

马年春节，世界看到一个更具活力的中国

本报记者 李嘉宝

国际论道

全社会跨区域人员流动量累计超28亿人次；春节档总票房达57.52亿元，总观影人次1.2亿；春节期间入境游人次同比翻了一番，外国游客春节机票预订量同比激增超400%……刚刚过去的春节假期，一系列数据映照出一个生机勃勃的中国。

消费红火、科技亮眼、文化出圈——这段时间，各大外媒从不同角度聚焦中国春节。国际社会期待，喜庆欢乐的马年春节不仅昭示着中国行稳致远、兴旺发达的美好前景，也将为世界带来策马奔腾的无限活力。

消费火热

“成为全球经济的重要稳定器与驱动力”

马年春节恰逢9天长假。外媒观察到，中国消费市场“马”力十足。

马来西亚《星报》称，中国“最长春节假期”为旅游、餐饮、娱乐和零售等行业的消费活动提供了更长时间窗口。这段时间，中国各领域消费活动强劲，彰显了消费者的信心，也传递出世界第二大经济体巩固经济增长势头的积极信号。“中国的消费品以旧换新计划已成为假日消费的强大引擎。”该报道援引专家观点说，中国政府已将消费列为关键的经济驱动力，春节假期消费则成为重要晴雨表。

卡塔尔半岛电视台报道称，中国的春节不仅具有文化意义，而且具有重要的经济意义，通常会带动多个行业的消费激增。该报道提到，春节期间，中国民众在食品、节庆用品、娱乐及旅游等领域消费旺盛，零售与电商平台节前销售额大幅增长。数以亿计的人会跨越全国各地与家人团聚。“这也是提振世界第二大经济体国内消费的巨大机遇。”

美国《欧亚评论》网站刊文说，春节假期带来的远不止旅游的季节性激增，还清晰地展现了中国如何向高质量、消费驱动型经济转变。文章提到，中国公众消费选择正在发生转变，“体验经济”强势崛起。中国游客已不再满足于对知名景点进行走马观花式的打卡游，而是开始热衷于进行深度游。定制游、私家团呈现爆发式增长。此外，传统的团圆饭成为展示国际贸易成果的场所，餐桌上除了本地美食，还有智利的樱桃、新西兰的乳制品和来自各大洋的优质海鲜。

“内需这一引擎正高速运转。中国的春节假期为未来提供了蓝图——中国的内生动力将成为全球经济的重要稳定器与驱动力。”《欧亚评论》网站说。

沙特阿拉伯阿拉伯电视台报道，绿色有机食品、智能家电等成为中国人年货的“新标配”，“电影+”融合发展模式则撬动了餐饮、文创等相关行业同步发展。

马来西亚《今日商业》近日发表题为《春节消费热潮涌动 中国经济活力迸发》的文章说，中国在春节期间迎来消费热潮，餐厅、商场人头攒动，全国旅游市场火爆，为消费市场实现“开门红”注入强劲动力。文章还观察到，今年春节消费呈现传统与新风尚交融的特点，线上平台智能设备需求旺盛。

科技亮眼

“这是国家技术进步和产业战略的象征”

今年春节，人形机器人成为春晚舞台上的“明星”，数字红包、科技年货走俏，新潮科技与传统年味碰撞出精彩火花。多家外媒认为，“科技范”十足的中国年，正折射出创新中国的无限魅力。

路透社刊登题为《人形机器人在中国春晚大放异彩》的报道说，除夕夜，一年一度的春节联欢晚会展示了中国前沿的产业政策以及中国在人形机器人研发领域取得的成果。

“人形机器人和AI智能助手出现在多个春晚节目中。”路透社称，人形机器人挥舞刀剑、棍棒，表演了复杂的打斗场面，它们甚至模仿了中国“醉拳”武术风格中的摇晃动作和后仰摔倒，展现了控制、感知、协同的创新。

“中国通过春晚展示了人形机器人技术，这是国家技术进步和产业战略的象征。”欧洲《现代外交》网站的文章说，人形机器人表演不仅展示了多个机器人协作、平衡控制以及故障恢复等关键能力的提升，也展示了中国如何将产业政策、文化传播以及市场发展整合为统一的创新策略。

“中国人形机器人正从表演舞台走向实际应用领域。人工智能软件、机器人硬件以及制造业规模的融合使中国具备了在下一代自动化领域制定标准的能力。”欧洲《现代外交》网站说。

多家外媒关注，机器人不只是春晚专属，它正走进中国普通人的生活。

欧洲新闻台注意到，春节期间，北京一家商场推出机器人表演，以流畅舞姿惊艳观众，诠释“中国科技赋能节日庆典”。韩国“TV朝鲜”电视台报道说，在春节这一人口大规模迁徙的时期，机器人身影遍布中国日常生活的各个角落。该媒体还展示了这样的画面：智能机器人登上中国列车化身乘务员，既可提供引导服务，又能精准应答“下一站天气如何”等问题，让旅客返乡之路充满暖意。

同时，多个AI大模型在春节期间持续更新升级，推出预订电影票、预订餐厅等复杂功能，上线新春对话模式，增强社交属性。数据显示，从除夕至大年初三，各大AI大模型的使用次数累计超100亿次。路透社说，在DeepSeek震撼发布一年后，中国AI公司竞相发布大模型，为马年春节增添亮色。



▲春节期间，江苏兴化里下河国家湿地公园游人如织。图为小朋友与公园内人形机器人互动。周社根摄（人民视觉）



▲在山东省郯城县醉东风乡村艺栈，乡村春节旅游消费项目火热。图为演员穿着传统服饰为游客表演。张春雷摄（人民图片）

▲外国游客在上海首届浦东中国年味节现场与鱼灯合影。王初摄（人民图片）

全球同庆

“一座连接中国与世界的桥梁”

如今，春节越来越成为世界共同的节日、全球共享的文化盛宴。这段时间，春节红点亮世界，中国游吸引全球。春节传递的和谐、包容与共生理念，为世界提供了温暖、坚韧的力量。

“在中国过春节已成为一种全球时尚。”美国《旅行和旅游世界》网站刊文称，春节期间的“人口流动”正在走向全球化。国际游客以创纪录的人数加入这股春运大潮，让传统春运变身成为一场国际旅游盛会。这源于中国不断扩大免签政策，展现出了前所未有的开放姿态。同时，中国还解决了一度困扰外国游客的“数字难题”。相关部门推出了一揽子便利举措，包括多语种数字地图和扩大移动支付试点等。无论是北京的庙会，还是广东广州的街边小

吃摊，国际游客现在都能像本地人一样一键支付。该报道认为，春节是一个共享欢乐的节日，马年所象征的不仅是迅速与进步，更是一座连接中国与世界的桥梁。

美通社关注到2026年春晚分会场之一的义乌。报道说，2月16日晚，在义乌全球数贸中心——中国春晚的分会场舞台上，光芒闪耀。来自乌干达、秘鲁、印度等国多年从事国际贸易的商人，都在自己的社交媒体上发文，为他们生活多年的义乌成为中国春晚分会场感到由衷自豪。

尼日利亚《蓝图报》刊发题为《中国春节在世界舞台上大放异彩》的文章说，2026年春节独特的“中国红”点亮了世界各地的地标建筑。春节的精髓引发了全世界的共鸣，因为它提供了增进交流的绝佳机会。春节所蕴含的团聚、和谐和希望等价值观，深深打动了不同文化背景的人们。春节已被列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录，因此，它不仅仅是中国的节日，更是全人类共同珍视的瑰宝。

中国应对阿尔茨海默病策略值得借鉴

英国《自然》杂志网站近日发表文章说，中国在持续大力推动阿尔茨海默病的相关医学研究，其在资金投入、人才引进及临床研究等方面的策略值得世界借鉴。文章摘要如下：

面对阿尔茨海默病这一重大公共卫生挑战，中国政府已出台相关计划并投入大量资金，旨在提高阿尔茨海默病的筛查、诊断和治疗水平。

中国在科研领域的投入开始显现成效。自20世纪90年代以来，相关研究的质量和数量均有所提升。一项分析发现，中国在阿尔茨海默病领域发表的研究论文数量从1988年至1992年的12篇，增至2013年至2017年的8000多篇。

中国在阿尔茨海默病相关研究上的资金投入持续增加。临床和临床前研究质量的提高和速度的加快已经引起世界各地研究人员的关注。得益于中国积极引进国际研究学者，过去几年里许多顶尖科学家涌入中国。英国痴呆症研究所神经遗传学家约翰·哈迪认为，中国正在逐步成为阿尔茨海默病的一个研究中心。

(据新华社电)

中国对非零关税举措具有重要意义

塞内加尔智库廷巴克图研究所所长巴卡里·桑布日前在接受摩洛哥媒体采访时表示，中国宣布对非洲建交国实施零关税举措，不仅将促进非洲对华出口，更彰显中非合作在当前国际形势下的深层价值。

桑布认为，这一举措将显著扩大非洲产品进入中国市场的空间，有助于带动“农产品、矿产品及部分制造业产品”对华出口。

他指出，此举将进一步“巩固中非合作论坛在中非关系中的重要作用”，深化南南合作。在部分西方国家贸易保护主义抬头的背景下，中方以更大力度开放市场且不附加政治条件，展现出支持非洲发展的务实态度。

桑布强调，零关税也将为非洲产业发展带来机遇。非洲国家若能借此机会提升产品附加值、完善物流与标准体系，将有效推动工业化进程。

他同时提醒，政策落地前的准备工作至关重要，非洲各国政府需要帮助企业熟悉市场规则、提升出口能力，让政策红利切实转化为经济发展成果。

中方将于2026年5月1日起对53个非洲建交国全面实施零关税举措，同时继续推动商签共同发展经济伙伴关系协定，并通过升级“绿色通道”等措施进一步扩大非洲输华产品准入。

(据新华社电 记者陈晨)



在中国义乌国际小商品博览会—进口商品展上，人们在塞内加尔商品展位上洽谈采购。时宽兵摄（人民图片）

专家解读

直播电商助力“小生意”闯出大世界

■ 受访专家：对外经济贸易大学国家对外开放研究院研究员、国际经济贸易学院教授 屈启兴

在江苏东海，水晶成为跨境电商直播间的“顶流”；在河南许昌，假发产业吸引了全球爱美人士；在山东曹县，汉服商家们为海外消费者定制东方风雅……如今，中国多地县域“小生意”正依托产业集群和日益完善的电商基础设施，在全球大市场闯出一片天地。

直播电商为中国县域融入经济全球化进程按下了“快捷键”。它打破了产品依赖档口、展会推销的传统模式，将分散交易串联成高频、可视、可及时反馈的分销系统。一个成熟的直播间早已不是主播的个人秀，而是一条涵盖选品、内容、投流、客服、仓配协同的“生产线”。与线下分销相比，直播带来的实时反馈让生产端能够更敏锐地捕捉海外市场审美趋势的变化，推动产品加工、设计、包装更快迭代——上午在海外社交媒体走红的款式，下午就可能进

入中国某个县城工厂的打样流程。这种“屏对屏”的即时链接，让中国县域特色产业与全球市场真正实现了“零时差”互动。

好生意从不只是靠流量，更要靠深厚“内功”。当前，中国县域特色产业的发力点正从早期的流量扩张，转向更深层能力的构建。随着TikTok Shop等跨境电商平台的持续扩张，中国县域产业发展迎来新的机会。

下一步，各地县域“小生意”要想闯出大世界，提高在国际市场的竞争力，还可以从以下几方面发力——

首先，要打好信任“地基”，标准化是关键。从跨境电商的实践来看，商家需要建立覆盖质量分级、权威检测、全程溯源与无忧售后的完善体系，让每件商品都自带“品质认证”。规则越清晰，服务越完善，就越能减少争议，赢得客户的长期信赖与复购。

其次，要让产品获得更多青睐，品牌升级是关键抓手。中国县域特色产业应深入挖掘本地独特的文化故事、工艺传承与审美风格，并通过跨境电商平台、社交媒体与线下文旅体验等多维场景，向全球消费者持续塑造品牌形象，实现从“卖加工”向“卖品牌”、从“拼价格”向“拼价值”的转变。

最后，要做好系统化升级，用好智能手段必不可少。数字化与AI工具能够帮助企业更高效地完成海外市场调研、选品分析、智能排产、多语种客服沟通以及物流与成本优化等复杂环节，让特色产业的跨境运营更加精准、高效与可控。

跨境直播电商的成功从来不只是短期的流量热闹，而是将多年积淀的产业能力转化为信任、效率与品牌价值，这或许正是“小生意”走向世界的共同密码。

(陈子涵、严瑜采访整理)



日前，美国《连线》杂志关注到，江苏省连云港市东海县这几个十年前名不见经传的小县城，如今凭借一支“全天候直播大军”主导着价值数十亿美元的全球产业，成为中国乃至全世界的“水晶之都”。

江苏东海是中国县域特色产业走向世界的一个缩影。汉服、纽扣、假发、手工穿戴甲……当前，中国众多县域特色产业正凭借独特优势在世界舞台上崭露头角。

上图：在江苏省连云港市东海水晶城淘晶广场水晶大集，人们正在选购水晶制品。

耿玉和摄（人民图片）