

双边贸易额最近30多年增加6400多倍——

# 在街头，感知中越经贸活力

本报记者 李 婕

超市里的哪吒玩偶、街边的一杯“中国风”奶茶、排队等候一碗河粉的中国顾客、在中企承建轻轨上通勤打卡的越南姑娘……在越南首都河内，常能在不经意间发现“中国元素”。

最近30多年来，中越双边贸易额增加了6400多倍，越南是中国在东盟最大贸易伙伴，中国是越南最大的贸易伙伴。近日，本报记者走上越南街头，感知中越经贸活力。

## 一杯奶茶

一只蜜雪冰城的甜筒冰淇淋，在越南河内，售价约合人民币3元。4月13日，正值周日，下午2时许，本报记者排在十多位顾客的队伍里，做了一个简单的观察：外国顾客四五位，当地顾客六七人。点单最多的当属冰茶饮，记者手里的这支甜筒冰淇淋，则跟国内口感几无差别。

到河内市中心看一看，李宁、大疆、名创优品、海底捞，这些中国年轻人喜欢的品牌和商店，也吸引了许多越南年轻人光顾。“在越南，中国品牌挺多的。我时不时会买中国产品，用得都不错。”在名创优品店内，正在选购香薰产品的越南姑娘陈玉瑛告诉记者。

这些都是街头醒目的中国招牌，往细里看，更有不少中国商人做着实实在在的“中国元素”生意。一杯琉璃奶茶，“中国风”的包装，亲民的售价，吸引了许多年轻消费者。而这家店铺，从外观到产品，除了增加越南语的招牌和菜单，都是地地道道的中国味道。店家介绍，为了更好地还原口感，店里的许多原料和设备都是直接从中国运来。

如果说大品牌出海有强大供应链的支撑，那小商铺是如何做到地道原料和味道“完美”复刻的？深入“肌理”，前提是“大动脉”的互联互通。

随着中越国际班列开行、智慧口岸启动建设，陆地边境口岸互联互通加快推进，中越两国货物和原料运输更加便捷畅通。仅以中越班列为例，2024年，中国广西壮族自治区始发的中越班列累计发运货物超1.9万标箱，同比增长近12倍，全年5次刷新单月发运量纪录。

目前中跨铁路合作正加速推进。近日，中越双方明确优先加快推进两国铁路、高速公路、口岸基础设施互联互通。“未来5至10年，中越乃至地区的基础设施互联互通将迎来一个全新的时代。”中国社科院亚太与全球战略研究院研究员许利平认为。

一杯奶茶，背后是持续联通的基础设施。

## 一颗榴莲

进入产季，河内街头的越南榴莲多了起来。与此同时，许多人正忙碌着，为越南榴莲进入中国商超做着准备。

中国商人周先生就是其中之一。去年，经由他的工厂，大约300个货柜的榴莲进入中国市场。从火龙果到榴莲，10年前，周先生开始到越南做水果生意，亲眼见证中国消费者对进口水果的热情攀升。为了让越南水果更高效地抵达中国市场，近几年，他在越南不同地区开设两家工厂，专门处理水果采购、筛选、包装等流程。“有政策支持，水果贸易还是很有未来的。”他说。

随着经贸往来日益密切，荔枝、榴莲、椰子、腰果等越来越多越南优质农产品走进中国千家万户，成为中国消费者的新宠，也为越南人民带来了可观的经济收益。越南海关总局数据显示，2024年前11个月，越南对华出口的果蔬、水产品金额分别达到41亿美元、14亿美元，同比增长28.7%、23.2%。在当地，不仅种植农户能够获得稳定的收入，还有许多村民为进入越南的中国商家提供运输、仓储等服务，大家的生活越来越好。



▲近日，在越南河内广霸花市，商贩将产自中国云南的鲜花从货车上搬运下来。  
新华社记者 朱 炜摄

▲随着中越经贸合作日益紧密，中越双边贸易呈现出良好发展态势，主要边境口岸一派繁忙景象。图为广西壮族自治区凭祥综合保税区。

新华社记者 周 华摄

▼越南当地民众在河内吉灵—河东线轻轨车厢里自拍。  
本报记者 沈小晓摄



扫码观看视频

## 一条轻轨

清晨5点半，越南首都河内，城市刚刚苏醒，列车从车辆段稳稳推出，沿着河内轻轨吉灵—河东线一路飞驰，上下穿梭的人们，开启了新一天的生活。

4月12日上午10时许，河内法律大学学生草原熟练地登上列车，坐在喜欢的窗边位置，出发去学校上课。从文溪站到泰河站，这条线路，她几乎每天往返。“舒服、干净、方便，节省时间。”她说。恰逢周末，这条线路上出行的乘客不少。站台上，一些游客拍照打卡“河

内新地标”；车厢里，很多年轻人特意搭乘轻轨看城市街景。

河内轻轨吉灵—河东线，是越南首条城市轻轨，由中国中铁六局集团有限公司承建，于2021年11月投入运营。线路全程约13公里，设有12个站点，列车行驶全程仅需23分钟，用时比汽车出行快将近1小时，比摩托车快20分钟，既节省了当地居民的出行时间，也缓解了沿线交通拥堵问题。

凭借便捷、舒适、准时的特点，河内轻轨吉灵—河东线成为不少当地人的通勤选择。34岁的阮清河现在每天乘坐轻轨上下班，“以前上班骑摩托车，大概40多分钟，有了轻轨只要15分钟左右，不怕堵车，不怕风吹日晒，乘坐很舒心、放松”。阮清河也是中铁六局越南公司员工，10多年来，她见证了这条轻轨建成、通车、运营、融入当地生活的过程。“能够参与这条线路的建设，为这座城市作出贡献，我非常自豪！”她说。

中铁六局越南公司副总经理张强介绍，项目在2023年底完成了全部质保工作，到目前保持高效、平稳运行。截至今年4月，线路累计载客超3500万人次，因为绿色便捷、票价合理，日益受到河内市民的欢迎。

不仅是轻轨，中国企业投资建设的光伏、垃圾发电等清洁能源项目有力保障了越南电力供应。2024年中国赴越游客超过370万人次，德天（板约）瀑布跨境旅游合作区正式运营、多条跨境自驾游线路开通，让“一日游两国”成为现实。

用阮清河的话说，“这条轻轨帮助我成长”。一个个项目，正打开更多合作与成长的空间。

## 云南入境游市场持续火热

一季度多国来滇游客人次翻倍

本报记者 李茂颖

入境口岸。

为进一步便利中外人员往来，河口出入境边防检查站推出跨境旅游团网上预申报和旅检大厅出入境人员流量实时监测系统、前置填写《外国人入境卡》、施行重大节假日“两公布一提示”等便民服务举措，让通关便利化可感可及。

今年一季度云南省接待入境游客186.99万人次，其中接待入境过夜游客93.24万人次、同比增长77.9%，马来西亚、泰国、越南、新加坡、缅甸、韩国、老挝、美国、印度尼西亚、澳大利亚居云

南省入境过夜游客客源国前10位，来自柬埔寨、瑞士、蒙古国、韩国、新西兰、新加坡、马来西亚、澳大利亚、日本等国入境过夜游客均增长1倍以上。

4月13日，来自老挝、柬埔寨、越南等多国游客在云南省西双版纳傣族自治州景洪市泼水广场一起泼水狂欢。“现在来中国旅游真的很方便，这里景色真的很美！以后还要带着家人来。”来自柬埔寨的游客彭小萍说。

为了更好做好跨境游服务工作，云南省制定了240小时入境游和东盟国家旅游

团入境西双版纳免签重点工作清单，在多个试点地区持续优化支付便利化、通讯便利化、多语种服务等入境游服务。

云南创新营销模式，开行厦门、北京往返昆明“赏花之旅”主题列车，推出“茶咖花影”之旅、“茶咖寻踪”之旅、“茶咖小城”之旅、“茶咖研学”之旅、“茶咖古道”之旅、“茶咖春水”之旅等6条专题文旅线路。

今年以来，“旅居云南”品牌持续叫响，云南众多的宝藏小城和烟火乡村，不仅成为国内游客心中的诗和远方，也正在成为越来越多海外游客心心念念的向往之地。据统计，1—3月，云南省旅居人数达228.81万人，同比增长56.9%；一季度共接待游客1.9亿人次，实现旅游总花费3261.8亿元，同比分别增长9.9%、5.0%。据悉，云南省近期还将出台最新的文旅促消费若干措施，加大力度打造云南旅游消费升级版。

在快节奏的生活中，点一支香，看袅袅青烟悠然升腾，心情瞬间得到放松。中式香以其独特的舒缓功能及文化底蕴，逐渐走进年轻人的日常生活。

00后赵怡然从去年开始“入坑”中式香。“我最喜欢鹅梨帐中香，初闻是鹅梨的清甜，中调有隐约的花香，后调则是木质香与药香交织在一起。”在她看来，焚香不仅仅是嗅觉上的享受，更是一种放松的方式，“鹅梨帐中香具有安神减压、舒缓心情的功效。点燃香的一瞬间，整个人都会不自觉地安静下来。”

如今，越来越多的年轻消费者爱上中式香。今年2月以来，淘宝平台上中式香成交同比增长超50%，香拖、香盘、香插等香道用品成交同比增长近80%；其中95后用户数量同比增长接近翻倍。社交平台上“中式香”“古法制香”等话题热度持续攀升，越来越多的年轻人将焚香作为情绪疗愈的新方式。

这些中式香的爱好者不仅关注香味本身，更看重产品背后的文化故事。例如，电视剧《甄嬛传》的热播让“鹅梨帐中香”成为热门款式，许多人了解到其背后的历史故事；与苏轼有关的“雪中春信”“二苏旧局”等富有文化底蕴的香品也备受年轻消费者的青睐。

传统制香产业由此迎来新的增长机遇。年轻消费者拓宽了中式香的应用场景，将其用于助眠、情绪疗愈、提升专注力等多种场景。这种市场需求的变化，促使品牌在产品研发和市场推广上做出调整。一些品牌推出便携式香片、睡眠香囊和适用于办公场景的淡雅香氛，以满足年轻消费者的多样需求。其中，故宫博物院推出的“暗香盈袖花囊手镯”，将传统香丸藏于手镯中，佩戴时可散发淡淡香气，一经推出成为爆款。还有别的品牌推出名为“梦里都有”“茶言茶语”的线香产品，以有趣的名字触动年轻消费者。

“为了更好满足年轻消费者对便携性的需求，我们推出了沉香精油，现在已经是店铺里销量最高的品类。”小鱼制香淘宝店负责人周晓钰告诉记者，曾经算不上大众的中式香，渐渐在年轻消费者当中打开了市场，小鱼制香淘宝店的近年销售额实现了规模化增长，商品复购率达到了48%。“我们从2023年开始做淘宝直播，现在每场直播观看人数稳定在7万至8万人，越来越多的年轻消费者通过直播了解并喜爱上了中式香。”周晓钰说。

不少品牌将中式香与非遗技艺结合，推出现代与传统融合的新产品。近期，非遗技艺“冷凝合香”悄然走红。冷凝合香以天然香药为原料，可制成香佩、香珠、香粉等多种形态。它不仅保留了传统香道的文化韵味，更符合现代生活方式，便携易用。有卖冷凝合香的店主表示，今年定制香的订单量同比增长了2—3倍。

许多年轻消费者不光购买香品，还会主动了解技艺，甚至开始学习如何自己制作香品。大众点评上，许多商家推出了“手工制作香囊”“古法线香制作”等多种体验活动。“我们的线下店铺也会为消费者提供制作培训服务，我们观察到，现在来学制香的年轻人并非想要从事这一职业，而是为了给生活增添乐趣、放松心情。”周晓钰说。

新消费群体为中国传统香文化注入了新活力，中式香的产品种类也日益丰富多元，相关市场正在不断扩大。



浙江省湖州市长兴县龙山街道的东方梅园内，梅农正在采摘梅花，用于制作梅花香水、梅花精油等产品。

陈海伟摄（人民视觉）