

从“走马观花”到“文化沉浸” 外国游客何以热衷“中国游”？

身穿牛仔褲，佩戴墨鏡，逛完鼓樓再逛頤和園……近日，西班牙首相桑切斯携夫人现身北京景区，与中外游客在春光中不期而遇。这一幕迅速登上热搜，也让“China Travel”（“中国游”）更加火爆出圈。

数据显示，2026年3月，使用非中国护照预订国内航班数量同比增长21%。入境游持续火爆，为春日文旅图景增添亮色。韩国年轻人周末飞往上海，走进弄堂深处定制专属旗袍；外国博主在社交平台分享写汉字、打太极的心得；非洲游客在江西景德镇陶瓷工坊，体验千年制瓷工艺……

随着“中国游”的火爆，我们发现，外国游客的镜头不再只对准宏伟的地标建筑，也开始聚焦热闹的市场、悠闲的茶馆、喜庆的灯会和充满匠心的非遗工坊。地方文化不再只是入境游的背景，而是成为吸引外国游客、留下深刻印象并促使他们再次到访的“主角”。



声音

中国式体验 缘何全球圈粉？

◎ 邓随新

时下，从电子产品到文创潮玩，从汉服火锅到高铁中医，越来越多外国人走进中国、体验中国、爱上中国。一场从打卡观光到沉浸式生活的转变，正在全球游客中悄然发生。

中国式体验走红，红在真实可感的生活底气。过去很长时间，海外看中国，多是符号化的想象。如今，他们更愿意走进街头巷尾，触摸一个热气腾腾的真实中国。一句你好代“hello”，一身汉服漫步古城，一顿火锅品味人间烟火，一杯热水感受生活习惯，一次推拿体会传统智慧，一趟高铁见证中国速度。这些看似平常的日常，恰恰构成最有说服力的中国故事。没有刻意修饰，没有空洞说教，普通人的衣食住行、柴米油盐，就是最有感染力的文化名片。

中国式体验走俏，俏在软硬兼备的综合实力。外国游客宁愿超重也要带走的，不只是一件商品，更是对中国品质的认可。离境退税政策不断优化，通关流程持续简化，支付环境更加友好，服务链条日趋完善，让入境游更顺畅、更舒心、更划算。

中国式体验火爆，火在兼容并蓄的文化魅力。文化自信，从来不是孤芳自赏，而是美美与共。汉服之美承载千年文脉，非遗技艺彰显匠心传承，市井烟火蕴藏生活哲学，现代科技展现时代气象。古老与现代交融，传统与时尚碰撞，构成独一无二的中国气质。外国游客热衷体验中式生活，本质上是对一种文明形态的认同与欣赏。“成为中国人”成为网络热词，不是简单的身份模仿，而是对中国生活方式、价值理念、社会秩序的由衷认可。一种文明能够让他人向往、让人亲近、让人愿意融入，这便是最深厚的软实力。

中国式体验出圈，是开放中国与世界双向奔赴的生动写照。我们始终主张文明因交流而多彩，因互鉴而丰富。鼓励国人走出去看世界，也敞开大门欢迎外国朋友走进中国。免签朋友圈不断扩大，通关便利化持续推进，旅游全链条服务加快升级，目的只有一个：让世界更好认识中国，让中国更好走向世界。旅游不只是看风景，更是人心的沟通、文化的对话、情感的交融。当越来越多外国朋友把中国当作旅行首选，当中国式体验成为全球潮流，我们收获的，便是跨越国界的理解与友谊。

今天的中国，有山河壮丽的自然画卷，有绵延五千年的文明根脉，还有欣欣向荣的美好生活。外国游客爱上中国式体验，是时代的选择，是中国的魅力，更是开放的必然。面向未来，要持续优化旅游环境，不断提升服务品质，用心讲好中国故事，让更多人看见可信、可爱、可敬的中国。

现象 “中国游”热度持续攀升

来湖北武汉赏樱花，到山东济南观泉水，去江西婺源看油菜花……春暖花开之际，中国人入境游迎来新高峰。

4月14日，泰国宋干节“川西小环线+成都资阳重庆”国际旅游线路首发团抵达四川资阳安岳县，一场别开生面的文化体验之旅拉开帷幕。当天，旅游团前往安岳石窟·卧佛院景区。

面对宏伟静谧的石窟造像，泰国游客张朋海感慨道：“来到这里感觉很宁静。这里的石刻艺术非常令人震撼，造像刻得这么大，以前从没见过。泰国也有类似的造像，但跟这里的不一样，感受完全不同。”

自2024年3月1日中泰互免签证协定生效以来，成都和重庆已成为泰国人“China Travel”的热门城市。“但大多数游客只能二选一，很少把两地串联起来。而资阳正好位于成渝之间，区位优势独特，并且拥有安岳石窟这一独特IP。”此次行程的组织方、四川友好青年企业家国际交流中心主任贾强介绍，从成都的现代安逸，到资阳的精美石刻，

再到重庆的山水城市，一条很有吸引力的国际旅游线路正在形成。

“青田石雕远比我想象中的还要震撼，哪怕待上一周也看不够！”在浙江丽水青田县的石雕博物馆，西班牙游客伊格纳西奥赞叹不已。

近日，18名西班牙游客乘坐高铁抵达青田站，在站前合影留念时，用汉语齐声喊出：“你好，青田！”这是“华侨带你游中国——首站到青田”浙江入境旅游侨启全球联动机制于去年6月启动后，青田迎来的首批入境旅游团。

作为著名浙南侨乡，青田依托分布在世界146个国家和地区的38.1万华侨资源，开展全球文旅推广，并与海内外旅行社签约，打造了“欧洲—青田”旅游专线。两日行程中，游客们沉浸式体验了侨乡青田的非遗底蕴和优美的江南山水。这座浙南小城正以开放的姿态迎接世界，为“China Travel”与县域入境游高质量发展书写青田答卷。

近期，被称为“China Spa”的中式洗浴走红海外社交平台，越来越多外国游客涌入“中国24小时洗浴中心”。

发现 文化体验成为深层需求

中国不仅是拥有一处处静谧古迹的旅游目的地，而且已成为充满活力的“体验乐园”，吸引着渴望与文化深度联结的游客。

在陕西西安唐乐宫，每晚仿唐演出吸引六七百名外国游客，品美食、看演出、包饺子。在云南丽江，外国游客拜师学艺，体验非遗纳西族铜器制作技艺；在福建，外国游客戴簪花、刻影雕，感受地道闽南味……

中国旅游集团旅行服务有限公司新闻发言人张克雄表示，今年春节，入境游客订购文博类产品同比增长220%，情绪价值在地体验成为消费驱动力。

外国游客来中国，早已不局限于感受长城、熊猫、美食等传统符号，而是解锁更多元、更接地气的体验。

有分析称，自240小时过境免签政策实施以来，“China Travel”不再止于走马观花式的传统景点游，更成为一场深度感受中国文化、触摸中国生活的旅程。从“看中国”到“做一天中国人”，文化体验正成为入境游新引擎。

“中国24小时洗浴中心”就满足了外国游客“体验中国人生活”的深层需求。上海水

襄汤泉五角场店总经理杜辉辉发现，受社交媒体影响，外国游客在洗浴中心的消费有一些相似性。比如，超过80%的外国游客会选择中医助浴项目。“店内的中医助浴项目将经络疏通、穴位推拿等手法融入搓澡服务，将闻名中外的中医文化转化为一场放松身心的文化体验，很受外国游客欢迎。”

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院教授吴丽云认为，中国洗浴中心最核心的变化在于产品和服务业态的升级。功能性的转变才是吸引外国游客的根本原因。除了汤泉文化，源自中国百姓日常休闲的体育文化也圈粉不少外国博主。

近日，加拿大外教卡斯在江苏南京玄武湖晨练时随手拍摄的视频走红海外。镜头里呈现的是清晨6点玄武湖畔的景象：有人奔跑、有人打太极、有人划皮划艇……这些朴素的城市晨练场景，正成为跨越国界的传播热点，也让海外网友窥见真实中式生活的活力一面。

“美丽的社区，宛若仙境”“那位在双杠上的竟然是位老爷爷”“这是哪里？看起来生活很宁静”……在卡斯拍摄的视频下，不少海外

网友点赞、评论。“大家聚在一起运动、交流，那种氛围特别感染人。”卡斯说，南京浓厚的健身氛围也深深影响了她，在朋友的带动下，原本习惯晚起的她也加入了晨跑队伍，通过奔跑感受这座城市的澎湃活力。

如今，越来越多外国博主走进中国的街头公园、社区广场与城市步道。墨西哥博主“墨西哥毛豆”在北京公园里体验中式“晨练比赛”，看到中国人练太极、做引体向上和倒立后，不禁感慨：“我很佩服中国人对晨练和健身的坚持”。

来自哈萨克斯坦的阿布则在北京爱上了骑行。他说：“初到北京的第二天，我就被人们在街头骑行的景象打动。在中国，骑行已成为一种不分年龄、不分职业的流行生活方式。”他表示，比起景点，更打动他的是街头人们自在从容的状态。

从点燃各地民众参与热情的文化体验项目，到城市公共空间里随处可见的健身日常，这些热气腾腾的生活场景如今已成为外籍旅客“中国游”行程中极具烟火气的一部分。而他们的真实记录和分享，也正让全球网友看到一个蓬勃向上、充满活力的中国。

探索 实现从“流量”到“留量”的跨越

如果说入境便利化解决了“怎么来”的问题，那么让外国游客“留下来”并“沉进去”，则需要依赖配套服务的持续优化与文化产品的多元供给。

从导航APP上线多语言服务，到移动支付、即时通信不断优化，再到多个城市地铁支持境外银行卡“一拍进站”，外国游客自由行的障碍正被持续扫清。更深层次的变革则在于旅游模式创新迭代，传统的“打卡式旅游”正被“沉浸式体验”取代。

中国人民大学重阳金融研究院副研究员鲁东红称，这一转

变一方面源于中国文化IP在全球持续走红，不断激发海外游客深度探索的兴趣；另一方面得益于中国旅游服务供给日益多元化，带动外国游客愈发追求沉浸式、生活化的旅游体验，渴望触摸最真实的中国。

这背后，是中国文旅供给侧的深刻变革。各地不再依赖单一景区，而是深挖文化IP，推出“旅游+非遗”“旅游+研学”“旅游+体育”等融合产品。例如，四川峨眉山将武术体验融入旅游行程，让外国游客在山水间领略中华武术魅力；江西景德镇打造陶瓷研学线路，让外国游客感受千年瓷文化的底蕴。

同程研究院首席研究员程超功说，当深度游成为主流，中国人入境游的核心叙事逻辑逐渐从“景点”转向“体验”，中国人的生活方式、东方审美等借助社交媒体快速传遍全世界，为“中国服务”的品牌培育打

开了新局面。

“China Travel”不仅是一场旅行，更是世界感知中国的窗口，随着更多沉浸式产品和人文故事涌现，入境游将为中国服务业高质量发展注入动力。

中国旅游研究院院长戴斌表示，不仅仅是差异化的旅游资源，我们的美好生活也打动了海外游客，我们还要针对海外游客进行更加精准化的产品研发、市场推广。

推动“中国游”实现从“流量”到“留量”的跨越，我们既要深耕中华优秀传统文化，把自然景观与民俗风情、地域特色深度融合；也要持续优化服务供给，补齐配套短板；还要依托政策红利，不断培育文旅消费新场景、新业态，让中国的好景好物好服务，持续吸引世界目光。

（综合中新社、海外网、央视网等）

