

中国消费市场焕新 海外华商共享机遇

本报记者 李嘉宝

侨界关注

近期，随着一系列扩内需促消费政策落地见效，中国消费市场彰显澎湃活力。“五一”假期，全国重点零售和餐饮企业销售额同比增长6.3%。一季度，社会消费品零售总额同比增长4.6%，消费对中国经济增长贡献率达51.7%。与此同时，随着新群体新业态新场景不断涌现，中国消费市场全方位焕新，为深耕中国市场的全球企业带来更多暖意。许多海外华商积极布局，在这片充满机遇的市場中寻找新的增长点。

◆捕捉新变化◆

“中国市场既是开放的大海，容纳全球资源；又是创新的源泉，能孕育滋养新业态新模式。这是吸引全球企业的关键所在”

一段时间以来，从中央到地方，中国促销费政策持续发力，进一步释放消费市场潜力。对此，新西兰AFC集团董事局主席夏阳有直观感受。“一方面，中国消费者对高品质进口商品需求增加，我们引进的新西兰牛肉、蜂蜜等产品复购率不断提升；另一方面，跨境电商发展迅速，依托‘保税仓直播+1小时达’等带货新模式，线上客流量猛增。”他说。

“Z世代”“银发族”群体表现活跃；消费需求更加多元、细分；电商平台、社交媒体等线上渠道火热……近年来，夏阳敏锐捕捉到中国消费市场的许多新变化。除了将更多新西兰“好物”带到中国市场，他还成立了“云食界”网络科技有限公司，打造食品农产品进出口B2B+电商平台，助力许多海外商家“淘金”中国大市场。

“中国市场既是开放的大海，容纳全球资源；又是创新的源泉，能孕育滋养新业态新模式。这是吸引全球企业的关键所在。”夏阳感慨。

近期，过境免签与离境退税政策红利叠加，“中国游”“中国购”持续升温，中国消费市场活力涌动，引发全球关注。“相关政策彰显中国扩大高水平开放的坚定信心，海外华商有望迎来更多机遇。”泰国永泰珠宝集团董事长李嘉淳说，“我们与国内采购商建立了稳定合作关系，中国市场的销售额也保持增长态势。下一步，将继续跟踪中国消费市场新趋势，设计推出更多高品质珠宝产品。”

当前，中国消费市场向“新”向“绿”，澳大利亚CPG集团董事长曹佩青对此深有感触。在2024年11月举办的第七届进博会上，她公司旗下的文创品牌“Space18”收获不少关注。无墨石墨烯“永生笔”可连续书写超过1000万字；动物系列游戏本融入澳洲自然景观之美；“趣味魔方”既是笔筒又能收纳便签条……“我们面向中国市场推出的多款产品彰显绿色与可持续发展理念，契合中国消费市场新潮流。”她说。



近日，重庆市渝中区解放碑商圈的千叶眼镜旗舰店展示印有“退税商店”“即买即退”字样的指示牌。该店是重庆市首批离境退税“即买即退”试点商店。

新华社记者 黄伟摄



近日，浙江省金华市金东区金义综合保税区进口商品直购中心内，顾客正在选购跨境商品。

胡肖飞摄（人民图片）

◆把握新机遇◆

“在全球经济复苏面临多重挑战的当下，中国无疑是‘确定性的绿洲和投资兴业的沃土’”

中国消费市场火热，给全球企业带来更多机遇。多位华商表示，“在全球经济复苏面临多重挑战的当下，中国无疑是‘确定性的绿洲和投资兴业的沃土’。”

这段时间，新西兰亿贝通有限公司执行董事王思维十分忙碌。他在多个食品及健康行业展会穿梭，为企业进一步布局中国市场“打前哨”。“5月份，FBIF2025食品创新展、SIAL西雅国际食品展、中国国际健康营养博览会等多个全球性行业展会都会在中国举办，彰显全球企业及投资者对中国市场的高度重视。”他说，“在这些展会上，我们既要了解行业新动态，也要捕捉市场新需求。”

王思维观察到，“中国消费升级趋势日益显著。消费者更加理性务实，愿意为个人健康而非

‘面子’买单。新西兰高品质食品及健康产品在中国市场受到欢迎。”他介绍，在产品端，公司引进的一款新西兰口腔益生菌产品已完成线上布局，销量可观。在渠道端，公司与胖东来、盒马等知名零售商合作，食品业务板块逐渐向更多三四线城市“下沉”，同时携手多家电商平台，进一步拓宽营养品销售渠道，实现业绩增长。

当下，“Z世代”成为中国消费市场上的活跃力量。他们不仅追求产品本身的功能与美观，更注重消费过程中的体验与互动。“‘Z世代’是公司文创产品的核心消费群体。”曹佩青说，今年，在持续践行绿色可持续设计理念的同时，将推出融合澳洲本土特色的数字营销方案，打造互动体验平台，融入“Z世代”喜爱的视觉元素和互动设计，同时还将策划各类互动营销活动，提供定制服务，并与国潮IP跨界合作，增强消费者的参与感。

为精准对接中国消费需求，夏阳也对进口产品进行了全方位调整。比如，针对年轻消费者快节奏的生活方式，推出小份装即食新品；为回应消费者对产品配料表的关注，采用双语包装清晰展示相关信息等。“这些举措成效显著，相关产品复购率大幅提升。”他说。

◆更多新计划◆

“中国市场还具有强大的辐射效应。中国流行的消费趋势也会在东南亚等周边国家兴起。未来，我们将以中国市场为核心，逐步向周边国家拓展，不断提升品牌影响力”

谈起2025年下半年的工作计划，多位华商不约而同地提到一个关键词——“进博会”。

曹佩青是参加过七届进博会的“老朋友”。“去年进博会期间，我们观察到，许多中国消费者对‘跨界融合’类产品很感兴趣，这促使我们将传统文化元素与现代视觉语言相结合，打造更具有本土共鸣的产品。同时，我们也根据展会反馈调整了产品包装设计，使其更符合中国消费者的审美偏好。”她说。

今年，曹佩青早早报名了第八届进博会。“中国在‘绿色消费’‘数字出海’与‘文化IP共创’等方面蕴含巨大发展潜力。下一步，我们将加快本地内容生产与运营团队建设，实现品牌在地化发展；还将与中国文旅机构开展合作，打造具有文化价值的营销案例；同时将通过人工智能、大数据等技术进一步优化用户画像，提升精准触达率。”她说。

李嘉淳同样是进博会“全勤生”。今年，他计划在进博会上展示多款稀有宝石品类，为进一步拓展中国市场打好基础。“通过连年参展，我更好地了解到中国消费者群体的需求变化和最新趋势，积累的优质客户和合作伙伴也为公司拓展业务发挥了关键作用。”他说。

目前，李嘉淳担任泰国华人青年商会会长，也是泰国中华总会副秘书长，他一直致力于为泰中企业合作牵线搭桥。5月末，他将带领一个泰国企业家代表团访问中国上海、杭州等地，寻找商机。

“中国消费市场潜力足、机遇多，是许多泰国企业的理想投资地。”李嘉淳说，今年是中泰建交50周年，希望两国企业家携手合作，为促进“中泰一家亲”贡献更多力量。

对于第八届进博会，王思维已经有了初步规划。“公司产品将分为两部分参展，一是参与新西兰国家馆，二是与多个新西兰品牌联合办展，实现抱团取暖。希望能借助进博会的平台，进一步深入中国市场，为中国消费者带来更多优质产品。”他说，“中国市场还具有强大的辐射效应。中国流行的消费趋势也会在东南亚等周边国家兴起。未来，我们将以中国市场为核心，逐步向周边国家拓展，不断提升品牌影响力。”

新中式「高定」吸引海外华侨华人

浙江古镇手工旗袍走红——

穿过浙江德清新市古镇人流如织的老街，一家小店静静立在河边。门内，80后旗袍设计师韩敏正伏案缝制一件订婚袍。她指尖捏着银针，三两下勾勒出一朵兰花纹样。

韩敏每年只制作约80件旗袍，每一件都是“孤品”。她的客户中，有六成是海外华侨华人。

“澳大利亚、英国、美国、新西兰……世界各地几乎都有我的客户。”韩敏细数道，不少海外华侨华人身穿她制作的旗袍出席重要场合，受到称赞，“听到她们的反馈，自豪感油然而生。”

技艺精湛的韩敏，是位“跨界”设计师。她是工科专业硕士毕业，因对服装设计有兴趣，便在业余时间考取制版师、学习立体剪裁。彼时，韩敏的好友徐垠经营一家古玩店，经常邀请她为老客户定制旗袍。接过几单后，二人决定开办工作室。2018年，其店铺落在新市古镇。

开店后，韩敏经常在社交媒体上分享自己的作品。精良做工、巧妙设计吸引了许多热爱中国文化的华侨华人，韩敏的旗袍开始漂洋过海，走向全球。

“定制旗袍耗时较长，有时提前一年就要下订单。为方便海外客户，我经常视频指导她们量尺寸，采用‘云定制’模式，做好后通过海外仓寄到全球各处。”韩敏说，这种默契源于彼此信任，老顾客甚至乐于开“旗袍盲盒”，将设计全权交给自己。



近日，韩敏在位于浙江德清新市古镇的工作室内制作旗袍。

（德清县融媒体中心供图）

传统中式旗袍，难点在于一片式裁剪。旗袍前后部分由一块布料制成，最大程度保留面料图案完整性，线条圆润温和，凸显含蓄柔美的东方魅力。保留传统基础上，韩敏在旗袍中融入时尚元素，进行版型、工艺和设计创新。

“不是只有身材窈窕的女性才能穿旗袍。我会结合顾客的神韵、体态和场合去提供不同布料和款式，让衣服成为人的‘第二层皮肤’。”在韩敏看来，衣物应该服务于人，这是她的“出圈”密码。

一件旗袍，见证着许多“人生大事”。成人礼、圣诞舞会、毕业礼服、婚服……翻看着来自五湖四海的“上身返图”，韩敏仿佛与客户共享幸福。

（据中新社电 黄彦君）

南通赤子情华侨图书馆建馆6周年——

从长江江畔走向64个国家

近日，位于江苏省南通市的赤子情华侨图书馆（下称“华侨图书馆”）迎来建馆6周年。

6年前，来自50余个国家的华侨华人与归侨侨眷捐建了这座位于长江江畔的公共图书馆。6年来，华侨图书馆面向社会征集图书15万册，其中包括大批华侨华人历史资料，并在海内外建设图书漂流站近200家，遍及64个国家。

华侨图书馆发起人镇翔介绍，设立海外图书漂流站的尝试始于2021年。当时，华侨图书馆通过与海外侨团、华文学校等沟通得知，在海外阅读中文图书仍然面临书籍数量少、书目更新慢等挑战，需要更稳定、高效的图书来源支持。

“尤其对于在海外出生、生活的‘侨二代’‘侨三代’来说，通过阅读中文书籍营造中文语言环境是他们学习中文时十分重要的一环。”镇翔表示，了解到这一情况后，华侨图书馆通过与海外侨社、华文学校等机构合作，设立海外图书漂流站，并定期为漂流站提供中文图书，满足海外华侨华人和热爱中文的海外民众的阅读需要。

华侨图书馆海外图书漂流站由海外合作机构负责管理运营。镇翔介绍，2022年4月，华侨图书馆在卢旺达首都基加利设立的图书漂流站正式揭牌。当时，该漂流站多方募集图书5000余册，并以每年2000册的速度增加，远超一般图书漂流站的藏书数量。因此该漂流站在2024年升格为“卢旺达中华图书馆”，作为公共图书馆向当地社会开放。

类似的中华图书馆也陆续在墨西哥、赞比亚、南非等国家设立。镇翔表示，相比图书漂流站，中华图书馆不仅能容纳更多、更丰富的图书资源，也为当地开展中华文化活动提供了平台，能够帮助更多海外民众深入了解中华文化。

当前，华侨图书馆正与南京图书馆合作，在此前挂牌的华侨图书馆塔吉克斯坦图书漂流站基础上，建设塔吉克斯坦首座中文图书馆。这是南京图书馆首个海外文化援建项目，将捐赠涵盖文学、历史、哲学、艺术、科技等多领域的5000册全新图书。

谈及未来计划，镇翔表示，华侨图书馆计划在建馆10周年时，在全球设立500个图

书漂流站，其中包括10座中华图书馆规模的海外公共文化设施，并在现有基础上，建立完整的海外图书漂流站建设服务体系。

除图书漂流外，华侨图书馆也将保护华侨华人历史视为自身另一重要职能。镇翔介绍，华侨图书馆始终致力于搜集海外华侨华人历史史料，依托海外图书漂流站“双向流动”的作用，留存海外华侨华人的历史注脚。

“今年内，我们将完成对已征集史料的系统分类，并计划在建馆10周年时建立起相关信息查询系统。”镇翔表示，已征集到的华侨华人文物与艺术品也将通过展览等形式向公众公开展示。

“这些工作繁杂、耗时长，全靠志愿者们不求回报的奉献。”镇翔表示，建馆6年来，志愿者团队中加入了越来越多的年轻人，为华侨图书馆运营工作带来新鲜血液，这也为华侨图书馆后续运营带来信心。

“希望我们能探索出一条依靠慈善捐赠、公益服务建设公共文化机构的道路，为文化公益事业发展积累经验。”他说。

（据中新社电 记者门睿）



侨乡新貌

初夏时节农事忙

初夏时节，云南省昭通市绥江县中城镇回望村农民抢抓农时开展劳作，田间一片忙碌景象。

吴鑫摄（人民图片）