

老外爱上中国购物开箱视频——

“China Haul”为何成为新潮流？

本报记者 陈子涵

环球热点

“跟我一起开箱在中国买买买的成果”“中国俘获了我的心,还有我的钱包!”近日,China Haul(中国购物开箱)相关视频在海外社交媒体平台上兴起热潮。科技产品、国潮服饰、美妆好物、中医养生用品……堆叠整齐、几乎溢出屏幕的货品占据了视频封面。不少来华的海外旅客回国后纷纷晒出自己在中国购物的“成绩单”,梳理来华购物攻略,相关视频收获大量点赞和关注。

“China Haul”为何成为新潮流？

中国购物开箱视频里,藏着哪些新意?去中国旅行前需要准备什么?对于不少海外游客而言,答案是三个空行李箱。在不少海外博主的镜头里,购入的中国好物多到要用公斤来计量,拆箱时摊满整间屋子;还有博主连续发布视频展示购买的潮服配饰,将账号内容变成了“电子试衣间”。拉开行李袋、拆开快递盒,跟着博主的镜头逐一取出商品,聊聊选购故事与使用感受……近年来,以“Shopping Haul”为主题的开箱短视频长期活跃在海内外社交平台。与传统开箱视频相比,“China Haul”中国购物开箱热潮呈现出一些新亮点。

中国社会科学院大学品牌领导力研究中心执行主任刘慧表示,“China Haul”不只意味着“买得多”,更折射出中国商品出海在产品结构、传播路径上发生的新变化。

一方面,海外网友眼中的中国“好物清单”不断更新。口袋云台、运动相机、AI眼镜等科技好物,成为很多游客来华必淘的科技装备;设计感十足的国潮服饰、新中式鞋履成为海外年轻人追捧的“社交货币”;川贝枇杷膏、艾灸器具等中式养生产品,被海外网友亲切称作“东方神药”;风靡海外的国货美妆,更是催生了专属标签“C-Beauty”。

中国传媒大学编辑出版学系副主任白晓晴指出,这些走红海外的新潮国货,大多并非流水线量产的复刻品,而是融合技术创新与东方美学、承载文化内涵的产品。“China Haul”的出圈并没有为了迎合海外受众剥离自身文化属性。草本香皂、艾灸用具等产品保留了浓厚的本土色彩,反而成为一种稀缺的审美资源,赋予了商品独特的符号溢价。”

另一方面,国货走向世界的传播逻辑已经发生改变:由过去企业主动出海推介,转变为海外消费者自主发掘。刘慧解释,海外消费者来华亲身挑选商品,回国后通过短视频、开箱直播分享给本土受众,形成“体验—购买—分享—复购”的传播闭环。“消费者身份由此转变,他们既是买家,也是内容创作者与品牌传播者。”

除商品本身,“China Haul”视频还给海外受众带来全新观看体验。白晓晴表示,传统Shopping Haul视频重在展示个人购买力、审美品位,追逐主流时尚。而中国购物开箱更像一部跨文化探索微型纪录片。“博主扮演着文化探索者角色,他们展示的不只是商品本身,还有那些令海外受众感到新鲜的使用说明、包装设计。这种叙事回应了海外受众对中国文化的好奇心,将中国文化嵌入普通人的日常消费场景。”



▲外国游客在海南三亚大悦城购物。
李学仕摄(人民视觉)
▲外国游客在浙江省金华市义乌国际商贸城选购玩具。
张 鹰摄(人民视觉)

中国为何成为海外“扫货”目的地？

海外社交媒体上,来华扫货、开箱中国好物的讨论持续升温。大量海外网友自发制作购物攻略,除整理购物地图、退税流程、跨境物流指南外,还摸索出不少“扫货秘籍”。

澳大利亚博主莎拉分享了“人未到、货先至”的玩法——提前在电商平台下单,将商品直接寄到入住酒店,抵达后便可就地拆箱。还有博主探索出“旧衣换新装”的打包妙招——出发时行李箱装满旧衣物,抵达中国后将旧衣捐往回收渠道、清空箱体,再用未塞满采购的货物。

入境旅游消费数据与“China Haul”热潮相呼应。2026年上半年,办理离境退税的境外旅客数同比增长366%,退税商品销售额和退税额同比增长69%。从支付宝披露的数据来看,“十一”假期前4日,通过Alipay+合作钱包办理的平均单笔退税商品售价约7000元人民币。

中国为何成为海外“扫货”目的地?走进热门旅游城市的商店,挑选国风文创、定制传统服饰、与智能机器互动成为不少游客的打卡项目……不断创新的消费场景,让来华购物更有新鲜感。

白晓晴指出,当下中国产品在技术与设计理念上的持续焕新,正在逐步打破由早期国际贸易格局塑造的固有刻板印象。刘慧从供给端分析指出,依托国内完整产业链的快速响应能力,本土产业能够持续满足海外消费者个性化、多样化的采购需求,形成供应链、场景创新等综合优势。

与此同时,采购中国好物变得更加容易。“海外消费者是否选择从中国采购货品,取决于他们付出的综合交易成本。”刘慧指出,这一成本不只包含商品售价,还涵盖信息搜索、消费决策、支付结算、离境退税、跨境运输、售后服务乃至品牌信任建立等诸多环节。具体而言,240小时过境免签政策降低了海外消费者“来中国”的门槛;移动支付“外卡内绑”、“即买即退”流程不断优化扫清了“怎么买”的障碍;跨境电商、海外仓等数字和物理基础设施解决了“回国后如何复购”的问题。

“市场、政策、基建、服务形成合力,才让‘开箱中国好物’从少数人的尝鲜,变成海外社交平台的流行风潮。”刘慧说。

热词更迭中,“流量”如何变“留量”？

穿上汉服,在古镇街巷来一场文化深度游;打开手机软件,体验一次无人机外卖配送;带上行李箱,将中国好物打包回家……连日来,从“China Travel”“China Cool”到“China Haul”,社交媒体上关于中国的热词不断更迭,海外网友透过镜头,从最初“看见中国”,走向“体验中国”,再到如今“把中国好物收入囊中”。

白晓晴指出,热词的更迭,折射出中国议题在海外舆论场的结构性深化。海外受众与中国的互动关系,正从被动感知走向对中国生活方式的主动认可。“不少融入国潮纹样、非遗工艺的产品,成为海外网友‘China Haul’清单里的热门选择,体现出商品与文化价值的深度绑定。”

刘慧表示,随着中国热词不断迭代,其引发的乘数效应越发显著。以“China Haul”为例,海外消费者来华购物不仅带动产品消费,还会拉动交通、通信、文化体验等衍生消费。与此同时,开箱视频的发布还为中国品牌提供了低成本的海外口碑营销渠道和产品调研机会。“开箱视频是普通消费者基于真实体验形成的内容,从视频的点赞、转发、评论数据中,中国企业也可以了解海外消费者对产品尺寸、颜色、功能和价格的偏好,推动产品研发不断调整,将一次性消费尝试转化为持续的商品出口。”刘慧说。

热度持续攀升背后,如何将“China Haul”网络出圈沉淀为可持续的市场口碑?

“发挥好‘China Haul’的带动效应,需在多方面练好内功。”刘慧指出,要从“产品出海”转向“品牌出海”,以稳定的品牌定位、统一的视觉体系和完整的品牌故事,跳出“只有爆款、没有品牌”的困境;要守住质量与合规底线,吃透不同市场在产品认证、知识产权、数据安全等方面的准入规范;更要补齐售后服务,推动海外仓从存货仓升级为集退换、维修于一体的本地化服务节点。

白晓晴表示,“China Haul”的走红不能只停留在产品功能与性价比层面。品牌还应在设计与叙事中融入可持续理念、东方哲思等具有普适性的价值内涵,持续完善数字基础设施,让“China Haul”与更加便捷的消费体验、更加美好的生活方式紧密相连。“一个行李箱的分量,不在于装载货品的重量,而在于它向世界呈现了真实鲜活的中国。”

中国车企加速融入欧洲汽车产业生态

——访巴黎车展主办方负责人塞尔日·加绍

“短短两年,中国车企又上了一个台阶。如今,他们带来的不只是有竞争力的电动汽车,而是更加完整、多元的产品阵容。”巴黎车展主办方负责人塞尔日·加绍在2026年巴黎国际车展开幕前接受专访时说。

巴黎车展始于1898年,是全球历史最悠久、参观人数最多的汽车展会之一,每两年举办一次。今年车展于10月12日至18日在法国巴黎凡尔赛门展览中心举行,有来自欧洲、美洲和亚洲的60多家汽车制造商和100多家参展商参展。

加绍说,本届车展共有16家中国车企携25个品牌参展,包括零跑、比亚迪、小鹏、长安、东风等。与2024年上届车展相比,中国车企的产品布局更趋成熟。中国车企近年来不仅更加重视设计、车载技术和数字体验,在电池、续航、互联功能和驾驶辅助系统等领域也进步明显。

加绍表示,与上届车展时相比,一些中国品牌在欧洲的知名度和市场根基已明显增强,发展方式也从出口整车向本地化经营延伸,生产、研发、分销等环节逐步落地欧洲,加速融入欧洲汽车产业生态。下一步,如何进一步完善销售网络、提升品牌认知,把当前的增长势头沉淀为长期、稳定的市场根基,将成为中国车企需要解决的重要课题。

近年来,欧洲汽车市场也在快速变化。截至今年8月底,电动汽车占法国新车销量的30%,高于2025年全年的20%;在德国,这一比例达到26%,明显高于一年前的19%。“现在的关键是让电动汽车走向更广泛的消费者。”加绍说,消费者越来越看重使用成本、续航、充电便利性和基础设施,而舒适性、数字配置和软件体验也同样影响着消费者购车选择。

加绍表示,包括电动化在内,软件、人工智能、互联技术和自动驾驶正日益重塑汽车工业。本届巴黎车展将把这些变化带到真实体验中:试驾中心将提供约100辆试驾车、5000多次试驾机会,并安排自动驾驶体验。

技术加速融合,让中欧汽车产业有了更多合作交汇点。加绍认为,今天的汽车已经集成电池、电子、软件、人工智能、能源、充电基础设施和生产技术等多领域能力,越来越难以由单一企业、单一技术体系独立完成。智能驾驶尤其如此,需要汽车技术、传感器、软件、数据和人工智能协同推进。

“因此,合作潜力更多体现在中国和欧洲企业能否在整个价值链上整合双方的专业知识。”加绍说。采访中,加绍还提及今年4月参加北京车展的经历。他说,置身其中,更能直观感受到中国汽车产业的发展速度和规模,以及中国车企走向国际市场的决心。他尤其注意到,围绕更高阶辅助驾驶的产业生态正在形成,随着汽车承担更多自动驾驶任务,车内空间、舒适性和互联体验,以及工作、娱乐等新使用场景更加受到重视。

“这大概是我在北京印象最深刻的一点:我们不仅见证着一个行业的飞速发展,更见证着汽车设计理念本身的演变。”他说。

(据新华社电 记者崔可欣)

通州·全球发展论坛(2026)举行“明德战略对话”同日举办

本报电(徐培琰)近日,由中国人民大学主办的通州·全球发展论坛(2026),在中国人民大学通州校区举行。论坛以“中国发展与亚太共同体”为主题,来自40多个国家和地区的600余名政商界嘉宾齐聚一堂,共话中国发展新机遇,共商亚太合作新路径。

论坛提出了加快形成亚太知识共同体的“五点行动建议”,发布了系列研究成果,启动“全球发展倡议”国际研究联盟,聘任多位外国前政要为中国人民大学国际战略与发展委员会新任委员。

同日,由中国人民大学主办,中国人民大学区域国别研究院(重阳金融研究院)、中国人民大学全球领导力学院承办的“明德战略对话(2026)”在北京举行。论坛以“韧性 with 活力:中国发展给世界带来的新机遇”为主题。来自埃塞俄比亚、新西兰、波黑等10国的20多位前政要与知名学者,在调研上海、江西新余、浙江温州之后齐聚北京,围绕中国高质量发展与全球经济增长、完善全球经济治理与产供应链稳定、人工智能赋能产业创新等议题展开研讨。

埃塞俄比亚前总统穆拉图·特肖梅表示,中国经济展现出强劲韧性,高质量发展为全球经济增长与国际合作创造了新机遇。他认为,韧性不仅意味着抵御风险,更意味着在变化中不断适应、发展壮大。各国应深化务实合作,共享发展机遇,实现共同繁荣。

新西兰前总理珍妮·希普利表示,中国持续为全球经济增长作出重要贡献,也为新西兰等国家带来了切实的发展机遇。面对全球经济发展的不确定性,各国应坚持开放合作,发挥各自优势,共同开拓发展新机遇。

让女孩掌握自己的未来

10月11日是国际女童日。2026年联合国教科文组织女童和妇女教育奖颁奖仪式日前在法国巴黎举行。摩洛哥“翱翔项目”的“翱翔资源包”项目和国际关怀组织秘鲁办事处的“女孩机遇”项目获奖。这两个相隔万里的项目,有着一个共同愿望:让女孩通过教育获得塑造自身未来的力量。

联合国教科文组织女童和妇女教育奖由中国政府提议并资助设立,旨在表彰个人、机构和组织为推动女童和妇女教育所作出的杰出和创新贡献。

“从摩洛哥到秘鲁,获奖项目证明了一个简单却深刻的道理:当女孩们获得机会、支持和信心,能够自主塑造未来时,她们就能成为推动家庭、社区乃至整个社会变革的重要力量。”联合国教科文组织总干事阿纳尼在颁奖现场说。

对于摩洛哥“翱翔项目”创始人兼执行主任玛丽亚姆·蒙塔古而言,这份嘉奖“来得正是时候”。

蒙塔古说,这份认可让她“确信多年努力正在带来切实改变”,也激励她“继续努力为全球南方国家女孩创造更多机会”。更重要的是,这一奖项“为进一步推广经过验证的有效模式提供了重要契机”。

她表示,获得的奖金将支持项目拓展至摩洛哥更多社区,并通过增设健康教育课程等方式,让更多女孩得到帮助。

对今年的获奖者而言,这份荣誉让项目有了走得更远的底气;而对一些往届获奖项目来说,奖项带来的支持与认可已经转化为扎根更深的教育实践。

非营利组织“阅读空间”的柬埔寨分部2022年获得联合国教科文组织女童和妇女教育奖。柬埔寨分部负责人谢万塔表示,联合国教科文组织的认可增强了他在倡导女童教育,以及与合作、捐助方和国际合作伙伴沟通交流的信心和可信度,为项目拓展合作、争取支持创造了更多机会。

自2016年首次颁发至今,联合国教科文组织女童和妇女教育奖已评选出11届,共计22个获奖机构或项目。蒙塔古认为,这一奖项不仅有助于“使女童教育成为国际社会关注的长期优先事项”,还为各国分享经验搭建了平台,使“一地探索形成的解决方案能够为其他地区提供启发和借鉴”。

不止一位受访者提及中国女童教育实践带来的启发。中国“春蕾计划”于2023年获奖。秘鲁“女孩机遇”项目负责人米里安·卡琳娜·皮内达·胡拉多说,“春蕾计划”不仅支持低收入家庭女孩求学,还将数字技能、科学活动、心理健康支持和指导纳入其中。“这一做法很有意义,因为它表明,要确保教育的连续性,就必须以全面视角看待青少年的发展需求。”

“我们非常希望能够去中国访问,学习中国在女童教育与赋能领域的经验,并探讨如何进一步开展合作。”蒙塔古也欢迎中国相关领域代表赴摩洛哥,与“翱翔项目”的服务对象和工作者交流,实地了解项目实施情况。“我们之间有许多值得相互学习的地方,希望这能够成为持续交流的起点。”

(据新华社电 记者张百慧、吴傲雪)

环球掠影



环崇明岛国际自盟女子公路世界巡回赛第三赛段举行

近日,2026年环崇明岛国际自盟女子公路世界巡回赛第三赛段(崇西赛段)在上海市崇明区举行。图为参赛选手在比赛中出发。

吴 雄摄(新华社发)