

消费涌新潮 新春添活力 ——世界共享中国大市场红利

丙午马年，骐骥昂首。春节期间中国经济活力涌动，城市商圈客流增多，热门景点人气火热，海外企业聚焦“洋年货”提质升级，跨境游热度攀升，为全球旅游消费增添新动能。海外人士认为，随着中国消费潜力进一步释放，春节消费热潮的外溢效应持续显现，为世界经济注入一股暖流。

“洋年货”提质升级走俏市场

阿联酋巧克力、法国化妆品、俄罗斯帝王蟹……如今，春节不只是国际化的“超大文化IP”，更是“超级带货IP”。针对中国消费者青睐绿色与健康的新消费理念，海外企业纷纷抢抓春节时机，推出新产品、升级新服务，洋年货呈现品质化、精细化、多元化趋势。

南非路易波士茶和红酒主打天然健康与高质价比。“越来越多南非酒庄正由早期探索转向长期布局，通过稳定供货、优化产品结构和加强本地化运营，深耕中国市场。”南非布法罗国际物流公司董事长张鑫说，南非“洋年货”已从节庆尝鲜逐步向品质化、常态化升级。

为更好抢占春节市场，车厘子的出口商在产品包装上不断创新。智利八火公司商务经理帕特里西奥·乌略亚说：“一款重量880克、金条造型的包装受到中国消费者喜爱。5公斤箱越来越少，2.5公斤对家庭来说也偏大。未来趋势将是

更小规格包装。”

除消费品外，春节也给海外制造业带来新灵感。意大利摩托车品牌维斯帕近期推出马年特别款，将中国生肖意象与意大利经典工业设计相结合，在米兰市中心品牌体验店展出，吸引不少路人驻足拍照。

海外企业还争相参加中国“年货大集”。今年北京坊新春文化坊会首次推出“国际非遗过大年”板块，吸引14个国家和地区展商展出食品、化妆品等。置身印度脆球、埃及烤肉等“小吃摊”，听着“恭喜发财”的吆喝声，北京市民李女士感叹：“不出国门就能买到现做的各国美食，年味添了洋气。”

“跨境游”双向奔赴驱动增长

五洲共庆中国年，“最长春节假期”催生出入境游市场持续红火，沉浸式体验式消费成为新时尚，全家一起旅行过年定义新“年味儿”。国家移民管理局预测，今年春节假期全国口岸日均出入境旅客将超205万人次，较去年同期增长14.1%。

迪拜国际机场换上“红妆”，巨型摩天轮“迪拜眼”推出春节主题下午茶，“支付宝+”携手迪拜核心商圈推出购物券等春节专属福利。迪拜旅游及商业推广局国际运营部亚太区总监沙哈布·沙彦说：“中国始终是迪拜最重要的战略市场

之一。迪拜正持续营造让中国游客、企业与投资者宾至如归的环境。我们对未来合作前景充满信心。”

春节期间，泰国曼谷和宋卡府合艾县举办花灯展、舞狮表演等庆祝活动。泰国国家旅游局局长塔帕妮说，在泰中建交51周年之际，这次活动彰显两国旅游部门传承泰中共同文化遗产、推动高品质旅游的坚定承诺。

春节影响力持续扩大，加之出入境便利化、退税等措施不断优化，“到中国过春节”渐成海外新风尚。“春节是感受中国阖家团圆、喜庆向上文化的最佳时机。”阿塞拜疆游客伊利卡尔·亚里耶夫和妻子一起来探望在温州上大学的儿子，一家三口到北京、济南等地观光。“时速达350公里的高铁、移动支付遍布各个角落、到处高楼林立……”相隔10多年再到中国，亚里耶夫不禁感叹中国的发展速度。

“我去过北美、欧洲、非洲多地，在我心里中国是排在最前面的，悠久的历史孕育厚重的文化，是真正正的软实力。”亚里耶夫说。

“中国大市场”红利持续释放

智能科技产品受到追捧，潮玩年货成为消费新宠，赏非遗、观表演，让传统文化以鲜活方式回归……马年新春，中国消费市场呈现出更注重科技感、体验感、松弛感的新风向。世界欢迎中国消费热潮，

更期待不断共享中国大市场红利。

网络平台数据显示，2026年春节档电影总票房（含预售）突破50亿元。中国人民银行的数据显示，2026年除夕当天，银联、网联共处理支付交易49.31亿笔，较去年除夕增长21.64%。

莱索托国立大学经济学系主任莱塞科·马凯塔认为，春节期间中国消费表现强劲，折射出中国内需加快释放、服务业加速回暖、数字化消费持续活跃的积极迹象，消费潜力不断释放。

借着春节假期的火热消费势头，国际品牌纷纷发力，积极寻求与中国消费者建立更深层次的联接。在意大利公共关系联合会执委会会员安德烈亚·奇奇尼看来，中国超大规模市场对全球品牌持续具有吸引力，围绕春节推出的限定产品与节日服务，正成为海外品牌深化中国市场布局的重要抓手。

肯尼亚经济学家詹姆斯·希克瓦蒂说，中国已从“世界工厂”加速转变为“世界市场”，非洲各国正充分利用中方对非零关税举措，调整出口商品结构，更好契合中国春节市场需求。

西班牙广播电视公司网站刊文说，在全球经济充满不确定性的背景下，中国春节消费有助于促进跨境贸易和服务业发展。春节已不仅是一个传统节日，更成为提振全球经济的活力源泉。

（据新华社记者/钟雅）

为“情绪价值”买单： 让服务“新供给”呵护情绪消费“新刚需”



岁末年初的消费市场暖意盎然。记者观察到一个鲜明的趋势：人们购买的已不只是物品的基础功能，为“情绪价值”买单正成为更重要的消费理由。随之而来的服务新生态、新供给、新体验也正在加速成长，为经济高质量发展注入新动力。

在江西景德镇，当传统陶瓷邂逅当代情绪，消费便有了新的语言。表情诙谐的“无语佛”摆件、可以旋转把玩的“玲珑杯”，都精准击中了职场人需要幽默共鸣与压力释放的痛点，让产品销量激增。

情绪价值的满足，更来自创造与获得的完整体验。景德镇将消费过程延伸为沉浸式的服务——在体验工坊里，游客可以亲手制作陶瓷，工坊提供一站式烧制邮寄服务，将等待转化为一份“迟到的惊

喜”。层层递进的“服务新供给”，让当地旅游人次、旅游收入显著提升。

这些微观的创新背后，有着清晰的政策脉络。2025年印发的《提振消费专项行动方案》明确提出“将中华优秀传统文化融入产品设计，支持开发原创知识产权(IP)品牌”。“十五五”规划建议指出“扩大优质消费品和服务供给”，强调“推进文旅深度融合，大力发展文化旅游业，以文化赋能经济社会发展”。可以看到，消费的驱动力量，正从“性价比”转向“心价比”，这些围绕“心之所向”构建的新供给、新体验，将持续为经济的高质量发展，注入细腻而坚实的“暖心”力量。

（据新华社记者/彭菁、郭杰文）

