

“中国购”正成为认识中国的新方式

本报记者 赵珊

从精美的国潮文创到优质的智能家电,从便捷的移动支付到高效的离境退税,丰富的商品、多元的购物体验让外国游客认识中国有了更多更鲜活的载体。今年政府工作报告提出优化入境消费环境,打造“购在中国”品牌。中国旅游业界正不断扩大产品供给,创新消费场景,提升服务品质,持续激发入境消费活力。

“中国购”成热门话题

从城市商圈到老街市集,从文创潮玩到电子产品,从下单商品到预定旅拍……如今,外国游客正不断解锁在中国购物的丰富体验,中国消费市场持续释放魅力。

在重庆沙坪坝区磁器口古镇,俄罗斯游客莉莉选购了马踏祥云的黄铜摆件送给朋友。在贵州西江千户苗寨,马来西亚游客瑞贝卡体验了扎染制作,购买了一条靛蓝花朵图案的围巾。在北京东城区国子监街,加拿大游客莉莉安身着中国传统服饰,体验了人生第一次旅拍。

在海外社交媒体平台,有不少关于“中国购”的图文和视频。有网友赞叹在北京三里屯的绝佳购物体验,十几秒的短视频中,服装店、书店、甜品店琳琅满目,评论区中,有人直呼“被种草”“想打卡”。在中国购物的性价比也是讨论热点,“5美元在中国能买到多少东西”类似话题层出不穷,有网友分享了自己在便利店里用5美元买到一摞零食,更有超过1万点赞,“我喜欢中国”“太实惠了”的评论连连。

从博物馆的文物造型冰箱贴,到主题乐园的春节主题T恤,再到潮玩门店的“大国重器”积木,都颇受外国游客青睐。外国游客的购物清单也涵盖了科技品类,他们体验无人机、折叠屏手机,爱上中国国货

的科技范儿。据文化和旅游部部长孙业礼介绍,现在入境游客的购物清单在不断拓展、扩容,从手机、无人机、VR眼镜等电子产品,到文创、潮玩,都成为外国游客眼中的中国特产、中国好物。

“在上海南京东路,领队跟希腊旅游团30名游客说,给大家在南京东路一个小时购物时间,但几乎所有游客都要求至少安排两小时。”春秋旅游副总经理周卫红告诉记者,“导游会向外国游客详细讲解中国商品以及‘离境退税’政策。外国游客除了对博物馆文创和丝绸、定制中式服装等商品的喜爱始终不减,还喜欢购买手机、电脑、VR眼镜和智能电饭煲、扫地机等科技类产品。”

据介绍,春秋旅游今年将在增加入境游客来华天数以及提升消费体验上继续发力,让入境游客不仅能更加充分地感受中国文化的历史感与现代感,还能在轻松愉悦的氛围里,将富含中国文化元素与科技体验的商品带回去,带动旅程美好记忆的“消费刚需”。

国家税务总局数据显示,2025年办理离境退税的境外旅客数量同比增长305%,退税商品销售额同比增长95.9%。中国正用满满诚意与过硬品质,让全球游客带走多重好礼,感受活力中国。

购物场景更加丰富

如今,外国游客在中国的购物场景正不断丰富,消费足迹遍布不同类型的商业场所:在北京王府井、上海南京路等城市核心商圈,智能穿戴与国潮服饰成为热门选购品;在海南海口国际免税城等多地免税店,外国游客以有吸引力的价格购买时尚产品;在广东深圳华强北等电子产品卖场,无人机和VR眼镜备受青睐;在北京南锣鼓巷、重庆磁器口等特色文化街区,外国游客热衷于挑选文创手信与非遗工艺品;在浙江杭州丝绸城、四川成都宽窄巷子,丝绸制品与大熊猫文创人气高涨。

外国游客不仅能在机场免税店购买性价比高的商品,在一些城市内的免税店也能轻松购物。记者从中免集团了解到,深圳、广州、成都等市内免税店推出“免税+有税”“线下+线上”“进口+国产”的多元经营模式,在有税区域同步布局“离境退税”业务。

广州市内免税店有税区域专设国潮主题馆,将广彩、牙雕技艺与现代设计相融合,打造兼具文化与消费属性的“可带走的手信”,为消费者提供融合城市印象、地域文

化与免税购物相结合的独特体验。深圳市内免税店有税商品区引入潮玩集市、国潮美妆等特色板块,集中展示华为、荣耀、科大讯飞等优质科技品牌,打造“深圳之光”科技体验廊,营造“免税+体验+文化”的零售新场景。成都市内免税店深度融合四川文化元素,精选川酒、三星堆文创等名优特产,打造大熊猫主题国潮专区,实现文化资源向消费吸引力的转化,营造“国际品质+本土特色”的消费新场景,成为成都又一具有辨识度的城市名片。

中免集团有关负责人介绍,依托母公司中国旅游集团优势资源,集团将进一步发挥渠道优势,搭建“购在中国”品牌与全球市场的对接桥梁,汇聚优质资源,赋能本土品牌创新升级,让特色产品获得更广阔的展示与流通空间,让本土IP以更有时感的方式走向世界,带外国游客在购物中感知中国文化魅力。

“我很喜欢在秀水街买中国商品,它们非常有特色,同时也有纪念意义。”意大利游客玛塞勒这样评价北京秀水街。北京秀水街商业管理有限公司总裁董青告诉记者:

“秀水街以文化为纽带,打造沉浸式非遗体验场景,让消费成为文化交流的桥梁。我们在商圈内构建起印章、书法、茶艺等沉浸式体验空间,邀请非遗传承人现场展示技艺,让外国游客在体验中读懂东方美学。同时,将传统工艺与现代设计相结合,形成兼具文化内涵与实用价值的特色商品矩阵,让每一件商品都成为承载中国文化的载体,实现‘购物即体验,消费即传播’。”

作为国家4A级旅游景区和文旅商体学综合体,广州正佳广场持续优化购物体验,正在成为粤港澳大湾区入境消费的重要窗口。在商场一家玩具店,来自加拿大的游客Judy抱着儿子挑选玩具,他说:“这里不仅购物丰富,还有许多值得游览的博物馆、海洋世界、植物园和游乐城等,体验感十足”。今年春节期间举办的正佳大唐灯会,以“灯会+庙会”的形式,吸引许多外国游客参与。来自希腊的游客Konstantions与伴侣边看花灯边逛商场。他们自言是中国“粉丝”,此前已三度来华旅游,游览过上海、香港等城市。

正佳集团新媒体及品牌发展部总监雷婉倩介绍:“去年正佳广场全年客流量超过5500万人次,展现出强大的消费集聚能力,下一步,将继续发挥文旅商体学综合体优势,打造具有文化感的消费场景。”

全链条便利化水平持续提升

中国推出的一系列入境便利化举措,让“中国购”热度持续升温,赢得外国游客的广泛称赞。“碰一下”支付非常符合我的使用习惯,中国式微创新的速度让我惊讶。”第一次逛义乌小商品市场的西班牙留学生小来说。

“这是我去了那么多国家旅行后遇到的最好的退税服务,很先进很方便!”来自墨西哥的游客Andrea在杭州万事利买了一条丝巾,体验支付宝退税速度后赞不绝口。

支付宝外国人支付业务负责人柯赛虹向记者介绍:“目前,支付宝已覆盖吃住行游购娱等多场景的数字化服务,如打车、订酒店和景点门票、乘坐公交、租充电宝、汇率查询、“碰一下”点餐等。支付宝APP支持16种语言翻译以及中英文客户服务热线。”

去年,支付宝发布“畅游中国服务计划”,通过“碰一下”支付等系列新服务,全面提升入境游客的游玩、购物等体验,义乌小商品市场、深圳华强北、杭州四季青服装市场等20个汇聚中国制造的的特色市场陆续引入支付宝“碰一下”。

据柯赛虹介绍,支付宝在北京、上海、深

圳、成都、杭州、广州等多个人境游热门目的地推出离境“一键退税”服务,便利入境游客“购在中国”。入境游客在“即买即退”商店或商场用支付宝购买商品后,携带相关证件和物品前往退税服务柜台,3步即可完成退税,办理时间进一步压缩,大大提升了入境消费退税体验。

据统计,2025年,外国游客来华用支付宝消费金额同比增长142%。今年春节假期,入境游客用支付宝消费金额同比增长超80%。支付宝今年将通过优化支付和数字化服务产品、拓展电商退税等服务,向入境游客精准推介国潮、老字号、创新科技产品等,讲好“购在中国”故事,持续提升中国消费市场的全球影响力。

数字化支付让外国游客买得便捷,线下商家的定制化服务则让他们买得贴心。董青介绍,针对外国游客,北京秀水街刷新服务标准,推出18小时极速定制服务,涵盖服装、皮具等多个品类,从款式设计、面料选择到成品制作,全流程高效衔接,让外国游客在短时间内就能拥有专属的中国定制产

品。这不仅彰显了中国制造业的精湛工艺,更让“中国定制”成为秀水街的特色名片。在支付环节,实现商户外卡POS机全覆盖,支持多币种现金交易,同时落地入境自助消费平台Meet China,游客无需下载APP,即可通过多语种终端完成“秒懂、秒选、秒付”。在配套服务上,推出国际邮寄、酒店配送等一站式服务,解决外国游客购物后的携带难题。

“正佳广场的在营品牌商户外卡刷卡覆盖率接近95%,且广泛接入跨境支付平台,外卡受理标识实现中英文全覆盖,并定期组织商户培训。商场内自营景区景点均已配备主流外卡受理设施。为进一步提升外国游客的购物便利性,正佳广场推出英语、西班牙语、阿拉伯语三语导览手册,并在场内多区域设置多语种导视标识,覆盖导购、停车、景点指引等高场景,结合机场巴士直达、智能导航等服务,构建起从落地到游览的全程无障碍消费动线。”雷婉倩介绍。

文化和旅游部部长孙业礼在十四届全国人大四次会议民生主题记者会上介绍,下一步,将与相关部门一道,持续提升签证、通关、交通、住宿、餐饮、游览等入境旅游全链条便利化的水平,更好树立起“中国游”“中国购”“中国服务”的品牌形象。

(叶子、解丹青对本文亦有贡献)

2025年

中国单方面免签国家
增至48国

互免签证国家扩大至29国

240小时
过境免签政策适用口岸
增至65个

外国人出入境
8203.5万人次
同比增长26.4%

免签入境外国人
3008万人次

占入境外国人的73.1%

办理离境退税的
境外旅客数量
同比增长305%

退税商品销售额
同比增长95.9%

数据来源:国家税务总局
国家移民管理局



■ 览胜观潮

延伸旅游消费 展现中国魅力

陈斌

当前,“购在中国”正成为旅游消费热点。推动旅游商品高质量发展,应充分结合中国的文化、科技、物产、物流四大优势,创新研发广受外国游客青睐的特色旅游商品,令其成为延伸旅游消费、展现中国魅力的主力军。

深挖文化内涵,打造实用国货潮品。中国历史悠久、文化底蕴深厚,为旅游商品开发提供了丰富的文化资源。国货潮品应融合传统美学与现代生活,兼具文化内涵和生活品质,又符合外国游客的消费偏好。

融合新技术,拓展品类。科技类旅游商品不应局限于电子产品,可延伸至融合新材料、新技术的服装、服饰、鞋、帽、家居用品等品类,它们普遍具备款式丰富、迭代迅速等特点,生产环节可实现自动化生产线与精细化人工工序互补,形成难以替代的综合制造能力,这也是中国独特的制造优势。

依托特色物产,适配消费需求,开发便携旅

游商品。各地可结合现代消费习惯、国际检疫标准与便携需求,打造易携带、易保存、国际范儿的特色旅游商品,成为外国游客愿意带走、乐于分享的中国礼物。

依托现代物流,延伸消费链条,挖掘长效市场潜力。中国高效便捷的现代物流与跨境配送体系,打破了旅游商品只能现场购买、随身携带的限制,外国游客可选择直邮到家。旅游商品成为旅游体验的长效延续。旅游商品开发应兼顾轻便易运、操作简单、实用耐用等特性,同时依托口碑传播与社交分享,激发复购与推广需求,从而激活海外规模庞大的生活消费品潜在市场。

期待有更多“购在中国”的高品质旅游商品,既能让外国游客留存美好中国记忆,又能通过日常使用与人际传播,走进更多海外家庭,成为推动文化交流与经贸发展的重要桥梁。

(作者为中国旅游协会旅游商品与装备分会秘书长)

底部部分素材由AI生成
版式设计:王隼殊 解丹青