

# 国外工业科普旅游的发展对我国工业科普旅游开发的启示

杨铭铎<sup>1,2</sup> 郭英敏<sup>1\*</sup>

(哈尔滨商业大学旅游烹饪学院, 哈尔滨 150076)<sup>1</sup>

(东北林业大学野生动物资源学院, 哈尔滨 150080)<sup>2</sup>

**[摘要]** 回顾了国外工业科普旅游的起源, 通过工业示范点分析我国工业科普旅游发展现状, 分析我国工业科普旅游存在的问题: 发展效益不均衡、产品形式单一、旅游者旅游意识不强、旅游服务质量低下、发展观念落后。总结国外发达国家发展工业科普旅游过程中目标明确、产品丰富、客源广泛、经营灵活、注重营销五个方面的经验。基于我国目前存在的问题并借鉴国外的成功经验从均衡开发效益、丰富产品结构、转变旅游需求、提高服务质量、争取政府支持五个维度得出对我国工业科普旅游发展的启示。

**[关键词]** 中外工业科普旅游 发展经验 开发启示

**[中图分类号]** F590

**[文献标识码]** A

**[DOI]** 10.19293/j.cnki.1673-8357.2016.01.009

工业科普旅游是工业经济发展到一定阶段的一种新兴旅游方式, 它是以工业企业的建筑环境、设备设施、车间场景、以及生产工艺流程、管理体系等为旅游吸引物, 通过参观体验的旅游方式, 满足人们增长知识、开拓眼界、扩大阅历为目的的旅游产品。它既是工业企业宣传的途径, 也是旅游者休闲的活动; 既是带动经济效益的行为, 也是产生社会效益的产品。工业科普旅游起源于欧洲工业发达国家, 并且取得了良好的发展, 成为发达国家旅游产业的重要组成部分。工业科普旅游在中国的发展时间并不长, 20 世纪 90 年代末期才有关于工业旅游的相关报道。随着社会的发展和科技的进步, 工业科普旅游作为第二产业转变产业结构的重要途径, 在产业转型、工业

遗产保护、旧城改造、企业宣传等方面起到巨大作用。工业科普旅游为旅游业赋予了工业科技要素, 进而为普及科学知识, 传播科学思想开辟了新途径。

## 1 国外工业科普旅游的起源

工业科普旅游起源于 20 世纪 50 年代的法国汽车制造业, 法国雪铁龙汽车制造公司为了宣传企业、提高销量, 采取允许外来人员参观汽车制造过程的营销方案<sup>[1]</sup>。这一史无前例的举动在当时取得了很好的效果, 随后众多工业企业纷纷效仿, 一时间掀起了工厂观光的热潮。国外的工业科普旅游虽然已经有 60 年的发展历程, 但其真正意义上的大规模发展则始于 20 世纪 80 年代初兴起的工业遗产旅游。全

收稿日期: 2015-11-26

基金项目: 黑龙江省应用技术与开发计划项目 (GC14D302); 中国科协研究生科普能力提升类项目 (2014KPYJD22)。

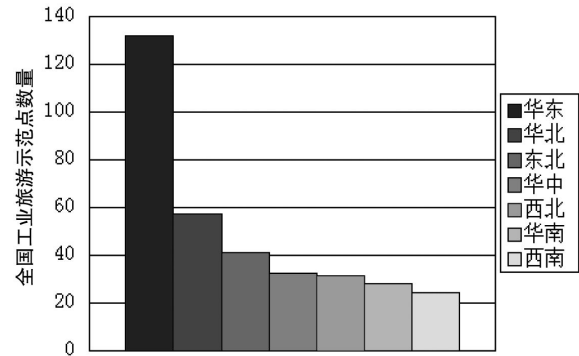
\* 通讯作者: E-mail: 690938373@qq.com。

球经济的产业发展从福特制（Fordism）的经济规则模式向后福特制（post-Fordism）的弹性生产系统转变，导致发达国家的传统工厂和企业纷纷破产倒闭，引发了一系列社会问题<sup>[2]</sup>。出于对工业遗产的保护、发展传统工业区域以及处理废弃的工业场地等目的，发达国家经过实地考察决定通过开发工业遗产旅游观光项目解决以上问题。自此政府介入工业科普旅游的发展，使得工业科普旅游得到迅速发展。20 世纪 90 年代工业科普旅游进入发展高潮期，越来越多的政府部门发现了工业科普旅游的巨大潜力，1988 年英国政府旅游管理部门开始积极推动和呼吁全国工业旅游的发展<sup>[3]</sup>，90 年代初期德国政府策划“工业遗产旅游之路”用于开发工业遗产旅游<sup>[4]</sup>。工业遗产旅游的发展，又引发了现代化的工业企业开展工厂观光旅游的兴趣<sup>[5]</sup>。直到今日，发达国家许多的工业企业都定期对外开放，国际著名企业也成为了热门景点。

2 我国工业科普旅游的发展现状及存在问题  
2.1 发展现状

相对于欧美发达国家，我国工业发展时间较短，20 世纪 90 年代后期才有少数优秀的国内工业企业开展参观活动，拉开了我国工业科普旅游的序幕<sup>[6]</sup>。一汽集团、海尔集团、北京三元、青岛啤酒等企业是我国较早涉足工业科普旅游的企业，随着我国工业科普旅游的逐步发展，越来越多的国内企业开展工业科普旅游项目。2001 年，国家旅游局开展了全国工农业旅游示范点候选单位推荐评选活动<sup>[7]</sup>，2004—2007 三年期间，国家旅游局公布了除青海、西藏两省外的 345 家全国工业旅游示范点企业<sup>[8]</sup>。工业旅游示范点的建立促进了我国工业科普旅游健康有序的发展。如图 1 所示，全国工业示范点主要集中在华东地区，一共有 132 家工业企业，占全国工业示范点总数的 38.26%，远远高于其他地区。而其中山东省的工业示范点的数量就达到 39 家，超越了华中、西北、华南、西南任意一地区的总数，其密集程度可见一斑，山东省成为我国名副其

实的工业大省。山东省工业发达，拥有多家实力雄厚的工业企业，其中青岛啤酒厂是我国第一个评选的工业旅游示范点<sup>[9]</sup>。位居第二、三名的分别是华北、东北地区，从整体分布可以看出，我国工业示范点分布广泛但分布密度不均衡，主要集中在东部经济发达地区。但近几年来中西部地区 GDP 增长速度高于东部地区，快速发展的经济为工业科普旅游的发展提供良好的外部环境，工业科普旅游发展的潜力巨大。



注：根据国家公布的四批全国工业旅游示范点名单统计整理。

图 1 工业示范点地区分布

通过整理归纳，我国工业示范点企业类型可以分为 20 种（见表 1），不难发现我国工业科普旅游主要集中在酿造业、食品饮料加工业、工艺品制造业、水利电力类、服装纺织类、医药制造类等传统工业领域，而涉及

表 1 工业示范点企业类型与数量

| 企业类型 (%) | 数量 | 占总数比例 (%) | 企业类型 (%)  | 数量 | 占总数比例 (%) |
|----------|----|-----------|-----------|----|-----------|
| 酿造类      | 52 | 15.07     | 钢铁制造类     | 11 | 3.19      |
| 食品、饮料类   | 45 | 13.04     | 烟草类       | 9  | 2.61      |
| 工艺品类     | 36 | 10.43     | 日用品、家具制造类 | 8  | 2.32      |
| 水利、电力类   | 33 | 9.57      | 电器类       | 7  | 2.03      |
| 服装纺织类    | 26 | 7.54      | 港口        | 6  | 1.74      |
| 医药类      | 20 | 5.80      | 创意产业园     | 5  | 1.45      |
| 矿产类      | 19 | 5.51      | 非金属矿制品类   | 4  | 1.16      |
| 交通工具制造类  | 17 | 4.93      | 石油、天然气开采类 | 4  | 1.16      |
| 专用设备制造类  | 15 | 4.35      | 石化纤维制造类   | 3  | 0.87      |
| 工业园区类    | 14 | 4.06      | 其他        | 11 | 3.19      |

到高新技术工业的交通工具制造类、专用设备制造类比重较小,仅占总数的9.28%。相对于国外发展的风生水起的工业遗产类科普旅游,我国的与其类似的创意产业园类工业示范点仅有5家,占总数的1.45%。

## 2.2 存在问题

### 2.2.1 发展效益不均衡

我国发展工业科普旅游普遍存在经济效益与社会效益不均衡的问题,多数工业企业更加注重工业科普旅游的社会效益,以树立企业形象、增强企业知名度、宣传企业文化等目的开展旅游活动。我国工业科普旅游的发展比发达国家晚,工业科普旅游能够为企业带来的巨大经济效益还不能体现出来,于是发展工业科普旅游的经济效益往往不被重视。

### 2.2.2 产品形式单一

我国工业科普旅游产品普遍存在着产品形式单一、内容单调、参与度不高、缺乏娱乐性等问题。首先,多数企业在将资源转化为产品的时候缺乏创意,没有凸显自身的特色,仅限于既有资源的陈列、工厂观光、生产线游览和少数体验游戏,缺乏其他形式的旅游活动。其次,工业科普旅游产品线路比较单一,旅游者参观一次后没有兴趣再次前往,导致工业科普旅游重游率低。再次,工业科普旅游纪念品种类单一,多数工业企业出售的辅助纪念品并不是专门针对旅游者设计的,而是将本企业的产品当作旅游商品来销售,纪念性不强,不能激发旅游者购买的欲望。

### 2.2.3 旅游者旅游意识不强

我国工业科普旅游的发展过程中旅游者普遍存在旅游意识不强的问题,工业科普旅游属于文化旅游的范畴,对旅游者的旅游需求有较高的要求,不仅要求旅游者有愉悦的目的还要有较强的求知目的。而目前我国公民的旅游意识大多数还不能达到对知识有强烈的欲望的程度,因此,对工业科普旅游的旅游意识自然不强。

### 2.2.4 旅游服务质量低下

工业科普旅游是第二产业和第三产业相

结合的产物,我国开展工业科普旅游的企业在发展过程中多数存在旅游服务质量不过关的问题。主要体现在两点:第一,缺乏管理体系,工业企业开展工业科普旅游往往缺乏专业性的指导,而是按照以往经验发展旅游事业,没有建立自身的旅游服务管理体系。第二,导游素质不高,工业企业从事导游讲解的工作人员往往是企业的内部员工而非专业导游,在工作的过程中缺乏旅游服务技巧。

### 2.2.5 发展观念落后

落后的发展观念会制约我国工业科普旅游的发展,一方面体现在我国普遍缺乏工业遗产保护意识。我国自古以来是农业大国,工业发展时间较短,人们缺乏对传统工业的保护意识,随着现代城市发展,大量工厂旧址被购买重建,工业遗产未能得到合理利用,大量的工业遗产正在随着城市化的发展迅速消失。另一方面体现在我国工业企业对工业科普旅游的认识还十分有限。工业科普旅游的经济效益短时间内无法实现,追求经济利润的企业将工业科普旅游作为副业。甚至有些企业考虑到旅游者的安全、生产进度、商业机密等问题,认为发展工业科普旅游是不务正业的表现,对工业科普旅游抱着敷衍和排斥的态度。

## 3 国外工业科普旅游发展的成功经验

### 3.1 目标明确

国外的工业科普旅游开发目标具有多样化特征,一个工业旅游开发项目可能包括遗产保护、经济创收、树立企业形象、科普教育等目标,但是在发展的过程中国外工业科普旅游开发总有一个首位的开发目标。当工业企业经营者开展工业旅游时,其将经济创收、树立企业形象、提高经济效益作为首位目标,如德国奔驰公司对旅游者开放参观奔驰汽车的总装线,游客在这里不仅可以参观还可以亲自动手参与到汽车组装的简单流程中,如果感兴趣还可以将自己参与组装的车买走,在开展工业旅游的同时带动了汽车销售;当政府或者慈善组织成为工业科普旅游

的经营者时,遗产保护、科普教育等公益性目的成为首位目标。英国的铁桥峡谷于1986年被列入世界自然与文化遗产名录,作为第一个工业闻名的世界遗产,铁桥峡谷在发展工业旅游的过程中将保护文化遗产和推动区域经济发展作为经营目标<sup>[10]</sup>。

### 3.2 产品丰富

发达国家工业科普旅游的开发模式多样、旅游产品丰富。工业科普旅游的开发模式不仅仅限于生产车间的观摩体验,还包括博物馆、公共休闲、综合开发等多种开发模式,已经形成了较为完整的工业科普旅游开发模式体系。国外的工业科普旅游产品设计从旅游六要素出发,即满足旅游者在工业科普旅游过程中的食、宿、行、游、购、娱。经营者提供系统全面地配套服务,旅游各景点大都设有餐馆、纪念品店、导游服务、接待中心等基础服务设施。

### 3.3 客源广泛

由于国外的工业科普旅游主题鲜明,不同的工业科普旅游景点的客源的年龄、阶层还有组织形式都存在着一定的差异,从而形成工业科普旅游客源广泛的优势。工业科普旅游景点各有特色,所以其吸引的旅游者存在着年龄上的差异。英国的艾思布里奇峡以英国工业历史为旅游吸引物,普遍受到具有怀旧情怀的老年旅游者的欢迎,其旅游者年龄大多在45岁以上<sup>[11]</sup>;而英国的斯尼伯斯顿的旅游产品则以科普教育为主,相对于其他年龄段的旅游者更能吸引向往科学知识的青少年。发达国家工业科普旅游的旅游景点具有差异性,决定了工业科普旅游在国外是一项从小学生到老年人,从低收入人群到高收入人群都具有吸引力的旅游项目。

### 3.4 经营灵活

国外的工业科普旅游业具有淡旺季之分,景点根据淡旺季在开放时间和门票价格方面采取灵活的经营策略。工业科普旅游景点受季节因素的影响较小,大多数国外工业科普旅游景点除重要节日休息外都是全天开放的。如威士忌文化遗产中心除圣诞节和元旦关门,

每天从10时营业到17时;但在淡季时,有些工业旅游景点会减少开放天数,如卡德布里世界在旅游淡季经常在星期一、星期二不营业<sup>[12]</sup>。国外的工业科普旅游景点门票制定机制同样灵活,老年人、残疾人和儿童享受优惠门票价格,并为团体游客和达到一定人数的家庭游客提供团体票价格。

### 3.5 注重营销

发达国家工业科普旅游的成功发展不仅依靠优质的旅游产品,还有行之有效的营销方案。早在1993年,英国的威士忌文化遗产中心就预算用年营业额的1%~5%相当于每年大约11 000英镑至55 000英镑作为营销费用<sup>[12]</sup>。景点花费重金用于营销,其主要目的是提高景点的知名度,吸引更多的游客来访。其次,景点运用传单、宣传册、广告、促销、赞助等营销措施还可以达到增加回访率、提倡淡季游览的效果。国外的景点营销目标十分明确,意在表现突出自身的特色优势。威士忌文化遗产中心在营销活动中传达的信息是为游客提供一次与“苏格兰的主要产品”有关的娱乐活动;卡德布里世界的营销活动的主题是“唯一的巧克力经历”。

## 4 国外的成功经验对我国工业科普旅游开发的启示

### 4.1 均衡开发效益

国外开发工业科普旅游的经营者并不固定,政府、社会组织、工业企业出于不同的动机都可以经营工业科普旅游。政府和社会组织开发工业科普旅游项目是出于保护文化遗产、推动区域经济发展、提高区域知名度、倡导资源保护意识等公益动机,但其工业科普旅游景点的经济收入不低于工业企业景点。工业企业开发工业旅游项目不仅是为了宣传企业、提高知名度、增加经济效益,也包含保护企业文化的公益性动机。虽然发展工业旅游的动机不同,但经济效益和社会效益保持平衡,实现了国外工业科普旅游的健康发展。我国评定的工业旅游示范点大多数是竞争力强的大企业,其本身的经营发展水平较高,经营者并不十分注

重工业科普旅游带来的经济效益,开展工业科普旅游的经济利润微乎其微,多数的工业企业发展工业科普旅游的目的是宣传企业形象、增加企业社会知名度。因此,如何采取有效措施,增强工业企业和旅游活动的结合度,达到社会效益和经济效益的和谐统一是有待研究的问题。

#### 4.2 丰富产品结构

国外工业企业开展工厂观光旅游的目的是通过旅游者参观生产过程来加强旅游者对公司品牌的认可,并为公司产品树立良好的形象,是工业企业营销手段的一种。在开发过程中,有的将废弃的工业遗址改造成博物馆、有的在工厂内开设儿童可以参与的亲子项目、有的则将废弃的工业设备改造成娱乐设施……国外工业科普旅游产品丰富,能够使旅游者在工业氛围浓厚的环境中休闲娱乐并领略工业知识。我国工业科普旅游应该借鉴国外成功案例,逐步丰富产品结构。在旅游线路方面,设置旅游接待中心,根据目标市场设计旅游线路,更具针对性;旅游线路设计要张弛有度,景观的安排要使旅游者的心理有高低的起伏,使旅游者享受游览的过程。在旅游产品方面,增强参与性,提高旅游者兴致,有效地延长游览时间及消费时间;增强文化性,深度挖掘企业的文化内涵,实现科普功能,提升旅游产品品味;增强休闲性,设置一些休闲性项目,例如,射击、美容、餐饮等娱乐活动,丰富旅游产品结构的同时可以增加经济收入。在旅游纪念品方面,满足旅游者购物需求,增强纪念意义。日本的日清公司在旅游纪念品方面别出心裁,旅游者可以根据教程亲手制作方便面,并在包装上写自己的名字和生产日期。日清公司将旅游者自己制作的方便面作为旅游纪念品,在展现生产工艺的同时,增加了旅游纪念品的纪念意义<sup>[13]</sup>。

#### 4.3 转变旅游需求

在工业经济衰退的时期,发达国家政府大力完善福利保障制度,人们拥有更多的闲暇时间,可自由支配收入不断增加,越来越

多的人愿意旅游。并且随着人们受教育程度的提高,人们的旅游需求发生了转变,人们更迫切地希望提升自己的科学文化素养,希望通过游览景点学习到新的东西。旅游者表现出对工厂、农场、高技术工业中心、手工作坊等工业场所的兴趣将越来越大;人们对生活质量要求越来越高,开始关注健康和饮食,相应的食品工业方面的工厂和产品受到欢迎<sup>[14]</sup>。旅游者不满足于传统的观光旅游,新的旅游需求推动了工业科普旅游的发展。目前,我国绝大多数旅游者旅游的目的仅从休闲的角度出发,自然观光类旅游项目仍然是主要选择对象。缺乏求知和提升科学文化素质的旅游需求导致了我国旅游者对工业科普旅游的不认可,造成了工业科普旅游在我国客源较少的难题。大力发展工业科普旅游的前提是转变旅游需求,如何将旅游需求由休闲向求知转变是发展工业科普旅游的一个突破口。在转变旅游需求的基础上,着重培养工业科普旅游客源市场,以学生市场、商务市场、老年市场、家庭市场、女性市场和异地市场为主。

#### 4.4 提高服务质量

发达国家工业科普旅游的服务具有专业化、人性化、多样化的特点。英国卡德布里采取人性化的服务,为残疾人提供了轮椅道和导向狗服务;威士忌景区中提供多种语言导游服务来满足不同国家游客的需求;德国哈廷根的亨利钢铁厂的导游人员由原厂工人志愿者承担,更加凸显景区的历史感和真实感。我国工业企业虽然具有吸引旅游者的专业工艺和高新科技,但由于多数企业与旅游部门联系不够密切,发展工业科普旅游仍延续发展工业的方式,提供的服务不能满足旅游者的需求。我国开展工业科普旅游需要进一步促进工业企业和旅游部门的合作,建立灵活的管理机制和科学的人员培训制度。

#### 4.5 争取政府支持

国外工业科普旅游的发展离不开政府的大力扶持,发达国家的工业科普旅游开展多数有政府的介入,德国鲁尔区是世界著名的

工业区域,在工业经济出现衰落时,德国政府试探性地采取将一部分厂房修整为展览馆,一部分车间变为音乐厅,一部分仓库装修改作饭馆等措施。在取得一定成效后,德国政府提出“工业遗产旅游之路”的策划,标志着德国工业遗产旅游的正式开始。荷兰政府在本国的工业科普旅游上也做出了一定的推动,举世闻名的港口鹿特丹为发展工业科普旅游设立工业旅游基金,此后阿姆斯特丹和途温迪相继设立工业旅游机构,这些举措都是发展工业科普旅游的有利条件。我国发展工业科普旅游已经意识到政府的重要性,国家旅游局开展的全国工农业旅游示范点单位评选活动加快了我国工业科普旅游发展的脚步。在今后的发展过程中,政府应发挥引导作用,进一步完善遗产保护与再利用的法规;按照接待人数给予工业企业补贴及优惠;整合工业科普旅游资源,合理规划发展蓝图,增强宣传力度。从资金、政策方面对工业科普旅游给予支持,增加前期经济效益,引导更多优秀的工业企业开展旅游活动,推动工业科普旅游快速健康发展。

## 5 结论

工业科普旅游起源于国外并在国外发展迅速,其发展过程中有许多值得我们去学习借鉴的经验,我国工业科普旅游处于发展的初期阶段,需要从国外的成功典范中吸取精华。但这并不代表一味地模仿、照搬照抄,需要通过分析我国工业科普旅游发展现状,

结合实际情况,逐渐摸索出一条中国式的工业科普旅游发展道路。

## 参考文献

- [1] 崔素云. 工业科普旅游开发探讨[D]. 青岛: 山东大学, 2008.
- [2] David Saurf-Pujor, Joan Carles Llurdés-Coit. Embellishing nature: the case of the Salt Mountain Project of Cardona, Catalonia, Spain[J]. *Geoforum*, 1995(1): 35-48.
- [3] Wooder S. Industrial tourism[J]. *Insights*, 1992, 5 (8): 63-66.
- [4] 李同升, 张洁. 国外工业旅游及其研究进展[J]. *世界地理研究*, 2006, 15(2): 80-85.
- [5] Yale P. From Tourism Attractions to Heritage Tourism[R]. ELM publications, 1998.
- [6] 王芳. 东北工业旅游发展的现状及对策[J]. *现代情报*, 2007(1): 205-207.
- [7] 苏萍, 蔡庆华. 工业旅游: 现状与走势[J]. *商业研究*, 2006(2): 181-183.
- [8] 付业勤, 郑向敏. 国内工业旅游发展研究[J]. *旅游研究*, 2012, 4(3): 72-78.
- [9] 顾小光, 汪德根. 我国工业旅游的空间结构特征——以全国工业旅游示范点为分析对象[J]. *经济管理*, 2006 (19): 69-73.
- [10] 康凯. 老工业城市工业旅游开发研究——以包头市为例[D]. 昆明: 云南师范大学, 2011.
- [11] 郭文康. 英国工业旅游研究[D]. 济南: 山东师范大学, 2007.
- [12] 张洁. 工业旅游及其开发研究[D]. 西安: 西北大学, 2007.
- [13] 李冰. 国外工业旅游开发方略[J]. *企业改革与管理*, 2009(1): 68-69.
- [14] 吴相利. 英国工业旅游发展的基本特征与经验启示[J]. *世界地理研究*, 2002(4): 73-79.

(编辑 袁博)

it easy to approach and understand science through visiting science museums and science centers. The philosophy of international science education is during the process of the transformation from scientific inquiry to scientific practices. Essentially, the source of science communication is from scientific research institutions and scientific community specializing in scientific practices. The Science and Technology Museums can play a great role in building a communication platform and bridge between the public and scientific community, the Open Research Laboratory in Europe and the Living Laboratory in USA are best practices in this respect. Inspired by this, STMs can construct scientific platforms on researching or spreading level through introducing scientific research projects into Science and Technology Museums, and provide opportunities to help the public be deeply involved in the activities of scientists' practices on the basis of cooperation with professional scientific research institutions.

**Key words:** scienceand technology museums; science communication; scientific practice; platform construction

**CLC Numbers:** G269.23 **Document Code:** A **DOI:** 10.19293/j.cnki.1673-8357.2016.01.008

## Enlightenment from International Industrial Tourism to Development of Industrial Tourism in China

Yang Mingduo<sup>1,2</sup> Guo Yingmin<sup>1</sup>

(Harbin University of Commerce, School of Tourism and Cuisine, Harbin 150076)<sup>1</sup>

(Northeast Forestry University, College of Wildlife Resources, Harbin 150080)<sup>2</sup>

**Abstract:** The paper reviews the origin of development of industrial popular science tourism in foreign countries, and analyzes the development status in China through industrial demonstration sites. Furthermore, the paper analyzes some problems in this regard, such as the unbalanced development effectiveness, the single variety of products, the weak performance of tourism awareness, the poor quality of services, and the outdated concept of development. The paper sums up a batch of successful experience concerning the development industrial popular science tourism in developed countries: Clear objectives, rich products, widely-distributed customers, flexible management, and attaching great importance to marketing strategy. Finally, combined with existing problems and the experience coming from developed countries, the paper provides references for the development of industrial popular science tourism in China, these are manifested in the following aspects: the balanced development effectiveness, the enriching structure of product varieties, the changing demand for tourism, the improvement of service quality, and trying hard to obtain support from the government.

**Keywords:** Chinese and foreign industrial popular science tourism; development experience; development enlightenment

**CLC Numbers:** F590 **Document Code:** A **DOI:** 10.19293/j.cnki.1673-8357.2016.01.009

## A Research on College Students' Perception of Nuclear Power and Attitudes toward It: A Survey at Guangzhou University City

Deng Lifeng Tu Shengbin

(School of Communication and Design, Sun Yat-Sen University, Guangzhou 510006)

**Abstract:** This study aims to conduct a research on college students' perception on nuclear power and attitudes toward it. Focus group discussions and questionnaires are employed to investigate students from ten universities in Guangzhou city, including their self-perception and real knowledge of nuclear power, attitudes toward it, and which form and channel they