

“到中国出差”的新变化（人民时评）

作者：韩忠楠

主题：创新生态、新质生产力、产业链供应链、
高水平对外开放、创新要素集聚

作为“全球创新实验室”，中国的赋能作用变得愈发重要。这一点，要素流向变化可直观映照。过去，往往是中国企业带着样品和销售团队满世界跑；如今，越来越多的海外客户频繁为了中国创新来出差，寻求前沿产品和解决方案。

“下一代技术来临时，我们不愿意错过。”一名海外客户道出了“到中国出差”频繁的动因。从单纯考察市场、挖掘贸易红利，到主动跟进中国的创新步伐、抢抓产业变革机遇，这一转变彰显了国际上对中国创新能力的高度认可。

中国的创新力，不仅表现为某项技术的单点突破，更体现为创新生态的多点开花。犹如一幅移步换景的卷轴画，从技术攻关、产品开发到产业配套、应用落地，画卷里每一段风景都有自身面貌，各个节点又连成一体、相互赋能，在协同演进中共同绘就新质生产力发展的壮阔画卷。

这幅画卷最动人的地方，不是某一处的浓墨重彩，而在于那股“笔笔相生、处处相应”的风骨气韵。从大模型到人形机器人，从新能源汽车到创新药，用自主创新开辟新赛道，用集成优势筑牢护城河，让这幅画妙趣横生又难以临摹。

以汽车产业为例，从市场层面看，当前外国车企在中国遭遇前所未有的竞争，市场份额和利润均有下跌，但许多外企不仅没有转身离开，反而加码投资中国。为何？因为中国不仅是最重要的汽车市场，更是创新涌动的重要策源地。观察未来产业方向，参与前沿创新竞争，都离不开这片“试验田”。紧跟中国创新的节奏，才是符合长远利益的理性选择。

多点开花，不意味着创新要素零散分布、各自为战，而是在系统布局中实现高效协同。当前的“中国速度”，越来越多地得益于创新要素的集聚。在长三角，一家新能源车企4小时内能配齐全部零部件；在深圳宝安，亮出机器人图纸，一小时内配齐供应链，一天内出设计方案，三天内就能看到样品。在合理的空间和规则下，技术、资本、人才、数据等要素高频互动，促使创新活力持续迸发、创新能级不断跃升。

打通上下游，盘活各要素，中国的创新方案在国际上的适配度也越来越强。但这并不意味着在中国跑通的创新模式在哪儿都能落地，而是中国创新主体能更敏锐地捕捉市场需求，更稳定地完成产品交付，更快速地推动产品迭代。在中国找到解法、做出样板，再应用到全球市场，正是基于这种通用的创新能力。

不久前，中国车企为日本市场打造的K—Car（轻自动车），撬开长期被丰田、本田等当地品牌牢牢把持的“堡垒市场”。最引人关注的，不是中国车企卖了多少台车，而是在细节方面做得比日本车企更好，把雨伞放置、开门姿势等都纳入了产品设计。中国创新赢得国际市场份额，表面看靠的是充满创意细节的产品和服务，实质靠的是一套在国内大市场中磨砺出的解题方法论。

创新的比拼，是一场综合较量，也是一场马拉松。经过数十年技术积淀和创新突破，中国已跻身全球最具创新力的十个经济体之列，在全球产业链、创新链中的地位今非昔比。把握有利条件，保持战略清醒，把创新作为栽树工程，看准了就持续深耕，中国创新的影响力将在风雨洗礼中变得愈发磅礴。

结尾升华：创新是马拉松，要持续深耕，把创新当作栽树工程，展望中国创新在全球产业链的地位。

总论点：海外客商“到中国出差”的转变，印证我国创新不再是单点突破，而是形成多点开花、协同联动的完整创新生态；依托完备产业体系与要素集聚优势，持续深耕创新，提升全球竞争力。

开篇小切口引入：用“到中国出差”的角色反转（过去中国企业出海，如今海外客商来华寻找创新方案），从小现象引出中国创新生态的宏大主题。

1. 变化背后：国际认知的转变：海外客户从单纯开拓市场，转向主动跟进中国创新机遇，是世界对我国创新能力的认可。

2. 创新内核：不是单点技术，而是完整创新生态：技术攻关、产品开发、产业配套、落地应用环环相扣，要素集聚协同，催生新质生产力。

3. 竞争优势：系统协同+市场试炼：创新要素高效协同，依托国内超大规模市场打磨方案，再输出全球，形成可复制的创新方法论。

4. 长远逻辑：创新是长期工程：创新比拼是马拉松，保持战略定力持续深耕，持续放大中国创新全球影响力。

○ 第一层：解释现象，点明海外客商来华动因，体现国际社会对中国创新的高度认可。

○ 第二层：区分单点技术突破与完整创新生态，强调产业链各环节协同联动。举汽车产业案例，中国不只是消费市场，更是前沿技术“试验田”。

○ 第三层：阐释优势根源——产业集群带来要素集聚，长三角、深圳等地案例，资本、人才、技术高效协同。

○ 第四层：论述中国创新模式：国内大市场打磨产品、沉淀方法论，再走向全球（举例K—Car轻自动车打入日本市场）。