值班主任:张晓霞 责任编辑:郭婷婷 新闻热线:(010)63376698 E-mail:zgxxbjjb@163.com

“中国购物开箱”走红,让世界看到活力中国

■ 新华社记者 邹雨沁 何晓

“你看,这是我刚买的皮质托特包和中国风挂饰。同类风格的皮具在欧洲也能找到,但在中国,款式迭代更快、选择更丰富,性价比更高。”近日,在北京王府井Songmont山下有松门店内,来自法国的独立设计师埃洛伊丝告诉记者。

“回国后我打算录制开箱视频,把这次购物体验分享给网友。”她说。

埃洛伊丝的经历,正是近期海外社交平台“China Haul”(中国购物开箱)热潮的缩影。“China Haul”,是指海外人士来华采购各类中国商品,并录制开箱分享视频的消费现象。据统计,仅TikTok平台上,“China Haul”相关视频播放量突破1.1亿次,网友热议,“人均三个行李箱来华爆买”成为标配。

一次购物、一段短视频,折射一股跨境消费热潮。越来越多海外消费者拖着空行李箱入境中国,满载好物启程返乡。一条条直观的短视频跨越语言隔阂,成为外界观察中国产业韧性、市场活力与开放红利的独特窗口。

“China Haul”为何走红?

“这不仅是因为许多中国商品实惠、好用,也因为外国消费者开始通过这些商品接触中国人的日常生活。一件新中式服装、一个潮玩,既富有传统审美,也反映了今天中国年轻人的消费趋向。”华东师范大学传播学院副教授吴畅畅说。

“过去,外界认识中国,往往依赖传统叙事;现在,游客和博主把逛店、试用、开箱的过程直接分享出来,展示的是更日常、更具体的中国,这种表达真实感更强,也更容易引起共鸣。”他说,通过社交媒体个性化表达,中国供给能力与全球消费需求进行了一次直接对接。

华东师范大学经济与管理学院文化与旅游系教授孙晓东则认为,快速迭代升级的产品和便捷的购物体验是“圈粉”海外消费者的关键。

不同于早年海外游客集中选购传统纪念品,今天“China Haul”的购物清单已经迭代,既有无人机、折叠屏手机等数码产品,也有国产彩妆以及泡泡玛特等潮玩产品。

不少海外消费者面对高通胀与生活成本压力,更加偏好相对理性、对抗品牌溢价的中国商品。社交媒体上,“China Cool”(中国又酷又凉爽)的趋势体现出对中国的“酷感”认同,“Chinamaxxing”(极致中国化)展现对中式生活方式的推崇。“从审美认同到功能认可,更为现代化、都市化的中国形象在海外受众心目中发酵,使得‘China Haul’的落地成为一种必然。”孙晓东说。

中国购物开箱,也成为中国产业升级、供应链响应速度的一次集中展示。早期,中国消费多与价格优势挂钩,如今,越来越多品牌门店、设计细节和使用场景出现在“China Haul”的镜头中。泡泡玛特的盲盒开箱、国产折叠屏手机的多功能演示、中国本土香氛的调香故事,成为海外博主聚焦的内容。

购买防晒衣、动漫卡牌、枇杷膏、六味地黄丸……外国游客来华不仅欣赏传统美景,也有了一套“消费流程”。从“打卡地标”到“扫货门店”,外国游客的动线正从传统景点向更多商业地标延伸。重庆光环购物公园的“沐光森林”室内植物园、佛山岭南新天地,也被一些海外消费者列入“China Haul”攻略。

有网友分享了带欧洲朋友在深圳华强北消费的经历。算一笔账可以发现:同款无人机在欧洲售价高出四成,如果加上离境退税,省下的钱相当于一张单程机票。

性价比之外,更深层的吸引力来自“选择密度”与“上新速度”。

在义乌国际商贸城,一款新设计从打样到上架最快仅需数日。借助AI工具,海外客户能够基本实现上午提需求、下午看样品。在深圳,消费电子供应链的响应周期以“周”计算,一款新功能的耳机从方案到量产往往只需一个多月。

产业集群与流通效率的叠加,是“China Haul”走红的底气。以广州狮岭的箱包产业带、广州白云的美妆代工体系为例,中国制造在细分品类上形成了强大的配套能力。一款包袋所需的五金、皮料、里布,在方圆几十公里内即可配齐;一款彩妆的配方到包材,也能在珠三角找到完整链路。这种“集群内闭环”压缩了中间环节的成本和时间,使品牌能更高效地推出新品。

与此同时,电商平台与物流基础设施的完善,让“来华扫货”更加便利。提前在电商平台下单、把货品寄往酒店,海外游客抵达后便可直接拆箱;返程时,也可通过跨境寄递,把在线下门店体验后购买的大件商品寄回家。“线下体验、线上复购”正成为“China Haul”延伸形态。

政策端的持续发力,则为“China Haul”提供了更多便利。

目前,中国已对多国实施单方面免签或互免签证政策,过境免签停留时间延长至240小时。离境退税“即买即退”服务全面推广,退税商店覆盖面不断扩大。数据显示,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%。

记者在采访中体会到,“China Haul”走红,印证一个朴素的道理——越是开放联通的市场,越能共同创造增量、共享发展红利。中国完备、富有韧性、充满活力的产业体系,既能在广阔的全球市场中释放潜力,也为联通内外市场、匹配多元需求提供坚实支撑。开放的中国向世界敞开怀抱,越来越多海外消费者共享中国好物,共创美好生活。

国际资讯

主要产油国决定12月维持产量不变

本报讯 石油输出国组织(欧佩克)日前发表声明说,7个“欧佩克+”主要产油国决定12月继续维持当前原油产量不变。

声明说,沙特阿拉伯、俄罗斯、伊拉克、科威特、哈萨克斯坦、阿尔及利亚和阿曼的代表当天举行线上会议,研判全球石油市场现状与前景。会议决定12月继续维持产量不变,与9月水平相同。

“欧佩克+”由欧佩克成员国与俄罗斯等非欧佩克产油国组成。今年4月至9月,主要产油国逐月增产,10月起暂停增产。

声明并未提及维持产量不变的原因,但有媒体报道,“欧佩克+”产油国仍在努力应对中东冲突造成的出口中断,因此在明年之前不会进行更多政策调整。

联合国报告显示全球生态系统正在恢复

本报讯 在联合国《生物多样性公约》第十七次缔约方大会(COP17)期间,多个联合国机构近日联合发布的一份报告显示,全球正在恢复的生态系统面积约为2.52亿公顷,但整体进展仍不足以实现2030年全球恢复目标。

联合国粮食及农业组织、联合国环境规划署、《生物多样性公约》秘书处联合发布《生态系统恢复进展报告》,对全球陆地、淡水、海洋和沿海生态系统的恢复进展开展综合评估。

报告说,“昆明—蒙特利尔全球生物多样性框架”提出,到2030年至少30%的退化生态系统应处于有效恢复之中,要实现这一目标,全球生态系统恢复规模需扩大至目前的约三倍。

美国个人消费支出价格指数涨幅升高

本报讯 美国商务部近日公布数据显示,美国9月个人消费支出价格指数同比上涨3.6%,高于8月的3.4%和美国联邦储备委员会2%的目标,为6月以来的最高涨幅。

数据显示,美国9月个人消费支出价格指数环比上涨0.5%,高于8月的0.3%,为过去半年以来最高涨幅。9月服务价格环比涨幅维持在0.3%不变,商品价格环比涨幅则从8月的0.3%提高至0.8%。

其中,9月汽油和其他能源产品价格环比上涨9.2%,明显高于8月4.4%的涨幅。扣除食品和能源后,9月核心个人消费支出价格指数同比上涨3.1%,高于8月的3%,环比涨幅则维持在0.3%不变。

美国9月个人消费支出环比涨幅为0.5%,而个人可支配收入涨幅仅为0.2%,这意味着美国居民财务状况在恶化。

欧元区三季度经济环比增长放缓

本报讯 欧盟统计局日前公布的初步数据显示,经季节调整后,今年第三季度欧元区国内生产总值(GDP)环比增长0.4%,欧盟GDP环比增长0.5%,增速均较第二季度放缓0.2个百分点。

从国别看,欧洲第一大经济体德国第三季度GDP环比增长0.2%,低于第二季度的0.3%;法国环比下降0.1%,意大利环比持平,西班牙环比增长0.6%。

数据还显示,第三季度欧元区GDP同比增长1.3%,欧盟GDP同比增长1.5%,分别高于第二季度的1.2%和1.4%。

加拿大央行上调基准利率至2.5%

本报讯 加拿大银行(央行)近期宣布将基准利率上调25个基点至2.5%。这是加拿大自2023年7月以来首次加息。

加拿大银行行长蒂夫·麦克勒姆在新闻发布会上说,鉴于通胀前景大幅上升,且经济表现出韧性,有必要提高基准利率,以降低能源价格高企可能蔓延并演变为普遍通胀的风险。未来可能需要进一步加息。

据加拿大银行当天发布的最新货币政策报告,多项指标持续显示加拿大经济中存在一定的供给过剩,通胀水平高于预期。报告预计,2027年大部分时间通胀率保持在3%或以上,随后在2028年年中回落至2%左右。

世界主要经济体数据

表1 世界经济年增长率

单位:%

	2024年	2025年估计值	2026年预测值	2027年预测值
世 界	**3.5**	**3.5**	**3.1**	**3.4**
发达国家	**2.0**	**2.0**	**2.1**	**1.8**
美国	3.0	2.3	2.3	2.3
欧元区	1.2	1.2	1.1	1.2
日本	0.1	1.2	0.7	0.7
发展中国家	**4.5**	**4.5**	**3.7**	**4.4**
中国	5.0	5.0	4.5	4.0
印度	7.2	7.8	7.0	7.0
俄罗斯	4.9	1.0	0.9	0.9
巴西	3.4	2.3	2.2	1.9
南非	0.5	1.1	1.0	1.3

注:1. 国际货币基金组织按照购买力平价方法进行汇总;2. 印度数据指财政年度数据。
资料来源:国际货币基金组织(IMF,2026年10月)。

表2 主要经济体GDP同比增速

单位:%

年度 季度	美国	欧元区	日本	英国	印度	俄罗斯	巴西
2024年	**3.0**	**1.3**	**0.1**	**1.0**	**7.2**	**4.9**	**3.4**
3季度	2.9	1.3	1.1	1.3	7.3	3.8	4.1
4季度	2.6	1.6	0.9	1.9	7.4	5.2	3.6
2025年	**2.3**	**1.2**	**1.2**	**1.2**	**7.8**	**1.0**	**2.3**
1季度	2.3	1.6	1.6	1.8	6.6	1.3	3.1
2季度	2.4	1.4	2.0	1.1	6.9	1.0	2.4
3季度	2.6	1.1	0.6	1.2	8.1	0.8	1.8
4季度	2.0	1.1	0.4	0.8	7.7	1.0	1.8
2026年							
1季度	2.6	0.6	0.6	0.8	8.6	-0.2	1.8
2季度	2.2	1.2	0.9	1.4	7.8	1.3	2.0
3季度	2.1						

注:印度年度数据指财政年度数据。
资料来源:各经济体官方统计网站。

表3 主要经济体制造业PMI

单位:%

年份 月份	美国	欧元区	日本	英国	印度	俄罗斯	巴西
2025年							
10月	52.5	50.0	48.2	49.7	59.2	48.0	48.2
11月	52.2	49.6	48.7	50.2	56.6	48.3	48.8
12月	51.8	48.8	50.0	50.6	55.0	48.1	47.6
2026年							
1月	52.4	49.5	51.5	51.8	55.4	49.4	47.0
2月	51.6	50.8	53.0	51.7	56.9	49.5	47.3
3月	52.3	51.6	51.6	51.0	53.9	48.3	49.0
4月	54.5	52.2	55.1	53.7	54.7	48.1	52.6
5月	55.1	51.6	54.5	53.9	55.0	48.8	49.1
6月	53.9	51.4	54.8	52.5	54.5	50.3	50.8
7月	53.9	51.9	54.5	51.9	53.5	50.7	47.5
8月	53.9	52.7	54.9	51.7	52.9	48.8	46.3
9月	55.9	52.9	54.1	51.9	55.1	49.8	44.8
10月	56.0	52.4	53.3	52.8	54.9		

资料来源:S&P Global。

表4 主要经济体失业率

单位:%

年份 月份	美国	欧元区	日本	英国	印度	俄罗斯	巴西
2025年	**4.3**	**6.4**	**2.5**	**4.9**	**7.2**	**2.2**	**6.0**
9月	4.4	6.3	2.6	5.0	6.4	2.2	5.6
10月		6.3	2.6	5.1	7.5	2.2	5.4
11月	4.5	6.3	2.6	5.1	6.5	2.1	5.2
12月	4.4	6.3	2.6	5.2	6.9	2.2	5.1
2026年							
1月	4.3	6.3	2.7	5.2	6.9	2.2	5.4
2月	4.4	6.4	2.6	4.9	6.7	2.1	5.8
3月	4.3	6.4	2.7	5.0	6.6	2.2	6.1
4月	4.3	6.4	2.5	4.9	6.7	2.2	5.8
5月	4.3	6.4	2.5	4.9	6.9	2.1	5.6
6月	4.2	6.4	2.5	4.9	6.6	2.2	5.4
7月	4.1	6.4	2.4	4.9	6.2	2.3	5.3
8月	4.1	6.4	2.5	4.7	6.1	2.2	5.3
9月	4.2		2.4		4.0	2.2	

注:受美国政府“停摆”影响,2025年10月美国失业率数据未公布。
资料来源:印度数据来自印度经济监测中心,其他经济体数据来自各官方统计网站。

表5 主要经济体消费价格指数同比涨跌率

单位:%

年份 月份	美国	欧元区	日本	英国	印度	俄罗斯	巴西
2025年	**2.6**	**2.1**	**3.2**	**3.4**	**2.2**	**8.7**	**5.0**
9月	3.0	2.2	2.9	3.8	1.4	8.0	5.2
10月		2.1	3.0	3.6	0.3	7.7	4.7
11月	2.7	2.1	2.9	3.2	0.7	6.6	4.5
12月	2.7	2.0	2.1	3.4	1.3	5.6	4.3
2026年							
1月	2.4	1.7	1.5	3.0	2.7	6.0	4.4
2月	2.4	1.9	1.3	3.0	3.2	5.9	3.8
3月	3.3	2.6	1.5	3.3	3.4	5.9	4.1
4月	3.8	3.0	1.4	2.8	3.5	5.6	4.4
5月	4.2	3.2	1.5	2.8	3.9	5.3	4.7
6月	3.5	2.8	1.6	2.6	4.4	6.0	4.6
7月	3.4	2.9	1.9	2.9	4.5	6.0	4.4
8月	3.4	3.2	1.9	3.1	4.8	6.3	4.2
9月	3.7	3.8	2.1	3.5	5.5	6.3	4.6

注:受美国政府“停摆”影响,2025年10月美国消费价格指数同比涨跌率数据未公布。
资料来源:各经济体官方统计网站。

表6 主要经济体进出口贸易

指标	美国(2026年8月,亿美元)	欧元区(2026年8月,亿欧元)	日本(2026年9月,亿日元)	英国(2026年7月,亿美元)	印度(2026年9月,亿美元)	俄罗斯(2026年8月,亿美元)	巴西(2026年9月,亿美元)
出口额	3152.0	2276.8	109722.5	500.6	444.0	409.3	344.2
同比增长%	10.7	9.9	16.7	3.4	23.0	27.8	12.9
进口额	4208.0	2437.9	115088.1	901.0	746.1	291.9	266.8
同比增长%	22.2	16.7	18.9	6.5	8.0	17.9	-2.4
净出口额	-1056.0	-161.1	-5365.6	-400.4	-302.1	117.4	77.4

注:美国为经季节调整后数据,包括货物和服务贸易,其他经济体数据为非季节调整数据,仅指货物贸易;欧元区数据不包括欧元区21国之间的贸易额。
资料来源:英国数据来自世界贸易组织,印度数据来自印度商业和工业部,其他经济体数据来自各官方统计网站。

国家统计局国际统计信息中心提供

社长:孙志强 总编辑:赵国华 值班总编:黄真 本社通信地址:北京市西城区月坛南街57号 邮编:100826 本报年度订价:298元 北京市报刊发行局发行 全国邮政局(所)均可订阅 广告发布登记号:京西市监广登字20170276号 广告热线:(010)63376707 发行热线:(010)63376783 人民日报印务有限责任公司印刷 地址:北京市朝阳区金台西路2号