



智能消费打开未来之门

本报记者 程远州

上午9时,广东省深圳市福田区华强北的街巷逐渐热闹起来。赛格、电子科技大厦等市场陆续开门,琳琅满目的智能电子产品铺满档口,来自世界各地的采购商、游客拖着行李箱穿梭其间,沉浸式选购前沿电子产品。

作为“中国电子第一街”,这里汇聚着35家专业市场、超11.5万家经营主体,向全球供应超百万种电子元器件和消费类电子产品,已成为全球电子科技消费的重要地标。“华强北日均客流量达75万人次,每天接待外国人超8000人次,商户销售外贸占比普遍超过七成。”华强北街道办事处党工委书记陈炯文介绍。

印度商人马尔·考永拖着行李箱,目标十分明确——寻找最新的中国智能电子产品。走进电子科技大厦一楼智品库全球AI(人工智能)硬件选品中心,一副AI眼镜让他停下脚步。实时翻译、高清拍摄、无损音乐、智能助手……工作人员逐项演示功能后,马尔迫不及待戴上体验。“特别好!”他一边体验,一边询问参数和价格。“比国际电商平台便宜至少1/3,而且功能更多。”马尔说。

AI陪伴机器人、智能耳机、喷雾风扇……这间门店引入80多个中国智能硬件品牌,300余款智能硬件,全品类配备中英双语介绍。一件件体验产品,采购清单越拉越长,“很多产品我以前从来没有见过,这里就像未来科技展示馆。”马尔说。

“以往,外国游客来华强北更多是采购电子产品配件,现在智能机器人、AI穿戴设备、智能小家电等消费类电子产品备受外国游客青睐。许多外国游客来华强北,就是为了第一时间体验新推出的电子产品。”智品库联合创始人蒙杭方介绍,依托完整产业链和快速迭代能力,华强北正加快向“新质生产力策源地”转型。

海外社交媒体也在持续放大华强北的国际影响力。“线上种草、线下体验、全球采购、跨境销售”的新模式逐步形成,越来越多华强北商户通过速卖通等渠道,把产品销往全球各地。最新数据显示,华强北电子产品出口覆盖全球190多个国家和地区。马尔就是通过社交媒体了解到华强北的:“很多博主都推荐这里,说这里的电子产品是‘深圳特产’。来了之后,我发现最大的特点不是便宜,而是创新,很多电子产品只有在这里才能第一时间买到。”

试用AI眼镜后,马尔有了新想法:“如果能生产出适配印度市场的多语种翻译、高温环境续航加强的AI眼镜,一定能大卖!”“没问题,我们帮您跟品牌商沟通,最多两天就能拿到定制样品。”蒙杭方立即回应。如今在华强北,一个小时内就能配齐一款智能设备90%以上的核心元器件,销售商还可以根据不同国家用户的使用习惯和需求,快速调整硬件功能、系统语言、外观模具,实现小批量柔性定制与大批量生产同步兼顾。“以往我们要采购一款定制化的智能硬件,往往需要对接数十家异地供应商,光打样周期就要几周甚至几个月,华强北的效率实在太高了!”听了介绍,马尔连连称赞。

高效率源自华强北成熟高效的产业科技创新体系。陈炯文介绍,华强北正在打造“上午设计、下午打样、次日量产、一周出海”的科创模式,一款全新智能产品从创意图纸到乘船出海仅需一周,手机类整机产品从概念到批量投产最快一个月,消费类电子产品平均迭代周期压缩至3—6个月,远超全球行业平均水平。

马尔表示,他的朋友曾从深圳带回少量AI耳机、多语种翻译器,这些智能设备功能多、品质高,在印度线下门店很快销售一空。“希望中国的人工智能电子产品能够带动印度智能消费市场升级,让我的生意越做越大。”马尔说,他十分期待与华强北的品牌商开展联合定制开发,让更多“中国智造”走进南亚市场。

▼在北京王府井的宇树科技全国首家直营店内,一名外国游客与一台G1人形机器人互动。

新华社记者 鞠焕宗摄



▲马尔在深圳华强北智品库全球AI硬件选品中心选购产品。

本报记者 程远州摄

购在中国乐享高水平开放新体验

随着240小时过境免签、离境退税2.0版等政策全面落地,入境支付便利化持续提升,越来越多外国游客选择来华购物,入境消费规模稳步攀升,消费场景从核心商圈向全域持续扩展。购在中国,正成为外国人观察中国、了解中国、读懂中国的新窗口。



潮玩消费传递创意之妙

本报记者 窦瀚洋

在上海游玩过后,墨西哥游客加布里埃尔将中国之行的下一站选在浙江义乌。“这次我是慕名而来,听说这里有最全的中国潮流玩具,孩子们让我到这里给她们买礼物。”

走进义乌第六代全球数贸中心,一家潮玩店门口围满了年轻人。货架上,一只只毛茸茸的小狗颜色、神态各异。“欢迎来领养一只小狗。”店主吴靛笑着介绍,这款名为“领养一只小狗”的原创IP(知识产权),是这两年义乌原创潮玩中颇受欢迎的产品之一。

与传统毛绒玩具不同,“领养一只小狗”不仅运用人工智能为每一只小狗定制专属的性格、身份档案和简短成长故事,还支持消费者自由搭配服装、配饰,进行个性化改造;玩具小狗在搭载人工智能大模型后,能实现语音互动、情感陪伴等功能,让玩具狗像真正的小狗一样与人互动。“每一只小狗都可以拥有自己的名字、性格,也可以拥有属于自己的故事。”吴靛说。这种充满情绪价值和互动体验的设计理念,很快赢得了消费者的青睐。

在吴靛的介绍下,加布里埃尔一口气买了5只不同款式的小狗,“这个IP很有趣,这种设计理念也很有创意,非常符合现代人的消费趋势。”

像加布里埃尔这样的外国顾客,吴靛每天都能接待好几拨,“许多外国游客购买了小狗玩具后,会把‘领养一只小狗’的设计分享到海外社交平台,不少网友看到视频后主动联系我们购买。这款产品现在销往欧美、东南亚、中东等多个地区,今年订单已经排到了9月。”吴靛介绍,过去外国客商来义乌,更多是采购日用品等小商品;如今,他们越来越关注中国原创设计和中国年轻人的消费潮流。

去年,借助240小时过境免签政策的便利,加布里埃尔曾来过义乌国际商贸城,买了AI翻译机和AI眼镜作为伴手礼。拿着手中的小狗玩具,加布里埃尔说:“去年在这里买到的礼物充满科技感,今年的则有满满的文化味道。”

给所有家人选购完礼物,加布里埃尔来到离境退税“即买即退”网点,办理退税手续。目前,义乌离境退税商店已由7家增至42家,其中28家支持“即买即退”。“以前买完东西还要惦记着去机场退税,现在逛街时就办好了。对于外国游客来说,在中国购物更轻松了。”加布里埃尔说。

如今,义乌国际商贸城正从传统小商品集散地向文化创意和品牌消费新高地加速转型。义乌商城集团全球数贸中心分公司副总经理朱幸平介绍,“随着国潮文化兴起,越来越多原创品牌、文创企业、潮玩品牌和设计工作室入驻市场,传统商品纷纷融入动漫、影视、游戏、非遗等文化元素,并通过IP授权、原创设计、联名开发等方式不断提升产品附加值。”不断增强的文化属性不仅提升了产品竞争力和消费者黏性,也让越来越多海外采购商和外国游客在购物过程中感受中国创意、中国品牌和中国文化的魅力。

如果说丰富的商品是吸引外国游客来到义乌的第一理由,那么原创设计、文化创意则是他们一次次重返义乌的重要原因。在义乌,一个个原创IP借助社交媒体走向世界,也让世界透过一件件小商品,看见中国创新创造的活力。



▼义乌第六代全球数贸中心内,店主吴靛(左)向泰国采购商介绍“领养一只小狗”原创IP产品。

吕 斌摄

体验消费搭建文化之桥

本报记者 张 驰

云南省大理市大理古城深处的床单厂艺术创业街区,红砖老厂房与彩色创意招牌错落交织,原创手作市集沿步道铺开,扎染、瓦猫、甲马等特色摊位前人头攒动。

“这些猫好可爱,我们也做一个吧!”瓦猫摊位前,28岁的美国游客乔·托尔托利洛和中国朋友杨雯婷坐下来,在摊主示范下体验瓦猫制作。拉坯、塑形、刻画纹样……他们有模有样地学起来。杨雯婷还不忘向乔介绍瓦猫的历史渊源和寓意——瓦猫是云南传统民居上特有的装饰,以虎为原型塑造,多由陶土烧制或石材凿制而成,常立于屋脊正中,具有镇宅纳福的美好寓意。

“一只泥猫背后还有这么多故事!”第一次来到中国的乔听得津津有味,“如果只是买一个纪念品,我可能旅行结束就把它忘记了;但自己亲手制作的纪念品,我会一直记得它,也更想知道中国还有哪些有趣的传统文化。”

乔是一名工程师,这是他第一次来中国。第一站,他选择了大理。作为历史爱好者,他来中国之前就在网上搜索了许多有关大理的资料,包括茶马古道、富有文化代表性的古镇的历史。网络上看到的丰富多彩、历史悠久的云南让他着迷,“我决定用一个月时间,骑着摩托车深度游云南”。

在大理,乔入住古城内一间由白族老宅改造的民宿。房屋是典型的三坊一照壁合院形制。青灰瓦顺着屋顶铺展,屋脊两端微微起翘,素白的粉墙上有淡墨彩绘荷花图案。小院内,青石板铺地,中央天井辟出小巧花台。“古建筑得到很好的保护。住在这里,像是住进了一段历史中。”乔说。

在大理的日子,乔清晨去早市买当地新鲜的水果,上午喝用云南自产的咖啡豆研磨冲泡的咖啡,傍晚去洱海边散步。在村里走走,随便拐进一个门,就是一个古戏楼,或是撞进一个扎染工坊,一条条染着几何纹、花鸟鱼虫等白族传统纹样的靛蓝色布带在风中飘动……“作为旅游目的地,大理的生动、丰富让人印象深刻。如果你是一个游客,在这里,你不但可以买到各种漂亮的纪念品,还可以体验多种多样的文化,这让游客与大理有了更深、更生动的联结。”

在大理,越来越多非遗体验项目,正成为外国游客喜爱的消费体验。消费方式的转变,体现出外国游客对中国文化认知不断加深,也为大理文旅消费注入新的活力。近年来,大理不断深化文旅融合发展,完善文旅体验线路产品、国际旅游设施及服务,优化文创、体验类产品,拓展文旅消费新空间。去年举办的美国青少年“中国民居·云南体验学习计划”、大理弥渡民歌节、澜湄国际马拉松等文体活动,吸引不少外国游客参与。

“体验是最珍贵的。像当地人一样生活,吃地道的野生菌火锅、体验当地的文化活动,我能从中感受到当地人的生活方式,也更深刻地理解中国悠久的历史文化。”大理之行尚未结束,乔已经有了新的计划,“中国这么大,每个地方都有自己的文化和传统。明年我还会来中国旅行,去更多中国城市,品尝特色美食,了解不同地方的文化。”

▼在江苏苏州同里古镇,外国游客乘坐摇橹船畅游老街水巷。

张 锋摄(影像中国)



▲乔(左一)与摩托车旅行者在大理洱海生态廊道旁合影。

受访者供图

本版责编:侯露露 白紫微
版式设计:蔡华伟

国际观澜

开放的中国,正成为全球的消费热土。如今,越来越多来华的外国游客将“购在中国”纳入行程,在消费中感受中国经济活力和文化魅力。

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、热力持续升温。2026年1—6月,中国跨境旅行收入333亿美元(约合2292亿元人民币),同比增长36.8%。入境旅游市场加速复苏,折射出中国消费吸引力不断增强,“购在中国”正书写新时代中外经贸交融、民心相通的崭新篇章。

对许多外国游客而言,来中国不仅是一次旅行,更是一场丰富多元的消费体验。在商场里选购物美价优的中国商品,感受“中国智造”的品质与创新;在传统街区寻找特色手工艺品,带走独特的文化记忆;在数字支付、智慧交通等便利服务中体验中国生活方式;体验美食、文创、非遗产品等消费场景,认识一个更加立体、多元的中国……一段旅程、一次购物、一个故事,越来越多外国游客在亲身体验中发现中国、了解中国,也成为中外文明交流互鉴的见证者、参与者。

这些变化的背后,离不开中国持续优化入境消费环境的政策努力。自2025年4月商务部等6部门启动“购在中国”系列活动以来,一系列便利化举措加快落地,入境中国的旅游购物呈现客销两旺的增长态势。离境退税政策不断完善,免签政策持续优化,支付服务、交通出行、消费场景等方面便利度持续提升,有效打通外国游客入境消费的各环节,推动“吃住行游购娱”全流程体验不断改善。在政策红利持续释放和消费生态不断完善的带动下,中国消费正加快由产品促销驱动向品牌价值驱动转变,“购在中国”“中国游”等国家级IP持续释放综合带动效应,成为展示中国市场活力和开放形象的重要窗口。

“购在中国”的火爆,彰显中国在经济和社会和文化生态上的活力与魅力。安全稳定的社会环境、完整高效的产业体系、丰富多样的商品供给,为外国消费者提供了更加优质的消费选择。很多来过中国的国际人士都会由衷赞叹,都会成为“购在中国”的推荐官。

中国地域广大、物产丰富、制造成熟、商业繁荣,“购在中国”以国家级IP为牵引,整合文旅、商业、服务等多领域资源,统一品牌形象和推广体系,形成更具影响力的国际消费品牌。一个成功的国家级IP,不仅能够促进消费增长,也能够提升国家形象和文化传播力。“购在中国”把商品消费、旅游体验、文化交流结合起来,让世界通过日常消费场景感知中国发展活力,为推动文明交流互鉴提供了新路径。

面向未来,“购在中国”发展空间广阔。高水平对外开放意味着更大范围、更宽领域、更深层次融入全球经济,也意味着让更多国家和人民共享中国发展机遇。期待“购在中国”持续发挥国家级IP的带动作用,深化商品、服务、文化等领域合作,促进经贸往来和人文交流,让全球消费者更加便捷地走进中国、购在中国、感知中国,共享中国高水平对外开放带来的新机遇。

(作者为中央财经大学文化经济研究院院长)

在消费中感知中国发展活力

魏鹏举