

# 世界正在感知越来越酷的中国

本报记者 张 红

国际  
论道

拉布布的成功标志着中国正从原来的“世界工厂”向新兴的“全球创意中心”进行深度转型，高科技、高附加值的文化产品日益成为其影响力和出口增长的引擎。

最近几个月，它被美国歌星蕾哈娜和英国退役球星贝克汉姆等名人随身携带；英国甚至有消费者在抢购时发生打斗；在洛杉矶，有人通宵排队。一些狂热粉丝甚至专门安排了中国之行，希望能够买到它。这是《纽约时报》报道的拉布布。该报道认真探讨：这个小精灵能让中国变酷吗？

不到十年前，《外交政策》杂志曾发表过一篇题为《为什么中国如此……不酷？》的文章。如今，情况发生了很大变化。《经济学人》已经开始探讨《中国如何变得很酷》。

中国正在变得越来越酷。正如《纽约时报》报道指出的，玩偶拉布布已成为布鲁克林艺术圈与洛杉矶潮人间的“新文化符号”，不少设计师视之为“东方视觉怪诞主义”的代表。而在英国伦敦，Molly则成为当代艺术与时尚界跨界合作的新宠。

美国《欧亚评论》网站文章指出，拉布布的成功标志着中国正从原来的“世界工厂”向新兴的“全球创意中心”进行深度转型，高科技、高附加值的文化产品日益成为其影响力和出口增长的引擎。

文章进一步指出，拉布布的成功是更宏大趋势的缩影。中国的文化影响力日益增长。抖音、小红书这类平台正吸引西方用户，展示中国消费文化，重塑全球娱乐和社交方式。中国动画剧集和电影越发受欢迎，时尚和设计持续影响全球潮流。

外媒开始频繁报道近来获得全球关注的中国产品，包括在全球取得巨大成功的电子游戏《黑神话：悟空》和电影《哪吒之魔童闹海》，由比亚迪和其他品牌推出的价格实惠、制作精良的电动汽车，被包括美国和欧洲在内的海外科技公司采用的中国人工智能模型DeepSeek。国外旅游博主也开始不断发布视频，滔滔不绝讲述上海天际线和成都大熊猫等。

此外，巴西《论坛》杂志网站注意到，在墨西哥和印度尼西亚等国，来自中国的微短剧越来越受欢迎，扩大了中国数字文化在全球的影响力。

中餐也引发了新的关注。新加坡《海峡时报》近日刊发题为《从麻辣到全球魅力：地方美食是中国最迷人的软实力》的文章指出，中国地方美食正迎来高光时刻。在新加坡，从川菜到湘菜，从武汉热干面到陕西肉夹馍，应有尽有。而且，这种多样性正在全球扩展。新加坡亚洲新闻台报道指出，过去10年来，中国餐饮企业在海外进行大规模投资。东南亚成为这一扩张行动的主要目标区域。美联社报道指出，中国的跨国企业瞄准了诸如冰激凌和奶茶等细分市场。随着中国餐饮品牌日益走红，它们或许正塑造人们对中国的印象。皮尤研究中心调查显示，中国餐饮品牌涌入后，58%的印尼人对中国品牌的看法更为积极。马来西亚前贸易高官穆罕默德·阿里说：“美食是最有效的外交。当年年轻人排队买蜜雪冰城时，考虑的不是地缘政治，是按自己的方式品尝中国。”



据巴西《请看》周刊网站近日刊登题为《连绵高山、摩天大楼和隧道：中国重庆如何成为世界上最大的城市实验室》的文章，关注智慧城市建设成果。文章称，与许多其他中国城市一样，科技被视为重庆城市发展的核心驱动力。这座智慧城市依托大规模数据监测与分析系统，持续优化城市日常运行效率。当全球城市空间普遍面临饱和困境时，中国正以实践证明：凭借数据赋能、技术创新与规划雄心，总能开拓出城市新维度。

据俄罗斯媒体Dzen.ru网此前报道，在2024年全球智慧城市大会上，中国深圳获2024年度“世界智慧城市大奖”。报道称，深圳市通过数字化建设、先进的城市管理手段和可持续发展理念等，解决人口密度大、资源有限以及环境等问题，进而实现城市转型，还将通过高速宽带接入、数字孪生技术、人工智能等手段打造智慧城市新模式。

上图：在深圳市坪山区石井街道，环卫机器人在清扫工作过程中自行过马路。

新华社记者 毛思惠摄

拉布布的爆火显示出中国文化软实力的一种全新扩展方式：依赖于有魅力的设计、故事，以及不断涌现出的文化产业创新。

美国《欧亚评论》网站文章指出，中国的受欢迎程度似乎悄然稳步上升。以拉布布为例，这个淘气的尖牙精灵俘获了亚洲乃至更广范围的人心。拉布布并非国家支持的文化输出，而是一种源于当代消费文化和精明营销的民间产物。其人气飙升彰显中国蓬勃发展的软实力，这种软实力跳出传统国家叙事的框架，与富有感染力的美学、引人入胜的叙事以及蓬勃发展的创意产业有关，这种产业日益有能力打造出引发全球共鸣的文化产品。

美国“外交政策聚焦”网站发表文章分析称，拉布布的爆火显示出中国文化软实力的一种全新扩展方式：依赖于有魅力的设计、故事，以及不断涌现出的文化产业创新。这种由民间培育出的文化产品提升了中国在全球舞台上的软实力。

文章指出，中国正全方位培育属于自己的文化产业足迹：重塑全球娱乐与传播方式的TikTok、获得全球关注的中国动漫与电影、影响国际潮流的中国时尚与

设计，获得欧美用户青睐的小红书等平台，正展现出中国文化的魅力。这种非对抗性的文化实力的崛起依赖于对全球年轻一代共同价值观的深刻洞悉。

英国《每日电讯报》和《经济学人》的报道都注意到，中国正寻求通过社交平台来影响全球叙事。一篇题为《在新的宣传行动中，北京借助网红的力量》的文章关注了美国网络博主“甲亢哥”中国行中的一场直播。在这场直播中，这位社交平台明星拿到了无人机送来的肯德基外卖，亲自体验了飞行汽车，还购买了华为三折叠屏手机。文章指出，“甲亢哥”在视频分享平台YouTube上拥有约4000万订阅者，他的这些视频或许是迄今为止西方网红推介中国科技实力和文化最清晰的例子。

巴西《论坛》杂志网站文章指出，2023年中国提出了全球文明倡议，旨在促进不同文明之间的相互尊重，强调和平、发展、公平、正义、民主、自由等各国人民的共同追求。中国扩大了青年交流项目，并为各国公民免签入境提供便利，这也有助于增强自身软实力。中国政府还加强了推动旅游和文化交流的政策，提升了中国更加开放的形象。

最新数据反映了中国形象的改善。英国品牌金融公司发布的《2025年全球软实力指数》显示，中国在全球国家软实力排名中从2021年的第八位上升到2025年的第二位，仅次于美国。这一结果是中国自该公司开始监测国家软实力以来的最佳表现。

“中国远不只有政治影响力，它还有文化、有历史、有自然景观、有科技、有大熊猫。这是一个全新的世界和时代。”

一个更加真实、立体、全面的中国正展现在世界面前。据英国《经济学人》周刊报道，民调发现，在南美，中国被认为是“更有礼貌的大国”。美国晨间咨询公司的调查结果更为吸睛：全球对中国的好感度显著提升，近年来首次超过美国。截至今年5月底，中国的净好感度评分升至8.8分。还有尼拉数据公司的报告：在96个被调查国家中，高达八成对中国持积极看法，引得该公司CEO直言“惊人”。

从美食到电动汽车、从网络文学到微短剧、从《黑神话：悟空》到《哪吒之魔童闹海》、从DeepSeek到机器人半程马拉松……吸引海外目光的中国元素越来越多。

海外博主们通过一镜到底的直播，全景展现一个没有“剪辑”和“滤镜”的真实中国。巴西《论坛》杂志网站文章指出，越来越多来中国旅游的外国人在照片墙、YouTube、TikTok、推特和个人博客等全球社交平台上分享他们的经历。这有助于为国际公众构建一个更全面、更真实的中国形象，打破简单化和刻板的描述。

越来越多人对中国产生了兴趣。他们开始走近中国、了解中国。中国文化和旅游部数据显示，2024年中国共接待入境游客1.3亿人次，同比增长超60%。

今年初，美国年轻网民涌入中国社交平台小红

书。新加坡《海峡时报》网站报道指出，小红书“移民潮”激发了人们学习普通话和探索中国文化的兴趣。报道提及一名21岁的美国发型师安布尔·库克。库克在1月16日发布的一段视频中对她的小红书粉丝说，她“在小红书上刷了一天后终于发现了中国的真相”。

而且，如今在手机应用程序和流媒体服务等数字平台上，中国电子游戏、电视剧和电影的供应日益增多。媒体评论指出：“过去的中国玩家都经历过跨文化理解的过程，现在轮到海外玩家学习《西游记》，了解中国传统文化。”

大家对中文学习的兴趣日益高涨。巴西247新闻网刊发题为《中文的未来就在眼前》的报道指出，全球有超过180个国家和地区开展中文教学。目前，中文已被85个国家纳入国家教育体系，中文学习者和使用者累计超过2亿人。根据语言学习平台“多邻国”发布的报告，2023年有超过1290万用户在该平台上学习中文。尤为突出的是美国学生数量的惊人增长，2025年1月与去年同期相比跃升216%。

美国拉特格斯大学研究中美关系的学者袁绍御说：“随着科技的进步，施加影响的机制也在不断发展。中国的软实力努力终于开始取得重大成效。”

简单便捷的签证和入境流程、全面顺畅的服务网络、热情好客的中国民众……一位在香港任教的英国学者称“中国正在经历一次新的‘开放’”，这将帮助中国获得更加重大的“软实力胜利”。

正如保加利亚记者塔妮娅·格卢赫切娃在中国参与为期4个月的媒体交流活动后所说，在一个充斥着虚假信息的世界里，中国以一种平和的方式予以回应，让更多人亲眼看到中国的真实面貌。她说：“中国远不只有政治影响力，它还有文化、有历史、有自然景观、有科技、有大熊猫。这是一个全新的世界和时代。”

## 让城市更智慧——中国经验启迪世界

■ 受访专家：国家信息中心信息化和产业发展部主任 单志广

近年来，中国智慧城市发展成绩亮眼，各地形成了一批可推广的智慧城市建设项目。一是城市数据底座日臻夯实，各地超前部署数据基础设施，探索“采存算管用安”一体化模式，打通数据共享堵点，构建城市智能中枢，促进数据服务覆盖全域。二是数据应用场景日益丰富，“无证明通办”、康养智能诊断、居民碳普惠等特色应用不断涌现，为城市经济、治理和服务提质增效。三是数字化转型生态持续创新，各地探索数据专区、跨境流动、数据专员等新模式，推动数据产权、交易、收益分配和安全治理等基础制度的创新实践。

中国智慧城市发展呈现出鲜明特点。在推进思路上，注重“系统谋划、整体重塑”。各地创新数字化转型规划体系，重塑技术架构，促进一体化建设与业务协同。在构建机理上，践行“数据融合、模型智能”的理念。“AI CITY”的发展模式逐渐兴起，通过“大模型+知识库”改造信息化系统，利用大模型的能力训练城市大模型，打造具备自感知、自适应等能力的城市智能体，提升城市的智能化水平。在机制模式上，强调“一体运维、长效运营”。各地创新工作模式与长效机制，

激发市场主体活力，推动城市数字化转型从“重建轻运”向“管运协同”转变。

中国智慧城市的深入发展，离不开政策引导与技术革新。

一方面，一系列政策举措为智慧城市建设指明方向、提供保障。党的二十大报告提出，“加强城市基础设施建设，打造宜居、韧性、智慧城市”。早在2014年，国家发展改革委等八部委就联合印发《关于促进智慧城市健康发展的指导意见》；2016年，中国提出了建设具有中国特色的新型智慧城市，强调数据驱动、以人为本、统筹集约、注重实效；2024年5月，国家数据局联合国家发展改革委、财政部、自然资源部印发《关于深化智慧城市发展 推进城市全城数字化转型的指导意见》，提出将城市作为统筹推进数字中国建设的综合载体，以数据融通、开发利用贯穿城市全城数字化转型建设始终。

另一方面，一系列数智技术加快应用，为智慧城市建设提供了强大动力。例如，互联网技术支撑万物互联，推动城市治理中各环节各要素互联互通；大数据技术支撑构建城市运行“全息图”，助力更加全面精准地洞察城市运行状态，实现关口前移、源头治理；

人工智能贯穿城市规划设计、建设、管理等各个环节，驱动城市智能化进阶，有效提升城市精细精准治理能力和公共服务效能；区块链技术通过新的信任机制改变数据和信息的连接方式，为可信数据交互提供了有效技术手段。

随着全球城市化进程的加速，智慧城市作为一种新型的城市发展模式，正在受到世界范围内的高度关注。中国在这方面的经验，能够为世界其他国家和地区提供借鉴：制度与技术并重，强调整体性重塑技术架构和推进适老化制度创新。建设与运营并重，创新运维运营模式，构建全生命周期长效运营机制。中枢与末梢并重，建立城市数字化共性基础，完善智能中枢系统，同时注重边缘末梢的智能感知和响应。数据和场景并重，围绕数据基础制度和场景应用，推动数据流通利用和场景创新。发展和安全并重，统筹城市高质量发展和高水平安全韧性建设，拓展智慧城市安全防线。

未来，随着智慧城市建设的持续深化，中国将不断迭代升级发展模式，以更加开放、包容的姿态与世界共享发展经验，携手构建更加智能、绿色、人文的未来城市共同体，让智慧城市成为照亮人类城市文明未来的灯塔。

（周奕璇采访整理）

海外声音

### 中国治理长江水质取得显著成效

重庆市巫山县坐落在亚洲最长河流长江的峡谷中。自2003年起，巫山配备了一支由数十艘清漂作业船组成的船队。他们每天出发“捕捞”污染长江的垃圾。每年5月至10月的汛期是最为棘手的阶段，季风带来的暴雨将周边城市和山上的各类垃圾冲入长江。得益于船上安装的自动过滤系统，该清污工程每年可打捞处理2万余吨垃圾。巫山县为治理其管辖范围内55公里长的长江干流段，每年投入上百万元人民币的专项资金。

在这项浩大工程启动20年后，巫山县开始收获治理成效。根据中国水质标准体系，长江巫山段干流断面水质已连续8年保持Ⅱ类标准、总磷浓度连续11年下降。

中国拥有1500多条流域面积超过1000平方公里的河流和七大水系。因此治理水污染问题对中国至关重要。中国自新世纪以来不断加大长江治理力度。2002年，中国颁布《中华人民共和国水法》，标志着中国水治理的重要转折。随后在2015年，中国制定阶段性目标：到2020年七大重点流域水质优良（达到或优于Ⅲ类）比例总体达到70%以上，到2030年，全国七大重点流域水质优良比例总体达到75%以上。

为此，中国采取了一系列有力措施：关停沿江污染企业、淘汰老旧燃煤船舶、在全国范围内任命30万名地方官员担任“河长”……2021年，中国还实施了长江干流及主要支流为期10年的生产性捕捞禁令。

——据法国《回声报》网站报道



近日，游轮行驶在长江巫峡一带（无人机照片）。

新华社记者 王全超摄

### 成都力推夜间消费提振经济

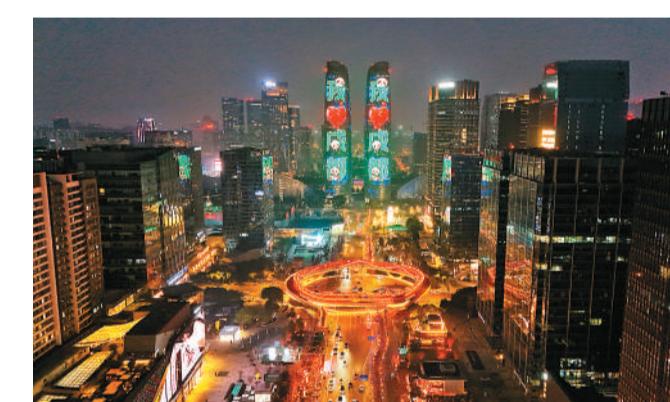
与北京、上海等一线城市相比，四川成都的氛围更为轻松，近年深受年轻人青睐。地方政府谋求提振市民在下班后的休闲和购物等需求。成都市政府将提振夜间消费与发展大熊猫相关产业等列为政策目标。

外卖平台美团旗下智库调查结果显示，2024年成都夜间消费占比在中国各大城市中处于最高水平。据分析，成都旅游热度高，再加上迁居成都的年轻人不断增加，夜间消费市场呈扩大趋势。与此同时，成都也积极抓住商机采取行动。

成都水上游船项目推出夜景游览区域，自今年起夜游路线长度增至20公里，较以往延长了一倍。在政府鼓励下，在店外摆放餐桌的餐饮店也有所增加。郊区新店如雨后春笋般涌现。例如，供客人在夜间体验融合网球和壁球等元素的球拍类运动的“板式网球馆”，以及在户外空间享用火锅的“火锅公园”等。

成都市第一季度人均消费支出为8887元，较去年同期增长5.9%。虽然绝对金额低于北京和上海等城市，但在增长率方面成都更占优势。夜间消费可能在其中发挥了作用。

——据《日本经济新闻》网站报道



图为成都交子大道商圈（无人机照片）。

新华社记者 刘坤摄