

从“老外”到“老乡”，他们为何到中国过年？

新华社 杨湛菲 何磊静 陈爱平

农历丙午马年春节，中国大小城市的街头巷尾，一抹抹“中国红”映照下，出现了越来越多外国面孔：他们热衷于品尝特色美食，用生涩的中文向摊主道一声“新年好”；他们写春联、包饺子，开启“成为中国人”的“春节限定”体验……

在线旅游平台数据显示，春节假期入境游机票订单量同比大幅增长。外国客何以青睐中国年？



2月13日，外国游客在广东潮州体验英歌舞。(受访者供图)



丙午马年大年初一，雷纳和朋友在江苏苏州体验中国新春活动。(受访者供图)

追寻原汁原味中国年

头戴装饰、手持鼓槌、跟随鼓点节奏迈起舞步……来自西班牙的女孩珠莉脸绘油彩，身着英歌舞服装，在师傅的带领下舞得飒爽。

春节前夕，广东潮州古城百花台，在现场的热烈气氛中，珠莉第一次体验了“如此有力量、充满活力”的英歌舞：“我感受到了潮汕人对传统文化的热爱与传承。”

像珠莉这样“全身心融入”的外国游客，并不鲜见。今年春节，外国游客的足迹呈现出鲜明的“下沉、深入”特征。

——非遗体验是“必选项”。

夜幕降临安徽黄山宏村，来自挪威的视频博主帕克提着兔子灯、鱼灯，和天南海北的游客一起沿着古村石板路行走，眼中闪着兴奋的光：“身临其境感受鼓声敲响、灯光环绕、人们歌唱，和看视频完全不一样。”

花灯巡游、舞龙舞狮这样的节庆非遗展示活动，对外国游客吸引力非凡。

——县乡村是“新主场”。

湖南永顺的老司城遗址和芙蓉镇，迎来了体验土家新春的外国家庭；江西上饶望仙谷傩戏队伍中，老人们在“戴着神秘面具的舞蹈”中感受蓬勃的力量……

“在小城市，你会享受并越来越多地了解中国文化。”看完烧火龙表演，约旦博主“梧桐在南京”由衷感慨。

携程数据显示，2026年春节期间，全国12个县级市的人入境人次达到A级入境游城市标准，较2025年同期翻倍。

——深入生活是“好玩法”。

在上海外滩一家餐厅，亚美尼亚游客安雅品尝了龙井茶配卤花饅和各式茶饮等特色美食，赞不绝口：“每一道菜背后都有一段动人的故事，仿佛能带我走入对应的那片中国土地。”

来自斯洛文尼亚的雷纳则“打卡”了苏州一家拳击馆，他惊叹于春节假期中国年轻人对体育的热情，也刷新了对中国的印象。

文化魅力借政策东风“破圈”

越来越多的“老外”们被“Chinese New Year”(春节)所吸引。这场“国际春运”潮流，是便利化政策与深厚文化魅力共同作用的结果。

丙午马年第一天，中国对加拿大、英国持普通护照人员实施免签政策，中国单方面免签“朋友圈”至此增至50国，72/144小时过境免签政策适用范围持续扩大。

除夕抵达上海的希腊领队洛安尼斯对此感受深切：“免签政策让旅行非常方便，现在连纸质入境卡也不需要，在线上填好信息就可以。”

中国春节期间的旅行体验同样受到好评。

雷纳说，一开始还担心很多店铺像西方节日期间那样，

会停业或缩短营业时间，但中国大多数商场和饭店正常营业，还能点外卖。

此外，各地持续打造便捷的支付、语言、出行环境，在体育赛事、文化展演、购物餐饮等场景升级“游客友好”服务。

对于外国人来说，春节仿若一个“中国文化压缩包”，既能看到传承千年的古老民俗，也能通过“新年俗”一窥蒸蒸日上、活力涌动的当代中国。

“春节是一种低门槛、高沉浸的文化体验。”无锡市旅游行业协会会长吴国平认为，游客无需精通中文，只需站在街头，就能感受到节日的热烈氛围；包饺子、贴春联等活动简单易参与，还有助于理解“团圆”“祈福”的文化内核。这种“可互动、可拍照、可分享”的特性，非常契合当代旅行者的社交需求。

专家分析，从《黑神话：悟空》等文化类IP出圈，到新能源汽车、机器人等生活智能产品火热，加之春节申遗成功，越来越多与中国有关的IP火出国门，让更多外国人对中国文化产生浓厚兴趣，希望亲身感受一下中国人如何生活、如何过年。

构建中外共享的友好生态

马年春节，中国年味跨山越海、俘获人心。与此同时，传统节日在吸引入境游客方面仍有挖掘潜力。

世界旅游及旅行理事会预测，到2035年，中国国际游客消费将提升至约1.5万亿元人民币，入境旅游对服务贸易与消费升级的带动效应将持续增强。

商务部研究院国际服务贸易研究所入境旅游消费课题组研究表明，未来十年，我国有望成为全球入境旅游增长最快的核心市场之一，入境旅游目的地将进一步由沿海城市向内陆重点城市、区域中心城市乃至边境特色地区拓展。

受访专家和业内人士认为，可从增加优质旅游产品和服务供给、提升节假日市场运营能力和服务保障水平等方面入手，让本地居民与外国游客同享中国节。

近年来，入境游客散客化、年轻化趋势明显，自主消费时间增多，更追求个性化和高品质深度游。上海春秋国际旅行社(集团)有限公司副总经理周卫红表示，可鼓励旅行社将碎片化的节庆体验要素加入入境线路设计中，开展更多针对性参访、交流和现场互动活动。

吴国平建议，可搭建支持精细化消费的多语种互联网平台，一键链接交通、住宿、餐饮、购物、景点等服务端口，通过“导购”模式一站满足消费需求。同时，优化提升外卡消费、移动支付、外语翻译、数字导览、移动公厕等服务能力，提升整体消费体验。

最具体的中国故事，往往就是最动人的世界语言。在商务部研究院国际服务贸易研究所所长李俊看来，通过打造“可参与”的文化仪式感，构建“可对话”的情感连接点，营造“可延伸”的体验链条，中国传统节日的魅力将持续释放。

新华社 王默玲

这个春节，年味越发热气腾腾。以“00后”为代表的年轻群体正从“春节参与者”转向“年味创造者”，越来越多的年轻人从“被安排”变成“主动张罗”，让传统年过出了新花样。

小红书发布的《2026春节新趋势报告》显示，平台上“我是春节主人”话题曝光量超93亿，相关笔记发布量超过484万篇。其中，“00后”成为最期待过年、最主动创造年味的群体，占比高达45%。

“这是我从网上学会的创意菜，5分钟就用草莓和蓝莓做了一道金鱼形状、寓意‘年年有余’的创意果盘，成为了节日里我们家庭聚会餐桌上的一道亮眼的福气菜。”“00后”谢涵说。

从张罗年夜饭、采办新式年货，到“反向团圆”、追寻非遗年俗，记者在社交平台搜索发现，各种过节新形态涌现。

——“反向过年”成新趋势。数据显示，小红书“反向过年”相关搜索量同比猛增45倍，不少年轻人选择将父母接到工作城市共度春节，以更从容的相聚替代忙碌的应酬。多家旅游平台数据也显示，春节假期前一周从中西部城市飞往深圳、广州、上海、北京等地的机票预订热度较去年大幅增长，其中50岁以上客群占比较去年显著上升。

——年货消费透出年俗创新。这个春节，不少年俗在年轻人的改造中有了新的呈现。其中，网友们接力创作的“马尔福春联”，小红书笔记阅读量达10.23亿，引发海内外关注。

年货消费也被注入新内涵。刮刮乐、盲盒被纳入年货组合，车厘子、丹东草莓、零食大礼包等成为热门选择，薯片、果冻、螺蛳粉等被摆上餐桌。“我给侄子侄女准备了他们喜欢的盲盒挂件。”毕业工作第一年的许晶晶用自己的工资为家里增添了“新式年货”。

——“古法过年”受追捧。平台数据显示，春节期间，穿汉服拍全家福、逛花街相关笔记超过3000条，“非遗体验”相关笔记发布同比增长超640%，英歌舞、鱼灯、傩戏等非遗工艺与民俗，成为年轻人感受地道年味的体验主选项。

记者在社交平台上还看到不少年轻人返乡后为农村老人拍摄第一张新年照，引发了不少人的共鸣与参与。

过年的方式在变，但人们对团圆与情感共振的渴望始终未变。随着更多年轻人加入这场“年味共创”，“新年味”还将续写。

从『反向过年』到『年俗翻新』，『00后』把传统年过出新花样