

**购在中国：
共享开放发展新机遇**

新华社研究院

目 录

引 言	1
第一章 “中国游”带火“中国购”	3
一、中国入境消费市场跑出“加速度”	3
二、入境消费从“买东西”到“买体验”	9
三、入境消费全域联动呈现“百花齐放”新格局	13
第二章 中国市场吸引全球的四大动能	20
一、市场承载力：全球消费需求的“深水港”	20
二、产业支撑力：全球消费新品类的“孵化器”	25
三、文化感召力：全球消费吸引力的“放大器”	31
四、政策保障力：高水平开放的“压舱石”	36
第三章 “购在中国”的世界意义	42
一、激活服务贸易“新引擎”	42
二、奏响对外开放“最强音”	44
三、释放消费红利“大礼包”	47
四、打造真实中国“多棱镜”	49
五、架起文明互鉴“连心桥”	51
结 语	54
编写说明	56

引言

在中国，入境旅游市场持续升温，海外游客来华意愿稳步提升，入境消费已然成为中外经贸人文交流的重要载体。

当今世界，百年变局加速演进，全球经济增长乏力、各类风险挑战不断加剧。世界经济论坛发布的《2026年全球风险报告》显示，不确定性是2026年全球面临的确定性风险。这种不确定性，来自地缘紧张局势延宕，来自保护主义和单边主义冲击贸易秩序，来自大宗商品价格剧烈波动，来自全球产业链和供应链“碎片化”风险……

在此背景下，中国坚持向新向优发展，做开放合作的践行者，以海纳百川的胸襟、开放包容的姿态，打造全球消费的新目的地，为世界注入信心与活力。随着入境免签、离境退税等政策持续优化升级，越来越多外国游客选择来华购物，入境消费规模稳步攀升，入境客源市场结构更趋多元，消费场景从核心商圈“单点突破”向全域

覆盖“多点支撑”持续扩展。

入境消费的蓬勃脉动，源于中国式现代化强有力的支撑。硬核的市场承载力打造品类齐全、选择广泛、体验优良的消费目的地；强大的产业支撑力提供高品质、多样化、高性价比的产品供给；深厚的文化感召力构建起覆盖历史遗产、生活美学、精神哲思的强烈认同；完备的政策保障力构筑便捷、高效、顺畅的购物环境……“购在中国”从涓涓细流汇成澎湃江河。

机遇在合作中拓展，民心在交流中连通。“购在中国”已成为连接中国与世界的重要桥梁，成为繁荣全球服务贸易、捍卫经济全球化、带动全球消费业态升级、塑造中国国家形象、促进文明交流互鉴的重要力量。

购在中国，联通世界。中国诚邀世界共享消费机遇、共赴开放之约、共绘发展蓝图。

第一章

“中国游”带火“中国购”

当开放的中国与世界相拥，由“中国游”带火“中国购”，入境消费热潮涌动，每一位跨越山海而来的全球游客在消费体验中深刻感受到中国实力、文化魅力与开放姿态。“购在中国”已成为新时代中外经贸交融、民心相通的崭新篇章。

一、中国入境消费市场跑出“加速度”

开放的中国，是世界的旅游胜地，更是全球的消费热土。伴随着中外人员往来全面恢复、跨境旅游便利化水平持续提升，中国入境旅游市场迎来强势复苏，入境消费需求集中释放，消费规模节节攀升、客源版图不断扩大、网络热度持续高涨，跑出了高质量发展的“加速度”，成为全球旅游消费市场复苏的重要引擎。

1. 入境消费市场活力迸发

如今，中国街头巷尾随处可见拎着大包小包

的外国游客。从一线城市的核心商圈到古镇街巷的特色小店，从传统手工艺品到前沿智能产品，入境消费的场景不断拓展、热力持续升腾。2026年1月，上海浦东国际机场值机大厅内，7名中东游客返程时40余个装满商品的行李箱整齐排列，总重量超500斤。这样的场景在全国各大口岸多次上演，直观展现海外游客来华消费的高涨热情。

权威数据印证市场强劲动能：2025年全国入出境外国人达8203.5万人次，同比上升26.4%^①；旅行服务出口规模3939.8亿元人民币，同比增长49.5%，是2019年的1.6倍^②；办理离境退税的境外旅客数量同比增长305%，离境退税商品销售额同比增长95.9%，离境退税额同比增长95.8%^③；超1000万入境用户使用支付宝

① 《近7亿！2025年出入境人次创历史新高》，新华社，2026年1月28日。

② 《商务部服贸司负责人解读〈关于促进旅行服务出口扩大入境消费的政策措施〉》，中华人民共和国商务部，2026年3月20日，https://www.mofcom.gov.cn/zwgk/zcjd/art/2026/art_437a5da6107c4ff99eec7f4e983d22f7.html。

③ 《税收数据显示：2025年国内消费亮点纷呈》，新华社，2026年1月26日。

“外卡内绑”和Alipay+“外包内用”两类便利支付服务，相关入境消费同比增长超100%^①。

入境消费规模稳步攀升，海外游客的消费热情持续释放，“购在中国”正成为全球大量游客的共同选择，勾勒出中国入境消费市场蓬勃向上的发展态势。

2. 入境客源市场结构更趋多元

北京前门步行街，西班牙人布拉姆买下写有“人生喜乐”字样的木梳，感受东方文化韵味；深圳华强北，巴西游客丽兹抢购3副AI眼镜，惊叹中国智造魅力；上海新天地商圈，荷兰游客董博文将相机、电动行李箱与旗袍尽数收入行囊，满载而归；成都宽窄巷子，芬兰游客罗拉甄选熊猫耳环、巴蜀文创T恤，沉浸于巴蜀文化的烟火气息……不同国度、不同偏好的海外游客，在中国各地解锁专属消费体验。

全球游客跨越山海奔赴中国，感受中国魅力，推动入境客源版图持续拓展、结构不断优化。

^① 《跨境支付互联互通再“上新” 五国支付二维码接入微信支付》，新华社，2026年4月22日。

化，为“购在中国”热潮注入多元活力。

传统客源市场复苏势头强劲。韩国作为近邻客源地，2025年赴华韩国游客达316万人次，同比增长36.9%，在韩国所有热门出境目的地中增幅居首。^①韩国大型旅行社哈拿多乐数据显示，按2026年5月1日至7日出发的旅游产品统计，中国目的地预订占比约30%，位居第一，赴华旅游产品预订占比较去年同期上升8个百分点，增长势头明显。^②携程数据显示，越来越多东南亚游客选择中国内地城市作为旅游目的地，部分地区热度甚至超越日本^③。北京文旅局发布的《2025年北京市接待入境游情况》显示，欧美客源恢复势头稳健，英国、法国、加拿大等地的来

① 《韩媒：“中国游”大热，韩国新增多条赴华航线》，环球网，2026年5月12日，<https://world.huanqiu.com/article/4RWmeNCOPI>。

② 《韩国“五一”出境游首选中国，韩媒：中韩跨境游回暖态势显著》，环球网，2026年4月7日，<https://3w.huanqiu.com/a/de583b/4R3b4LWe34w>。

③ 《东南亚游客正把“非一线”中国城市送上“顶流”！》，观察者网，2025年12月22日，https://m.guancha.cn/qiche/2025_12_22_801271.shtml。

华游客数量正逐步回升至2019年的水平。

新兴客源市场迎来爆发式增长。2025年6月9日，中国对沙特、阿曼、科威特、巴林等四国实施普通护照免签政策，直接带动入境需求大幅提升。携程数据显示，政策公布首日，海合会国家赴华航班搜索量环比增长90%，沙特游客搜索热度居首^①，显示出强烈的出行意愿和对中国旅游市场的关注度。

3. “中国购”成为海外社交平台的“流量密码”

数字时代，海外社交平台已成为全球游客感知中国消费活力、传播中国文旅魅力的核心阵地，海量真实、鲜活的分享内容，让“中国购”持续突破地域与文化壁垒，成为风靡全球的现象级流量密码。

“Chinahaul（中国购物开箱）”已成为海外社交平台现象级标签。“500美元在中国能买多

^① 《免签扩容至47国！中国旅游市场迎八方来客》，南方都市报，2025年6月9日，https://news.qq.com/rain/a/20250609A08S8R00?suid=&media_id=。

少好物”“中国商场的惊喜体验”“中国品牌颠覆认知”等标题刷屏全网。“Becoming Chinese（成为中国人）”与“Chinamaxxing（极致中国化）”成为浏览量过亿的热门话题，外国网民纷纷分享在中国的旅游购物经历。从北京的胡同文创、上海的潮牌好物、广州的特色美食、深圳的科技产品，到西安的文物周边、成都的熊猫文创、杭州的江南好物，各类中国商品与消费场景刷屏海外社交平台，引发全球网民的向往。

话题热度背后，是海外文旅博主、消费达人以真实体验为中国消费“代言”。美国顶流网红IShowSpeed（甲亢哥）中国行直播之旅中，专程赴深圳华为旗舰店，现场下单三台折叠屏手机并直播开箱，直观展现中国科技产品的硬核实力。万千海外达人用亲身探店、真实测评，打破海外对中国消费的刻板印象，让中国好物、中国场景走进全球用户视野。

二、入境消费从“买东西”到“买体验”

当下，入境游客的消费理念与购物偏好已

发生深刻转变。入境消费不再局限于传统商品采购，而是逐步从单纯的实物购物，升级为沉浸式感知东方文脉、体验中国各地生活方式，信赖中国国货品质、认可本土品牌的全新深度消费模式。

1. 中国制造升级改写海外游客购物清单

丝绸、茶叶、瓷器、中药、玉雕……这些承载千年东方文脉的传统特产，曾是海外游客来华购物的“标配”，是中国商品走向世界的经典符号。时至今日，传统特产依然是入境消费的热门选择，经过工艺升级、设计创新、品牌打造，焕发新的生机，持续俘获全球消费者的心。

与此同时，科技创新推动“中国制造”向“中国智造”“中国创造”跨越，彻底改写了海外游客的购物清单。智能手机、新能源汽车、智能家电、无人机、电竞设备、便携数码产品等“智造好物”，凭借硬核科技、卓越品质、高性价比，成为海外游客购物的新宠。在深圳华强北、上海陆家嘴、北京中关村等科技商圈，海外游客热衷于体验、采购中国科技产品，不少游客直言

“中国智造的品质与创新，超出预期”。

从传统工艺的匠心传承，到现代科技的创新突破，中国商品完成了从“低端供给”到“高端品质”、从“以产定销”到“精准适配”的蜕变，让海外游客的购物清单既有历史温度，又有科技质感，既满足文化情怀，又适配现代需求，使得入境消费实现从“量的增长”到“质的跃升”。

2. 沉浸式体验重塑入境消费新场景

文旅融合消费成为海外游客追寻的新时尚。他们走进故宫、兵马俑、敦煌等文旅景区，在观赏文物古迹的同时，购买文创周边、体验非遗手工；漫步成都宽窄巷子、苏州平江路、福建三坊七巷等历史街区，边逛边吃、边游边购，感受市井烟火与传统文化交融的魅力；参与汉服体验、茶艺品鉴、书法绘画、中医理疗等特色活动，在沉浸式体验中完成消费，让购物成为沉浸式领略中国文化的旅程。

从赶景点到重体验，从标准行程到定制服务，今年“五一”期间，与深度体验相关的入境

游消费增长明显，玩乐项目订单量同比增长129%，用车服务增长75%。^①

入境游品牌 China Explorer Tour 主打文化传播与深度在地体验，以沉浸式场景设计吸引外国游客融入本土生活，以文化体验撬动入境消费活力。北京粤财 JW 万豪酒店联袂琉璃厂将 600 年京城文脉打造为高端旅居体验产品，深受海外游客青睐，有效拉动住宿、文创及文化体验消费。南京国免出境免税店与中免进境免税店联合推出主题促销活动，红山动物园文创、牛首山文创、南京云锦、中国品牌手机等特色商品引发了外国游客浓厚的兴趣。

海外游客还热衷于体验中华传统养生与中国国际医疗旅游。武当山上，每年有超过 1000 万海内外友人习武养生、游历问道。法国女生玛露雅已是第二次前来，德国小伙亚历山大、美国西医拜伦·穆伊，都在这里找到了身心平衡。NBA 巨星文班亚马专程赴少林寺闭关 10

^① 《入境游升温有了新变化：从深度体验到服务升级》，新华社，2026 年 5 月 6 日。

天，剃度穿僧袍，考过“少林一段”段位，成为首位获少林武术认证的NBA球员。2025年，超9300名境外患者从全球14个国家和地区到海南博鳌乐城国际医疗旅游先行区就医旅游。尤其是在海南自贸港全岛封关后，接待境外患者人数环比增长6倍。^①

3. 国货品牌逐步走到入境消费市场“C位”

伴随着中国品牌实力的持续提升与国潮文化的蓬勃兴起，国货已从“小众选择”成为海外游客入境消费的新主流，越来越多的海外游客将国货作为了解中国文化的窗口，在选购商品的同时，主动感受中国品牌的实力与魅力。

从运动服饰到美妆护肤，从智能家电到新能源汽车，从文创潮玩到中式生活好物，各类国货品牌依托深厚文化底蕴、前沿设计创新与过硬产品品质，不断打破海外消费者的固有认知。李宁、安踏等国潮运动品牌兼具潮流设计与高性价比

^① 《“医疗特区”为何打动境外患者?》，《海南日报》，2026年1月29日，<https://www.hainan.gov.cn/hainan/ztfwjkc/202601/77350c7fa53b4b86a7ce55ea385e2e03.shtml>。

比，花西子、完美日记等美妆品牌尽显东方美学魅力，大疆无人机、折叠屏手机等国货潮品则彰显了“中国智造”的硬核实力。凭借“文化+科技+设计”的核心优势，国货成为海外游客来华购物的心仪之选。

海外游客纷纷走进城市商圈、免税店及品牌门店，探寻国货背后的品牌故事，亲身体验产品性能，自主选购心仪的国货商品。在上海南京东路李宁专卖店，澳大利亚游客吉奥与女友试穿选购时坦言，中国运动品牌在海外口碑颇佳，款式新颖、性价比出众，还能享受便捷的离境退税政策；同在南京东路的名创优品全球壹号店内，韩国游客韩瑞与朋友精心挑选联名潮玩、茶品及生活好物，感慨每次来华都能在国货中发现新惊喜。

三、入境消费全域联动呈现“百花齐放”新格局

“中国游”“中国购”给消费市场带来新增长点，也助推中国入境消费空间从核心商圈“单点

突破”向全域覆盖“多点支撑”转变，消费场景不再局限于传统旅游城市的核心商圈，还同时加速向特色街区、县域城镇、边境口岸乃至乡村延伸，一个层次分明、特色互补、联动发展的全域消费格局正加速成形。

1. 重点城市引领作用持续强化

近年来，随着我国对外开放水平的不断提升，一批具备强大国际吸引力和消费承载力的头部城市，依托政策赋能与配套完善，加速构建对外消费开放体系，成为全球游客来华消费的核心目的地，引领入境消费持续升温。

北京、上海凭借深厚的国际交往底蕴与航线枢纽优势，在入境游市场持续领跑。2025年，上海入境游人数达936万人次，同比增长39.58%；北京入境游人数达548万人次，同比增长39%，两项数据均创历史新高。上海凭借区位优势，成为日韩等近邻国家短途跨境消费的首选地，“周五下班飞上海过周末”在海外社交平台热度攀升；北京则通过将历史文脉与商业消费深度绑定，实现消费增速持续领跑客流增速，为入

境消费从“流量拉动”向“价值提升”转型树立了标杆。

广州、深圳作为华南门户，持续发挥商贸与科技优势，稳居入境游接待量第一梯队；成都凭借独特的熊猫IP与休闲文化，展现出强劲的内陆消费爆发力，2025年入境游客人次同比增长48.9%，消费金额增长53.9%，接待规模位居全国前列，成为中西部入境游的排头兵^①；杭州、重庆、厦门等城市也立足自身资源禀赋，在数字消费、山水文旅及特色风情等领域不断推陈出新，共同构成了中国入境消费丰富多彩的生动局面。

依托全国免签政策扩容、240小时过境免签推广及国际航班快速恢复的政策红利，我国各大重点旅游与商业城市纷纷落地支付便利化、离境退税优化等配套举措，大幅降低海外游客入境门槛，持续催生跨境消费新热潮，向世界展示中国消费市场的多元魅力与开放姿态。

^①《从“China Travel”看全球青年向往之城——“全球青年看成都”入境游与国际传播洞察报告》，携程集团，2026年5月7日。

2. 区域特色与县域市场多点开花

凭借差异化优势，一大批具有地域文化特色、产业优势、旅游资源的区域特色城市脱颖而出，成为入境消费的新增长极，让入境消费呈现“百花齐放”的态势。携程数据显示，今年“五一”假期入境旅游市场从“单点热”走向“全域热”，目的地、客源与体验更加多元，黑龙江、贵州、湖南、新疆、山西等非传统入境旅游目的地客流增长明显，均超过60%。^①

海外游客走进西安、南京、洛阳、开封等古都，探寻千年历史文脉，挑选文物文创与非遗产品，品尝地方特色美食，在深度文化体验中完成消费；前往昆明、张家界等休闲城市，沉浸式感受慢生活氛围，参与康养体验、选购文创好物，带动当地休闲消费持续升温；奔赴青岛、大连、三亚等滨海城市，畅游海滨风光，体验海洋文旅项目，选购滨海特色商品、品尝海鲜美食，激活滨海消费活力；依托便利交通抵达武汉、长沙、郑州等

^① 《“中国人的假期很有活力”——“五一”假期“中国游”观察》，新华社，2026年5月5日。

中部城市，穿梭于商圈与文旅点位，开展购物、游览等活动，成为内陆入境消费的重要参与者。

与此同时，越来越多入境游客还将旅行消费延伸至三四线城市、县域与乡村，解锁小众特色体验。携程数据显示，2026年春节期间，全国12个县级市的入境人次达到A级入境游城市标准，较2025年同期翻倍。^①英国游客在安庆古戏台前驻足聆听黄梅戏，沉醉传统戏曲韵味；巴西球迷专程奔赴贵州，现场感受“村超”的热烈赛事氛围；巴基斯坦游客走进桐乡濮院镇的缫丝作坊，亲手触摸、体验千年丝绸工艺，在特色体验中触发消费。

携程海外平台数据显示，中国四五线城市目的地入境游规模年均增速高达134%，2025年黔南、黑河、湘西等地游客量增长尤为突出，山西大同云冈石窟的游客票量同比激增7倍。^②

^① 《从“老外”到“老乡”，他们为何到中国过年？》，新华社，2026年2月24日。

^② 《商务部研究院报告：入境游成服贸出口“新引擎”，推动服务贸易逆差显著收窄》，人民网，2026年2月28日，<https://finance.people.com.cn/n1/2026/0228/c1004-40672107.html>

3. 边境口岸市场潜力加快释放

中国陆地边境线漫长，毗邻多个国家，众多边境口岸城市凭借区位优势、政策支持、民俗相通的特点，成为跨境旅游与跨境消费的重要门户。

广西东兴口岸与越南芒街仅一河之隔，便捷的区位让这里成为中越入境消费的核心节点。2025年全年出入境人员突破900万人次，日均客流量达2.4万人次，大批越南游客涌入东兴，穿梭在口岸商圈选购中国国货、特色农产品，打卡当地网红奶茶店，更有不少游客专程前往崇左太平古城，体验汉服穿搭、拍摄古风照片，在沉浸式感受中国文化的同时完成消费。

吉林珲春地处中朝俄三国交界，独特的地缘优势吸引着大量俄罗斯游客。2026年以来，珲春公路口岸出入境客流量已突破5万人次，创历史同期新高。黑龙江黑河自2025年9月对俄罗斯实施免签政策后，跨境消费热度持续攀升。2026年元旦假期，黑河接待游客同比增长29.69%，游客总花费同比增长37.84%，成为中国元旦入

境游增长较快的“黑马”目的地之一。在吉林珲春、黑龙江黑河，俄罗斯游客的足迹遍布商贸、医疗、康养等多个领域，尤其是中医特色理疗项目成为他们入境消费的热门选择。

从越南游客的汉服体验到俄罗斯游客的中医康养，从过境采购到深度停留，海外游客的消费热情，持续释放边境口岸城市的消费潜力。

第二章

中国市场吸引全球的四大动能

“十五五”开局之年，中国以更高水平对外开放的姿态，向世界递出“购在中国”的亮丽名片。入境消费的强劲脉动，不仅是经济活力的直观体现，更是境外游客对中国市场投下的信任票。其背后，是超大规模市场的深厚承载力、完备高效产业的硬核支撑力、悠久灿烂文化的独特感召力，以及强大的政策保障力共同构筑的深层动能。

一、市场承载力：全球消费需求的“深水港”

作为全球最具规模、最具活力、最具韧性的消费市场之一，中国依托加快推进建设的全国统一大市场，以庞大体量承载多元需求、以消费升级牵引供给创新、以稳定韧性对冲全球市场风险，为全球商品、服务与品牌提供了无可替代的落地空间，为全球消费者打造了品类齐全、选择

广泛、体验优良的消费目的地。

1. 超大规模体量撑起全层级全品类的消费“全光谱”

经济学规律早已昭示，市场规模深刻影响社会分工的精细化水平，也决定着消费供给的丰富程度。中国之大，足以摊薄创新与专业化生产的边际成本，支撑起从大众普惠消费到高端定制消费、从实物商品到全品类服务消费、从传统业态到新兴消费领域的全层级、全维度覆盖，构建起全球独有的“全光谱”消费供给体系，形成全球为数不多、难以复制的独特市场优势。

正是由于14亿多人口的巨量需求，让头部电商平台百亿级的商品SKU（最小存货单位）都能在细分赛道上找到生存土壤，从日用百货、食品饮料、服饰箱包等民生刚需品，到消费电子、新能源汽车、高端奢侈品等升级类产品，实现了全链条、全品类覆盖，能够一站式满足境外游客多元化、多层次的购物需求。中国已形成涵盖文旅、康养、教育、体育、娱乐等全领域服务体系，超大规模市场同样发挥着“孵化器”作用，

能够容纳服务业各类新业态的试错与成长，仅文旅便构建起都市休闲、乡村旅居、深度研学、高端定制等多层次产品矩阵，不同国家、不同年龄、不同消费能力、不同偏好的境外游客，皆可在中国市场购得心仪之选。

中国市场的纵深特征进一步拉长了分工的链条。从一线城市的高端商圈到县域乡村的特色门店，从东部沿海的商贸枢纽到中西部的产业带，这种梯度发展的区域格局，不仅让全球顶级品牌能够找到落地生长的土壤，也为小众特色产品提供了下沉渗透的广阔空间。

2. 持续升级需求推动形成“需求升级—供给迭代”的正向循环

中国市场的独特魅力，既源于超大体量，更来自持续迭代的消费升级动能。随着人均GDP突破1.3万美元，中国消费需求结构加速从“有没有”向“好不好”、从“满足基本生活”向“追求品质体验”跃迁。消费者对绿色智能、健康养生、个性定制、文化赋能等“新质消费”需求日益增长。中国国家统计局数据显示，2025

年全国居民人均可支配收入达43377元，同比实际增长5.0%，消费升级势能充沛、空间广阔。

内需市场持续升级，不仅倒逼国内产品服务提质创优，完成供给迭代，更直接放大入境消费吸引力，让中国成为全球境外游客优选的品质消费目的地。旺盛且多元的高端消费需求，吸引全球品牌把最新款高品质产品和前沿服务优先布局中国市场。当前，依托中国作为国际品牌新品首发核心阵地的市场引力，大批跨国企业将区域总部、研发中心、设计中心落地中国，以精准适配本土高端消费偏好，定制专属产品与服务；而这些迭代升级的优质供给也同步对外开放，惠及入境游客，为海外游客来华购物、消费体验提供了丰富的选择。与此同时，中国国货品牌更是依托本土市场消费升级红利，持续加码研发创新，不断提升产品品质与技术水平，打造出全球领先的优质产品，进一步成为入境消费新热点。

3. 超强韧性底盘筑牢全球消费“稳定器” “避风港”

当前，全球经济复苏乏力、逆全球化思潮抬

头、地缘政治冲突不断、全球通胀高企，主要经济体消费市场持续疲软，不确定性显著增加。在此背景下，中国消费市场展现出穿越周期的超强韧性与稳定性。“十四五”时期，中国经济总量先后迈上110万亿元、120万亿元、130万亿元、140万亿元台阶，对世界经济增长年均贡献率保持在30%左右。这背后是消费作为经济增长“第一引擎”的强力支撑——近年来最终消费支出对经济增长的贡献率稳居50%以上，社会消费品零售总额突破50万亿元大关，成为全球消费市场重要“稳定器”和关键动力源。

对于全球企业而言，中国超大规模且平稳增长的市场，是其对冲全球波动、穿越经济周期的核心依托。这种宏观层面的确定性，正转化为跨国公司“在中国、为中国”的巨大吸引力。对于全球企业而言，中国超大规模的稳定市场，是其应对全球不确定性、实现持续发展的核心依托，中国市场稳，则全球企业发展有底气。即便在全球市场波动加剧的背景下，越来越多的全球企业依然将中国市场作为其全球战略的核心，持续加

大在中国市场的投入。对于海外游客而言，稳定向好的经济基本面、安全有序的市场环境、持续优化的消费体验，让中国成为全球跨境消费最具确定性的“避风港”。

事实证明，无论全球经济格局如何变化，中国经济长期向好的基本面没有变，超大规模市场的基本盘没有变，消费市场持续升级的趋势没有变。这一超强韧性底盘，为“购在中国”热潮的持续升温构筑了最坚实的基础，也让中国市场始终是全球消费增长的核心引擎。

二、产业支撑力：全球消费新品类的“孵化器”

依托规模庞大、门类齐全、配套完善的现代工业体系与持续跃升的新质生产力，中国已从“世界工厂”迈向“全球消费创新策源地”。全品类供给提供物美价廉选择、智造升级引领品质变革、敏捷响应紧跟时代潮流，中国为全球消费者提供高品质、多样化、高性价比的产品供给。

1. “全品类+高性价比”凸显消费市场独特优势

全球最完备的工业体系赋予了中国制造业独一无二的全品类供给能力和突出的质价比优势，构筑起中国消费市场独一无二的核心竞争力，为全球消费者打造出便捷、多元、实惠的消费体验。

全品类供给能力，是中国消费市场的核心底气，真正撑起“万物皆可买”的消费图景。依托全链条、全配套的产业生态，中国制造业实现了消费品类的全覆盖，从上游原材料加工到终端消费品制造，从基础零部件到成套高端设备，从几元钱的日用小商品到数十万元的高端消费装备，全品类产品均可规模化生产。被誉为“世界超市”的义乌小商品市场，拥有26个大类、约210万个单品，产品远销全球230多个国家和地区，小到纽扣、拉链，大到户外装备、家居用品，全球客商均可实现一站式采购。佛山家具、泉州鞋服、东莞电子、苏州家纺、景德镇陶瓷、淄博琉璃等特色产业带，形成了品类齐全、配套完善的

产业集群，每个产业带都能提供从设计、生产到定制、物流的全链条服务，精准适配全球不同市场的消费需求。

高性价比，则是中国消费市场的核心吸引力，依托产业优势实现质与价的完美平衡。产业集群带来的规模化制造、集约化生产效应，大幅降低了商品的生产、流通成本，在保障产品品质的前提下，让各类商品拥有极具竞争力的价格，无论是标准化的工业制成品、民生刚需日用品，还是满足个性化需求的定制商品，抑或是承载中国文化内涵的特色手工艺品，在中国消费市场都能找到高性价比的对应供给，充分彰显出中国消费市场的独特优势。

2. 创新驱动能力助推“中国制造”迈向“中国品牌”

近年来，中国制造正在向“中国智造”“中国品牌”加速迈进，一批具有全球竞争力的品牌与产品脱颖而出。在消费电子领域，折叠屏手机、AI翻译设备、无人机等产品，以领先的技术实力和卓越的性价比，持续吸引境外游客；在

新能源汽车领域，中国品牌已占据全球市场半壁江山，电池、电机、电控等核心技术全球领先，成为境外游客关注的重点；在智能家居领域，扫地机器人、智能投影仪、全屋智能系统，正成为海外游客“背货回国”的热门品类。

华为、大疆等科技潮品彰显“中国智造”实力，持续吸引外国游客“买买买”。位于上海新天地的大疆旗舰店内，很多外国游客兴致勃勃地选购最新款产品。工作人员表示，成组来店、直接下单、兼顾代购的外国消费者明显增多，其中不少人一进门就直奔无人机区。

深圳华强北是中国电子信息产业核心集聚区。自2025年10月以来，华强北每月进店客流量均突破10万人次，平均每天都有超过7000名外国访客涌入。无人机、VR眼镜、折叠屏手机、AI翻译设备等代表最新“中国智造”的科技产品，持续吸引着大批外国科技爱好者前来“淘宝”。

北京秀水街依托成熟的产业链基础，聚焦定制服装、原创设计等孵化自有品牌，备受使

馆区及长居外国人欢迎，商品复购率高，客单价持续提升；北京红桥市场深耕珍珠产业，珍珠年销量占全球产量的八分之一，通过打造“红桥大师讲堂”“祈年红”等创意消费品牌，有效吸引外国游客前来参观购物，仅2026年4月，就接待外国旅游团超过300批次，客源覆盖58个国家和地区。

3. 快速灵活的服务响应能力紧跟消费新风向

当文化热点兴起、消费趋势萌芽，中国的制造业和服务业能在短时间内捕捉需求，将“热点”变“卖点”，既推动中国消费市场保持新鲜感与吸引力，也让境外游客能够第一时间“买到潮流、带走中国”。

国产游戏《黑神话：悟空》2024年8月上线后迅速引爆全球，游戏中的中国古建筑、传统服饰、神话元素引发海外玩家强烈兴趣。不到一个月，各大电商平台便涌现出数百款相关文创产品——悟空手办、金箍棒模型、游戏角色服饰、取景地打卡攻略手册等，从概念到上架仅用时20余天。游戏取景地山西、浙江、四川等地同

步推出“跟着悟空游中国”主题旅游线路，文旅产品和服务与游戏热度无缝衔接，为境外游客提供消费新选择。

多部国产热播剧带火唐代妆造文化，剧中人物的发髻、花钿、襦裙成为海外社交媒体热议话题。剧集播出期间，电商平台同款商品即开始上架，发饰、团扇、仿唐装等产品从开播到热卖仅间隔一周。剧集未播完，相关产品已从线上走向线下，西安、洛阳等古都城市迅速推出唐代妆造体验馆。很多境外游客纷纷参与妆造体验、打卡拍照，沉浸式感受中华文化魅力。

2024年底“中药奶茶”在社交媒体走红后，不到一个月，北京、上海、广州、成都等城市的街头便涌现出数十家主打“药食同源”的新式茶饮店，枸杞、红枣、陈皮、罗汉果等传统食材与奶茶、咖啡跨界融合，形成“养生饮品”新品类。这一趋势迅速传导至产品端，袋泡茶、养生膏方、草本饮料等预包装产品同步上架，让境外游客既可到店尝鲜，也可“背货回家”。

三、文化感召力：全球消费吸引力的“放大器”

中华优秀传统文化底蕴深厚，是中国市场吸引力得以持续放大的软实力支撑。历史文化资源矩阵、东方生活美学、悠久哲学思想，共同推动入境消费吸引力持续提升。

1. 历史文化遗产拓宽“购在中国”流量入口

中华文明是世界上唯一自古延续至今、从未中断的文明。五千年的文明史孕育了一大批璀璨夺目的历史文化遗产，这是中华民族的精神瑰宝，也是中国吸引境外游客来华的重要IP，更是“购在中国”的流量入口。截至目前，中国拥有世界遗产60项，其中世界文化遗产41项、世界文化与自然双重遗产4项^①，构成了全球独有的历史文化资源矩阵。

名山大川间、潮街古巷里，不同的肤色勾

^①《高质量完成“十四五”规划系列主题新闻发布会介绍“十四五”时期文物事业高质量发展有关情况》，新华社，2025年9月10日。

勒出相同的笑脸，共同感知中国之美。今年“五一”假期，湖南张家界景区举办系列特色文旅活动，让境外游客在饱览自然奇观的同时，也能深度感受张家界的多元文化魅力。湖南出入境边防检查总站数据显示，假期前3天，湖南口岸出入境旅客1.5万余人次，同比增长3.38%。其中，张家界口岸出入境旅客中，95%为外籍旅客。^①

从万里长城到北京故宫，从秦始皇陵兵马俑到敦煌莫高窟，从良渚古城遗址到普洱景迈山古茶林文化景观，遍布全国的世界遗产与历史遗存，承载着中华文明的悠久脉络，每年吸引着数百万海外游客慕名而来。海外游客循着这些文明印记，在长城之巅感受山河壮阔，在莫高窟壁画前触摸丝路风华，在良渚古城遗址遥望五千年文明曙光。在与历史的对话中，游客们深度感知中华文明，也通过消费文创产品、伴手礼等把观光流量转化为购买数量。

^① 《湖南：“五一”假期入境游持续升温》，新华社，2026年5月6日。

2. 东方生活美学成为吸引消费的新增长极

中华文化最具感染力的部分，往往藏在寻常生活的烟火气之中。从世界到中国，越来越多外国游客爱上中式生活，讲究起“地道中国味”。

中国美食，是直接吸引海外游客了解中国的窗口。在上海外滩的一家非遗美食体验餐厅，一桌融合南北风味的非遗菜肴、一连串可触摸的传统技艺，让外国游客读懂中国、喜爱中国。开业近半年，餐厅海外客源占比已超过90%，吸引了新加坡、韩国、俄罗斯、英国等21个国家和地区的游客，其中亚洲游客占比超60%，欧洲游客达27.5%。^①

2026年春节期间，外国游客在北京逛庙会、啃糖葫芦、转风车，“比中国人还起劲”；在流光溢彩的上海豫园灯会上，穿着汉服逛非遗集市，“与中国古人别无二致”；在天津古镇，拓年画、赏鱼灯、吃糖墩儿，自称不是“老外”而是“老乡”……不少外国游客“打卡

^① 《从“老外”到“老乡” | 舌尖非遗让外国友人沉浸式读懂中国》，新华社，2026年2月25日。

旅游”不忘沉浸式扫货。细腻的苏绣、华美的景泰蓝、温润的景德镇陶瓷、飘逸的汉服……这些承载着东方美学的产品，成为入境游客的全新采购品类。

北京、上海、成都等城市高标准打造中医药文旅体验基地，整合诊疗康养、文化体验、文旅观光、特色购物于一体，构建“医疗+养生+旅游+消费”全链条业态，形成沉浸式中医药养生消费场景。随着中俄互免签证，“中医康养游”成为中国吸引俄罗斯游客的新特色。三亚市中医院推出结合热带气候调理与针灸、推拿的中医康养项目并配备俄语翻译，其国际医疗部与多家国际保险公司合作实现保险直付。不少俄罗斯游客专程赴该院，选择一个疗程的中医疗养。

3. 精神哲思助推文明之间的深度对话和价值共鸣

五千多年未曾中断的文明史，让中华文化形成了独立、完整的价值体系与治理智慧。外国游客在中国购物的同时，也被中华文明所蕴含的精

神哲思感染和浸润，让“购在中国”成为不同文明间的深度对话和价值共鸣。

茶文化，是中国人生活哲学的生动浓缩。采茶制茶的劳作、茶艺表演的雅致、品茗论道的闲适，让茶文化体验成为入境游客的热门选择，茶叶、茶器也随之成为“购在中国”的特色品类。今年1月初，73岁的英国游客伯吉斯第一次来广东喝到单丛茶时不禁感叹“Very refreshing（茶香沁人）”，旅行结束后她将单丛茶带回英国，这缕单丛茶香，也飘向万里之外的英国。^① 海外消费者在一杯清茶中，体悟中国人“和静怡真”的生活哲学，也与茶文化所蕴含的东方智慧产生共鸣。

和合文化、天人合一、和而不同等中国哲学思想，也随着“购在中国”被越来越多外国游客所认同与接受。浙江天台山是和合文化的重要发祥地，其云雾茶与和合文化持续吸引着日本、韩国等国家的游客前来探访；福建武夷山

^① 《英意俄游客爱上广东单丛：感受叹茶的快乐，行李箱专门腾地方》，《南方都市报》，2026年1月26日。

的茶文化、安徽黄山的徽文化、山东曲阜的儒家文化，每年都吸引着大量海外团队前来研学。海外游客在沉浸式文化探访中，体悟中华文明蕴含的古老智慧，感受中国人的包容胸襟，也通过选购文创产品、特色商品，将这份哲思与文化带回家乡。

四、政策保障力：高水平开放的“压舱石”

“购在中国”热潮还源于中国向世界提供的强大政策保障力。中国不断推动入境便利化、优化支付退税、增强全链条配套保障，政策的精准发力有效撬动入境消费市场，拓展服务消费新空间。

1. 入境便利化让全球游客“进得来”

入境便利是跨境消费的第一道门槛。中国秉持开放包容的理念，持续深化签证便利化改革，构建多层次、广覆盖、高效率的入境服务体系，让全球游客“说走就走、便捷入境”，为“购在中国”注入源源不断的人流动能。

中国国家移民管理局数据显示，2025年，中国单方面免签国家增至48国，互免签证国家扩至29国。中国还升级了240小时过境免签政策，将适用范围扩至55个国家，入境口岸增至65个。^①与此同时，签证办理与口岸通关服务持续提质增效，新版申请表简化34%项目，驻外使领馆取消预约制度、阶段性调减25%规费；“刷脸”智能通关推广至多个重点口岸，实现“秒级通关”。2026年，电子签证、网上申办等举措稳步推进，以制度优化与技术赋能，让全球游客的中国之行更加便捷。数据显示，2026年“五一”假期外国人入出境125.5万人次，较去年同期增长12.5%。入境外国人中，适用免签政策入境43.6万人次，增长14.7%。^②

2. 优化支付退税让境外游客“买得畅”

离境退税是跨境消费的关键环节，也是释放消费红利的重要举措。2025年4月，中国将

^①《春节，跨文化的“世界语言”》，新华社，2026年2月17日。

^②《从“看山看水”到“乐享山水”——解锁旅游强国的进阶密码》，新华社，2026年5月12日。

“即买即退”服务推广至全国，同步下调境外游客购物退税起退点至200元，同时简化审核流程、下放备案权限、压缩办理时限。随着离境退税便利化改革持续深化，全国主要航空口岸正加速推广自助办理模式，深圳、杭州、上海等地已率先实现分钟级快速自助退税。

中国离境退税“即买即退”服务措施实施一年来，办理人数同比增长12.96倍，退税销售额和退税额同比均增长9.35倍。目前，中国提供“即买即退”服务的退税商店已超8000家，较一年前增幅超100%。^①2026年“五一”假期，上海离境退税业务笔数同比增长248.6%，离境退税销售额同比增长44%。^②

在跨境支付方面，中国多部门协同优化涉外支付服务体系。2025年7月，跨境二维码统一网关启动试运行，微信支付、支付宝等主流支付机构全面接入，支持境外钱包在华便捷使用，真正

^① 《离境退税新政一年来退税销售额同比增长超9倍》，新华社，2026年4月27日。

^② 《“五一”假期上海线上线下消费增长7.7%》，新华社，2026年5月6日。

实现“一部手机游中国、购中国”。中国人民银行不断推动境外银行卡绑定支付宝、微信支付在国内商户消费，同时支持越来越多境外电子钱包在国内使用，“外卡内绑”和“外包内用”的支付体验越来越好。2026年5月1日至3日，入境游客使用支付宝在华的消费金额比去年同期增长近70%，境外人士使用微信支付“外卡内绑”交易笔数同比上涨58%。^①在上海南京路、北京三里屯、广州天河路等核心商圈，境外游客可凭境外银行卡、电子钱包直接扫码支付，无需兑换现金，有效解决境外游客支付痛点，让“购在中国”更顺畅。

3. 全链条配套保障让海外游客“融得进”

中国以系统思维打造国际一流消费环境，将语言、电信、交通、住宿等纳入保障范畴，构建起全链条消费生态。

2026年，多部门联合印发实施意见，明确2030年入境数字化服务达到国际领先水平。机

^① 《交易笔数大增从支付数据看假期消费活力迸发》，新华社，2026年5月6日。

场一站式办卡、多语种智能引导、公共区域免费WiFi全面覆盖，让境外游客“落地即联网”。定期发布官方多语种生活指引，覆盖住宿、通信、交通、消费等场景，为境外人士提供清晰便捷的办事指南。

各地加快完善涉外服务，在北京，颐和园专门制作英文版游客调查问卷，天坛公园引入60余台AI翻译设备；在长沙，超4000家商户完成外卡支付改造，热门商圈全覆盖外币兑换设施；在成都，“小青椒”双语志愿者服务全面上线，用语言翻译与暖心服务助力保障海内外游客出行体验……^①

制度型开放平台持续赋能消费升级，10年多来，全国自贸试验区持续提升优质消费品进口时效、规模和种类，以服务业扩大开放丰富拓展高品质、多样化服务供给，培育壮大进口直销、跨境电商、保税展示、首发经济、离岛退税等消费新模式新业态，深入开展消费领域

^① 《“中国人的假期很有活力”——“五一”假期“中国游”观察》，新华社，2026年5月5日。

制度改革探索，积极营造放心满意消费环境。2025年12月18日，海南自贸港启动全岛封关，实施以“一线放开、二线管住、岛内自由”为基本特征的自由化、便利化制度政策。数据显示，海南封关百日以来，外贸进出口冲破800亿元，进出境旅客超86万人次，离岛免税销售金额达156亿元。^①

① 《博鳌多多 | 海南封关百日“成绩单”出炉，这组数字真“香”!》，央视新闻，2026年3月27日，https://content-static.cctvnews.cctv.com/snow-book/index.html?item_id=6684422504326632373。

第三章

“购在中国”的世界意义

“中国的发展离不开世界，世界的繁荣也需要中国。”^①中国国家主席习近平这一重要论断，深刻点明了中国与世界休戚与共的紧密联结。“购在中国”以实际行动践行这一理念，在文明互鉴中凝聚发展共识，在经贸融合中激发创新活力，以自身开放推动世界共同开放，让中国进步与全球发展同频共振，为世界和平发展与繁荣稳定注入持久动力。

一、激活服务贸易“新引擎”

当前，服务贸易正日益成为推动全球经济增长的重要引擎。然而，在全球经济复苏乏力的背景下，单边主义与保护主义抬头，部分国家筑起贸易壁垒，为全球服务贸易的自由流动与健康发展蒙上了阴影。在这一充满不确定性的时代，中

^①习近平：《坚定不移推进高水平对外开放》，《求是》2025年第14期。

国以开放的姿态推出“购在中国”品牌，不仅激活了自身消费市场，更为全球服务贸易繁荣提供了宝贵的“中国机遇”。

“购在中国”的蓬勃发展，首先直接拉动了中国旅行服务出口的强劲增长。随着免签“朋友圈”的持续扩容和离境退税等便利化措施的全面升级，中国正成为全球游客心驰神往的目的地。2025年，中国旅行服务出口同比增长49.5%，成为服务出口增长最快领域。外国游客在中国“吃住行游购娱”的全方位体验，直接转化为中国服务贸易的出口增量，不仅优化了中国的贸易结构，也为全球旅游服务市场的复苏注入了强劲动力。

“购在中国”产生的溢出效应，正在带动全球航空、保险、金融等相关服务产业的协同发展。入境游的井喷式增长，直接刺激了国际航空客运需求的爆发。2025年，中国民航国际航线旅客运输量同比增长超过20%，为全球航空网络带来了巨大的客流与商机。跨境人员的频繁流动和消费场景的多元化，为全球保险市场开辟了新

的增长空间。庞大的跨境消费体量直接刺激了全球支付清算系统的繁忙运转，为国际卡组织和跨境金融科技企业带来了海量交易增量与结算红利。

“购在中国”不仅是一个消费品牌，更是中国坚持高水平对外开放的生动实践。它打破了保护主义的阴霾，以其规模、诚意与韧性，向世界传递出坚定的信号：“世界好，中国才能好；中国好，世界才更好”^①。

二、奏响对外开放“最强音”

长期以来，西方主要发达国家凭借先发技术优势、资本积累优势与全球产业链主导权，成为经济全球化最直接、最核心的受益方。随着近年来世界进入动荡变革期，部分发达国家不顾国际责任，大肆推行单边主义政策，频繁采取加征关税、产业脱钩、技术封锁等保护主义措施，人为割裂全球产业链、供应链、消费

^① 《习近平外交思想学习纲要》，人民出版社、学习出版社2021年版，第57页。

链，漠视国际责任与全球共同福祉，逆势鼓吹逆全球化思潮，严重冲击全球经贸格局。2025年，法国经济学家菲利普·阿吉翁在获得诺贝尔经济学奖后公开表示，保护主义和关税等因素是经济增长的障碍。“开放是增长的驱动力”，阿吉翁说，“我不欢迎美国的保护主义浪潮”。^①

中国不断扩大制度型开放，坚定维护经济全球化，彰显了主动对标国际高标准经贸规则，加大开放力度的坚定决心。“购在中国”是中国拓展开放广度与深度的生动缩影。它构建起“在中国、购全球”的双向开放新格局，彰显着中国与世界携手共进、合作共赢的发展格局。

一方面，中国市场敞开怀抱，全面吸纳全球优质商品与品质服务，满足国内外消费者需求的同时，也为全球品牌提供了广阔增长空间；另一方面，中国品牌、中国“智造”、中国服务借助

^① 《诺贝尔经济学奖得主直言：“我不欢迎美国的保护主义浪潮”》，环球网，2025年10月14日，<https://world.huanqiu.com/article/4OizuQnOM0u>。

入境消费热潮走向世界，国潮品牌、非遗文创、科技产品等成为海外游客的“必买清单”，形成“全球买中国、中国卖全球”的良性循环。这是中国主动向世界开放市场、共享发展机遇的战略抉择，充分彰显了中国作为经济全球化和多边主义捍卫者的坚定信心，以及持续放宽消费领域准入、优化国际消费环境、深化中外消费合作的长远决心。

“购在中国”的良好成效向世界证明，一国扩大开放与自身发展不仅并行不悖，而是相辅相成，开放与发展是彼此赋能的“双向奔赴”，优质商品与市场需求绝非贸易壁垒就能阻隔。“购在中国”以跨境消费的互联互通，推动全球资源要素自由流动、优化配置，为构建开放型世界经济、重振经济全球化信心注入强大动力。“购在中国”也向世界证明，全球化的大门是关不上的，优质的商品靠贸易壁垒是关不住的，任何试图关上全球化大门、阻碍要素流动的做法，都违背经济规律、市场逻辑与共同利益，终究难以长久。

三、释放消费红利“大礼包”

当前全球消费转型升级正处于弱增长、强分化、高不确定性的新阶段，消费趋于保守，价值偏好重构，区域与群体消费分化持续加剧。经济前景不确定、通胀持续高企而薪资增长放缓，共同压制各国民众可支配收入增长空间。

全球咨询公司艾睿铂（AlixPartners）发布的《2026年全球消费者展望》认为，2026年全球消费者净支出意愿指数预计低至-18个百分点，较2025年预期的-11个百分点急剧恶化，收缩幅度扩大超过60%。^①

按照购买力平价测算，中国已是全球规模最大的消费市场，后续增长潜力依然巨大。“购在中国”热潮带动中国成为汇集全球优质消费资源的关键枢纽，通过优化供给体系、引领消费创新，向全球企业与消费者分享超大规模的

^① 《2026年全球消费趋势分析：紧缩时代下的消费者行为重塑与商业应对策略》，未来智库，2025年12月24日，<https://www.vzkoo.com/read/4617794996211290112.html>。

市场优势。

与全球消费者共享物美价廉的消费资源。中国向全球消费者分享的不仅是琳琅满目的优质商品，更是低物价水平下货币强大的购买力。同时，中国持续优化进口商品渠道，降低优质消费品准入门槛，让全球特色好物、高端品牌以更便捷的方式进入中国市场，国内外消费者均可一站式选购全球优质商品，消费获得感与幸福感切实提升。

为全球消费企业营造竞争创新的试验场。无论是国际巨头拓展增量市场，还是中小品牌试水新兴消费，均可依托中国市场快速获得用户反馈、优化产品设计、升级服务模式。中外消费品牌在这个激烈而有序的试验场中充分竞争，倒逼企业提升技术研发、强化品牌建设、创新消费场景，助力全球经营主体在竞争中成长、在合作中升级。

推动优秀消费商业模式走向全球。中国电子商务发展迅速，直播电商、即时零售、智慧商圈、无人零售等一系列线上线下融合的创新

实践广受欢迎，已经成为全球消费业态、模式、场景的创新高地。随着“购在中国”规模扩大，国内外消费新业态新模式新场景可以通过商业合作、技术交流、经验共享等方式交融互通，为全球零售行业转型提供可复制的参考，帮助各国优化消费基础设施、提升消费服务效率，带动全球消费业态整体升级，让中国消费创新成果惠及全球。

四、打造真实中国“多棱镜”

长期以来，西方舆论刻意炮制对华虚假叙事，散布片面乃至错误言论，导致国际社会难以全面、客观、真实地认识中国。面对复杂严峻的外部环境，中国始终坚持高水平对外开放，持续放宽入境便利政策，全面优化入境旅游与消费服务环境，以“购在中国”为抓手，有效扭转外界的刻板印象。

英国《旅游评论》专栏作家格雷戈里·多尔戈斯评价，游客不仅是收入来源，他们是行走的“宣传大使”，让世界少一分猜疑并推动国

家进步。^①

“来之前中国是个谜，来之后成了中国迷。”海外游客将高性价比的优质商品、便捷舒适的消费服务、独具魅力的东方文化带回本土，借助海外社交平台分享旅行见闻与购物体验，以民间视角、个体视角讲述客观鲜活的中国故事。这种自下而上、“自来水式”的传播模式，有效对冲西方偏见化、标签化的不实解读，消解信息差带来的认知偏差。比如，以“甲亢哥”为代表的外国网红、旅游博主的中国行，通过“无滤镜”的第一视角记录，向全球观众呈现了中国景区、民俗活动与市井生活的真实图景。这种亲身体验和情感共鸣不仅打破了中西文化隔阂，更向世界展示了真实、立体、全面的中国形象，以润物无声的方式重塑着国际社会对中国的认知。

法国学者洛朗·米舍隆表示：“越来越多的西方民众利用过境免签政策来到中国，回去后都

^①《英媒：每一个入境游客都在打破对华刻板印象》，《环球时报》2025年12月9日，第12版。

说他们看到的与西方一些媒体报道的完全不同。”^①

以消费为纽带，以购物为桥梁，中外民众的互动联结愈发紧密，文化隔阂逐步消融。多层次、全方位的在地体验，构建起客观完整的认知闭环，持续向世界传递新时代的中国形象，推动国际社会以更加理性、客观、全面的视角看待中国发展与中国式现代化建设。

五、架起文明互鉴“连心桥”

当今世界，一些国家长期热衷于推行文化霸权，以自身的文化价值为标准，对他国文化进行贬低甚至干涉，“文明冲突论”“文明等级论”“普世价值论”“西方文明中心论”等声音甚嚣尘上。

英国作家、马克思主义理论家特里·伊格尔顿认为，“艺术和优雅的生活并不是西方的专利”，“从全球性的意义上讲，看来仿佛西方并未

^① 《法国学者洛朗·米舍隆：打碎滤镜，西方民众看到真实的中国》，新华社，2024年8月11日。

占据特别的优势地位以赢得文化战争”。^①

习近平主席提出全球文明倡议，指出“文明没有高下、优劣之分，只有特色、地域之别”^②，呼吁国际社会携手努力开创世界各国人文交流、文化交融、民心相通新局面，让世界文明百花园姹紫嫣红、生机盎然。

“购在中国”正是这一理念的生动实践——它以商贸往来为纽带，打破文化壁垒，既是经济行为，更是文明交流互鉴的重要载体，为构建人类命运共同体夯实人文根基。

中华文明历来秉持和而不同、美美与共的包容精神，从古丝绸之路的驼铃阵阵，到唐宋时期万国来朝的繁华盛景，中国始终以开放姿态吸纳多元文化。如今，入境消费成为文明对话的日常场景，外国游客在西安大唐不夜城体验全息投影的盛唐气象，在潮汕感受英歌舞与潮绣的非遗魅

^① 《以“新文明观”超越“西方文明中心论”》，光明网，2024年5月31日，https://topics.gmw.cn/2024-05/31/content_37359716.htm。

^② 《习近平外交思想学习纲要》，人民出版社、学习出版社2025年版，第189页。

力，在重庆观赏无人机表演的硬核浪漫，他们所消费的早已不是冰冷的商品，而是中国的文化底蕴与生活美学。这种从“流量”到“品质”的升级，让中国成为全球游客的“生活方式目的地”。

中国不分国家大小、贫富强弱、发展差异，平等接纳全球各国消费者、投资者、从业者，本身就是尊重世界文明多样性的有力证明。以商贸为桥、以消费为媒的文明互动，摒弃了文明冲突、文明优越的谬误，践行了“和而不同”的理念，是全球不同文明交流互鉴、和谐共生的生动注脚，为推动构建开放包容、互联互通、共赢发展的世界，注入持久温润的民间力量，彰显了中国推动构建人类命运共同体的人文担当。

结 语

经济活动的本质，从来不是冰冷的商品交换与利益博弈，而是人类社会最生动的文明实践。当不同肤色的商人在港口码头用多种语言热烈议价，当各国游客在异域风情的集市里好奇地挑选手工艺品，当跨国企业的代表在现代化写字楼中郑重签署合作协议——这些看似寻常的经济行为背后，涌动着的是文化的碰撞与融合，是文明的传承与创新。

每一次握手、每一笔交易、每一件跨越国界的商品，都承载着不同民族的生活方式、价值理念与审美意蕴，在互通往来中实现无声对话、增进彼此理解。

正因如此，无论是“游在中国”，还是“购在中国”，早已超越单纯旅游消费的范畴，既是观察中国与世界经济联动的重要窗口，也是中国与世界互联互通、深度交融的鲜活缩影。透过这扇窗口，世界得以看见真实、立体、全面的中国，感知到中国拥抱世界的真诚姿态与蓬勃活力。

当前，逆全球化思潮蔓延、保护主义暗流涌动，中国始终坚持扩大对外开放，坚守历史正确，以务实行动助力构建人类命运共同体。

以文明交流超越文明隔阂，以文明互鉴超越文明冲突，以文明共存超越文明优越。“购在中国”的持续推进，既能深化中国与世界各国的经贸合作，增进人文往来、实现民心相通、促进文明互鉴，更能引领经济全球化朝着更加开放、包容、普惠、平衡、共赢的方向发展。这一实践，既为全球互联互通、世界经济复苏与增长注入持久动力，也为促进人类文明发展进步提供切实可行的中国方案。

山海寻梦，不觉其远；前路迢迢，阔步而行。

“购在中国”让世界更加相信：与中国同行，便是与机遇相伴、与希望同行。

编写说明

《购在中国：共享开放发展新机遇》智库报告课题组由新华通讯社社长、新华社国家高端智库学术委员会主任傅华任组长，新华通讯社总编辑吕岩松任副组长，新华通讯社副总编辑任卫东任执行副组长，课题组成员包括刘刚、傅琰、程征、窦书棋、王敬博、李晓婷、刘开雄、李晓玲、陈芳、张璇、曾庆怡、姚湜、尹熙等。报告英文审校人员为周而捷、田素雷、张伊伊、蒋文茜、杨琪。

课题自2025年12月启动，课题组历时数月完成调研、撰写、修改、审校等工作。

在报告写作过程中，中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举、国务院发展研究中心对外经济研究部研究员赵福军、商务部研究院副研究员孙继勇、中国旅游研究院国际研究所所长刘祥艳、首都经贸大学旅游研究中心研究员王侃、北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院常务副院长吴丽云等专家学者，以及中国国际旅行

社、美国洛杉矶旅游局等中外机构给予多方面支持和帮助，在此一并表示诚挚谢意。