有居住在北京的退休高级工程师专程来光谷，观摩空轨结构，轨道交通迷更是空轨上的常客。

为了让工业游持续出新，光谷从去年开始，推动光谷空轨、小米家电工厂、华工科技激光科技馆等“三件套”产生聚合效应。

今年3月，小米智能家电工厂正式入选科技旅游线路并面向公众开放预约。截至目前，小米智能家电工厂共举办470场参观活动，客流量达12000人。

开放参观以来，这里不仅有“米粉”前来打卡，还有不少学校来此组织研学活动。许多家长在闲暇之余也会带着孩子报名参观，近距离感受智能制造，亲眼看看机械臂如何精准装配，智能物流小车怎样自主穿梭。

邓欣雨说：“以前人们来武汉只是打卡中心城市地标，短短几天可能就结束旅途了。现在仅在光谷都能逛好久。”有很多旅客在早上坐完空轨后，还会向她询问华工科技激光科技馆和小米家电工厂怎么走。

“逛一圈”以后
工业游未来走向何方

业内人士分析，在政策赋能与消费升级驱动下，“工业游”正告别浅层观光，向沉浸式、研学化、品质化全面迭代。

新常态之下，光谷怎样持续增强吸引力和竞争力？“人工智能、虚拟现实等技术的加速嵌入，为工业旅游带来全新想象空间。”中山大学旅游学院教授孙九霞指出，AI导览系统可根据游客年龄与兴趣实时生成个性化讲解，让工业空间从单一生产场域向生产、消费、体验与知识转化全面贯通。

经典案例已为此写下注脚。北京首钢园将昔日功勋高炉改造为数字博物馆，在近2000平方米空间内构建“钢铁时代”沉浸展，2025年全年客流达1438万人次，产业营收超3000万元。放眼国际，德国鲁尔区用半个世纪将25处工业遗存串联成网，年接待游客700万人次；萨尔州弗尔克林根钢铁厂更成为全球首个人选联合国教科文组织世界遗产名录的工业遗存。

“工业旅游已超越传统生产线参观模式，进入与生活方式深度融合的‘共创’阶段。”北京交通大学现代旅游研究院院长张辉认为，打造“工业旅游+”消费场景，要支持发展主题商业、沉浸式体验、特色市集等多元业态。

反观光谷，这里已形成体系化布局。依托光电子信息、人工智能等产业优势，光谷已发布“1张科技文旅地图+8条精品线路”，重点打造“超级工厂线”“人工智能线”和“低空文旅线”三大主题线路，整合了辖区内65处科技文旅点位，涵盖研发实验室、超级工厂与产业平台等优质内容，形成系统的“工业游”布局。

“沉浸式让科技、产业‘可感可学’，品质化让体验‘可带走’。”东湖高新区文旅局相关负责人表示，“工业游”已从传统小众观光业态，转变为大众常态化消费、文化价值与经济价值双向释放的优质文旅赛道。

对于光谷而言，手握雄厚的产业资源家底，如何在这条赛道上跑出新速度，值得期待。



湖北人形机器人创新中心工作人员正在讲解机器人知识。(湖北日报见习记者 丁可 摄)



激光馆的精密微纳智能制造车间内，游客近距离观摩。



游客正在拍摄激光馆中的黄鹤楼图案。



学生们来到小米工厂游学。(本栏图片除署名外，均由受访单位提供)



家庭3D打印机及打印出的玩偶。



机器狗与观众趣味互动。
(本栏图片除署名外，均由受访单位提供)

机器狗、骑行箱、3D打印

科技“新三样”马上到我家

湖北日报见习记者 丁可 记者 黄磊

从展会上被围栏隔开的概念产品，到商场货架上可以随手触摸的消费品；从实验室里的技术成果，到购物中心里孩子们争相体验的新鲜玩意儿……近日，武汉多个商业空间里出现的科技“新三样”，正在悄然改变人们与科技相处的方式。

江岸山姆会员商店里，有人骑着电动行李箱行驶在货架通道间；武汉SKP体验店中，披着火红舞狮外衣的机器狗逗得孩童笑声阵阵；武汉荟聚的文创空间内，3D打印机的喷嘴匀速移动，把数字模型变成一个个触手可及的实体玩具。

曾经，它们属于机场、工厂、实验室和行业展会，是专业场景中的标配；如今，它们正走进商场、超市和家庭，成为普通消费者能够接触、体验的对象。遥远的技术概念，正变成触手可及的消费新选择。

电动行李箱 自网络现身货架

“骑”在行李箱上赶飞机，或许你在短视频平台上没少看到这个“网红神器”。

如今，它正从手机屏幕上，加速驶进普通消费者家中。6月12日，“爱尔威”品牌的电动行李箱正式上架武汉山姆会员商店，消费者可以线下实地体验。

当日，湖北日报全媒记者来到江岸区山姆会员商店，在行李箱区域的一角，看到了陈列的“爱尔威”电动行李箱。

外观上，它和常规登机箱差异不大，磨砂箱体、密码锁、伸缩拉杆与静音万向轮等一应俱全，尺寸也完全符合民航登机标准。暗藏的玄机藏在细节里：箱体中部集成了可承重的座椅结构，底部搭载驱动电机，扶手处设置操控杆，让普通行李箱瞬间变身短途代步工具，轻轻拨动操控杆就能像平衡车一样平稳滑行。

出于安全考虑，展示样品拆除了锂电池，却依然挡不住顾客的好奇心，不少人坐上去感受座椅的贴合度，更多人则是举起手机记录新奇体验。

市民罗女士推着购物车路过，当场停下脚步体验了一番。沿着通道平稳滑行几米后，她笑着连连点头：“以前刷视频总觉得是博眼球的噱头，亲自试过才知道真的实用。以后带孩子出门旅游、赶高铁，孩子走累了就能坐在上面，

大人不用扛着抱着，能省不少力气。”

据店员介绍，这款电动行李箱的续航可满足日常短途代步需求，电池容量符合民航随身携带标准，既能当常规行李箱收纳行李，也能解决机场换乘、景区游览、商圈逛街时“最后几百米”的代步痛点，除了亲子家庭，不少经常出差的商旅人士也专程前来咨询体验。

记者了解到，此前电动行李箱多以线上销售为主，消费者很难直观感受骑行质感与产品做工，此次落地武汉线下商超，正是品牌方看中了华中市场的消费潜力。行业数据显示，国内电动行李箱市场增速已高于全球平均水平，随着短途代步需求持续多元化，预计到2031年中国市场在全球的占比将超过15%。武汉作为中部交通枢纽，商旅客流密集、亲子消费旺盛，正成为这类新型消费电子产品落地布局的核心城市。

机器狗 从实验室走进商场

6月19日，武汉SKP“幻核晴山”体验店正式开业，在店里，游客们可以近距离接触到机器狗、机器人与智能穿戴设备。恰逢端午假期，不少周边居民带着孩子专程赶来打卡。

店门口，一只披着火红舞狮头套的四足机器狗，毫无悬念地成了全场焦点，它听着观众的指令，表演着蹲下、起立的动作，还会突然趴在地上，引来围观群众阵阵笑声。

一旁，几个机器人排成舞蹈队形，用整齐划一的动作表演流行歌曲，店员介绍，这是春晚同款机器人，在专业人士操控后即可和观众互动。

人群中，戴着儿童电子手表的白鹭街小学学生李沐希，全程跟着机器狗移动脚步，目光牢牢黏在这只“科技宠物”身上，他时不时抬起手腕，用手表的拍照功能定格画面。

旁边读五年级的张知鱼则安静得多，视线一直停留在机器狗活动的关节处，琢磨着机械结构的原理。“要是有一只机器狗陪我踢足球、听我说话就好了。”说起对机器狗的期待，男孩眼里闪着光。

这样的热闹场景，在武汉商圈早已不是新鲜事。去年7月，华中地区首家宇树科技官方授权体验店落地武汉武商MALL，标志着尖端四足机器人正式驶入武汉家庭消费市场。6月20日记者采访时，展台前依然围满了驻足体验

的市民，人气不减。除了静态产品展示，门店还专门设置了互动体验区，直观展示机器狗在家庭陪伴、远程看家、趣味互动等场景的应用。

“售价15000元左右的宇树Go2 Pro四足机器狗，每个月能卖出两三台，买家大多是普通家庭。”店内工作人员介绍，这款机器狗不仅支持语音交互、智能跟随与自动避障，还能搭载摄像头实现远程巡检，不少家庭买回去既是给孩子的科技玩伴，也能给家中老人作伴。

3D打印 从工厂迈入家庭

6月21日，恰逢端午假期，武汉荟聚三楼的一家3D打印体验店里人来人往。窗外下着雨，却丝毫挡不住亲子家庭前来体验的热情。

记者看到，展架上的产品琳琅满目：有小朋友喜欢的卡通玩偶、恐龙化石模型，也有年轻人青睐的定制饰品、手办配件，甚至还有贴合脚型的3D打印运动鞋。店里按克重计价收费，一个掌心大小的玩具模型，打印下来只要二三十元，体验门槛远比大众想象中更低。

5岁的李卓彦牵着妈妈的手，蹦蹦跳跳地到店里来取自己的定制作品——一只纹路精致的金色菊花模型。作为小小海洋爱好者，李卓彦对古生物和海洋生物充满兴趣，市面上的菊花玩具款式单一，他便在店员的指导下自己设计花纹，挑选了最爱的金黄色与水蓝色配色。“他三四岁就听说过3D打印，那时候只觉得是很厉害的高科技，没想到现在自己也能动手设计制作。”看着孩子捧着自己的作品爱不释手，李妈妈觉得格外有意义。

“很多人第一次听到3D打印，第一反应都是‘那是工厂用的工业技术’，觉得离自己的生活特别远。”店铺负责人罗颖华告诉记者，随着3D打印技术日渐亲民，大众对3D打印的认知也在慢慢落地。“以前不少家长觉得，花几千块买台家用3D打印机不实用，现在看到它能做文创摆件、定制马克杯、手账配件，还能锻炼孩子的动手能力与空间思维，观念慢慢就转变了。小朋友反而接受得更快，跟着课程学三维建模，不少孩子接触一年就能自己设计很复杂的模型了。”

据了解，这家3D打印体验店“五一”才正式开业，短短一个多月就已经吸纳了100多名会员，其中既有热爱手工的年轻群体，更有大量注重科创启蒙的亲子家庭。