

看世界·跨境旅游新动向

孙昌岳

马不停蹄中国年

丙午马年，骠跃昂首。当免签“朋友圈”扩容红利与“史上最长假期”相遇，一场跨越山海的双向奔赴由此开启。从口岸通关的人潮涌动，到离境退税门店的消费火爆，再到泰国、韩国等目的地的出境游浪潮，“马不停蹄”的跨境游热潮，不仅为全球旅游消费注入了新动能，更以鲜活消费图景，折射出中国大市场的强劲脉动。

春节跨境游之热，首先源自往来之“畅”。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，单方面免签“朋友圈”正式扩容至50国，这一政策与超长假期形成叠加效应，直接点燃了外国游客来华过年的热情。春节假期全国边检机关查验的131.3万人次入境外国人中，适用免签政策入境的达46万人次，较去年假期日均增长28.5%。数字的攀升印证着政策红利的充分释放。不仅入境游迎来井喷，中国公民出境游同样迎来黄金期，泰国、韩国、马来西亚等短程线目的地热度居高不下，中外人员双向流动的规模持续刷新，单日出入境通关高峰更是达到225.9万人次。从免签政策扩围到240小时过境免签的全域覆盖，从直航航线的加密到口岸精细化服务的升级，中国正以实打实的政策举措，向世界传递出“开放大门越开越大”的鲜明信号。

春节跨境游之热，还在于文化之“厚”。如果说政策解决了“进得来”的问题，那么文化则回答了“为何来”的追问。2024年年底，“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”被正式列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。这一传承千年的东方节日，从此成为世界级的文化名片，其蕴含的和合共生、团圆美满、辞旧迎新的价值理念，触动着全人类共通的情感追求。对外国游客而言，春节早已不是教科书上的抽象概念，而是一场可触摸、可感知、可沉浸式体验的文化盛宴：他们在景德镇的陶艺工坊亲手拉坯，感受非遗技艺的匠心；在泉州古城头戴簪花，体验闽南民俗的独特；在北京地坛庙会学写福字、品尝糖葫芦，感受最地道的中式年味。这些体验早已超越了简单的观光打卡，成为不同文明之间的深

度对话。而中国游客走出国门，也将春节的喜庆与温暖带到世界各地，包饺子、贴春联、舞龙舞狮的中式年俗，在异国他乡与当地文化交融碰撞，酝酿出别样的年味。文化的独特吸引力，让跨境旅游不再只是单纯的经济行为，更成为增进中外人民情感联结的纽带；而春节文化的全球传播，也让中国的软实力转化为推动跨境旅游发展的硬支撑，为旅游市场注入持久的文化动能。

春节跨境游之热，更归功于市场之“活”。如果说文化是引客来的“请柬”，那么市场的活力便是留住客的“磁石”。这个春节，外国游客的中国行，早已从看风景升级为“买买买”。中国消费市场的多元化与高品质，成为吸引他们的重要亮点。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%，这一增长势头在马年春节得到延续。2026年1月，北京首都机场海关核境外旅客离境退税申请单超7000张，总金额约1.25亿元。数字的背后是外国游客消费需求的持续升级。从过去追捧“便宜货”，到如今抢购国产折叠屏手机、智能家电、国潮文创，再到专门打听“春晚同款”人形机器人模型，外国游客的购物车变化，生动折射出中国经济的转型升级。春晚舞台上大放异彩的人形机器人，不仅成为科技网红，更带动了相关产业链的资本市场热度，科技与旅游的深度融合，催生出全新的消费场景；1.3万家离境退税商店的布局、移动支付的全域覆盖、外卡支付的便利化试点，让外国游客的消费体验持续优化。供需两端的双向发力，让中国消费市场的活力充分释放，而跨境旅游的火热，又进一步激活了市场的消费潜力，形成“旅游带消费、消费促产业”的良性循环，为中国经济的高质量发展注入新质动力。

更深一层看，这场双向奔赴的受益者远不止中国。春节早已从中国的传统节日，转变为撬动全球经济的“超级引擎”，中国大市场的磁吸效应，让全球产业链因“中国年”而转动。阿联酋的巧克力、泰国的榴莲，通过跨境物流网络摆上中国百姓的年夜饭桌；肯尼

亚渔民为抢抓春节档期，加紧捕捞黄金蟹；南非酒庄则优化产品结构，深耕中国春节消费市场。与此同时，中国制造的优质产品也借由入境游客的“行李箱”走向世界——国产智能设备、国潮文创、非遗手作，成为外国游客带回的中国礼物。这种双向的物质与文化交流，让中国与世界形成紧密的经济联结。中国既是全球优质商品的大买家，为世界各国创造就业与收入，也是优质产品与服务的提供者，为全球消费者带来新选择。在全球经济充满不确定性的背景下，中国春节消费的火热，为全球经济复苏注入了难得的确定性，生动彰显了中国经济与世界经济的同频共振。

当然，在跨境游市场火热的背后，也需要保持一份清醒的思考。从走马观花到下马看花，从打卡式旅游到沉浸式体验，中外游客的需求正日益多元化、个性化。如何让流量变“留量”、让网红变长红，成为跨境旅游市场持续发展的关键。当前，多语种数字地图、智能导航设备、一站式通关服务的推出，让外国游客的体验持续升级，但在景区国际化服务、文旅产品创新、小众目的地开发等方面，仍有不小的提升空间。唯有持续深耕服务细节，以科技创新破解语言、支付等出行障碍，以文化创新打造多元化的文旅产品，才能让跨境旅游市场的热度持续升温，让中国始终成为全球游客心

向往之的旅游目的地。

四海同春赴新程。马年新春的跨境游热潮，是中国开放、文化和市场优势叠加的必然结果，更是中国与世界经济互鉴、经济共赢的生动实践。中外游客的双向奔赴，奔赴的不止远方的风景，还有合作共赢的未来；春节市场的热辣滚烫，沸腾的不仅是消费的激情，更是全球共享的发展希望。在全球化的浪潮中，中国将始终以开放的姿态拥抱世界，以文化的魅力联结世界，以市场的活力赋能世界，让春节这一全球共享的文化符号，成为撬动全球旅游消费、推动世界经济发展的重要支点，为构建人类命运共同体书写更多温暖篇章。

脑洞

肖瀚

穿着“外骨骼”去遛弯

如果你玩过电子游戏《死亡搁浅》，一定会对主角那身行头印象深刻。作为游戏设定的末世背景下的“最强快递员”，他不仅能背着比自己体重好几倍的货物翻山越岭，还能与怪物近身肉搏。而之所以能做到这一切，是因为他身上那套充满机械感的外骨骼。

如今，外骨骼已经从游戏走进了现实。在国内，八达岭长城、黄山、泰山、杭州半山国家森林公园、五台山等多个景区均已引入外骨骼辅助登山租赁服务；在海外，美国、德国、日本等国的可穿戴设备公司也纷纷推出了自己的明星产品。美国市场研究机构Grand View Research数据显示，2024年全球外骨骼市场规模约为5亿美元，预计到2030年将达到12.5亿美元，复合年增长率超过16%。

不过，如果你以为穿上外骨骼就可以原地变身“超级英雄”，那绝对是想多了。别看游戏里穿着它能搬山填海，现实里的它，更适合的场合或许是“遛弯”。

实际上，外骨骼是一系列可穿戴机械装置产品的统称，按照应用场景可大体分为三类：其一为增强型外骨骼，原理是通过电机、液压或气压驱动，为穿戴者提供额外力量，典型应用场景包括工业、物流或军事用途；其二为康复型外骨骼，主要是通过预设程序或脑机接口控制金属构件，帮助行动障碍者恢复部分运动能力；其三为被动支撑型外骨骼，即通过机械结构分散人体负荷，常用于预防过劳损伤。

从技术角度看，最成熟的领域是第一类——增强型外骨骼。

这与外骨骼的诞生过程有不小的关系。外骨骼这个设想最初是由军事专家提出的，目的是服务于单兵作战。但专家们在研究过程中发现，更适合外骨骼的应用场景是救援。在灾害现场，救援人员既

不必等待巨大的工程机械前来开道，也不必担心笨拙的机械臂对伤者造成二次伤害，只需要一双加装了外骨骼的手就可以解决绝大部分问题。后来，这一设想又被拓展到工业与物流领域。

《死亡搁浅》里的外骨骼就属于这一类。该类别的最大优点是强，最大缺点是贵，而且越强越贵，越贵越强，几十万美元是“起步价”。电影《钢铁侠》中男主角托尼·斯塔克的那身行头也属于这一类。别的不提，就他胸口那个亮晶晶的核反应堆动力模块得花多少钱，你猜？

从社会价值角度看，最不可替代的是第二类——康复型外骨骼。

最近这两年，关于康复型外骨骼取得突破性进展的新闻特别多。根据媒体报道，美国上市公司Ekso Bionics的产品，可以通过脑电信号控制机械传动，帮助截瘫患者恢复行走能力。日本媒体也宣称，东京一家康复医院引入康复型外骨骼，帮助脊髓损伤患者重新站了起来，“颤巍巍地迈出了躺在床上10年后的第一步”。

从商业前景来看，最值得期待的则是第三类——被动支撑型外骨骼。我们日常生活中常见的消费级外骨骼基本属于这一类。

这就不得不说到中国企业的贡献了。2023年，一家总部位于上海、成立仅两年的中国科技企业极壳科技(Hypershell)在众筹平台Kickstarter上推出全球首款面向消费市场的外骨骼产品Hypershell Go。产品一经发布，就取得了不俗的市场反响，不仅筹集到了123万美元的资金，吸引了2600多名支持者，还成为当年Kickstarter平台的年度热销产品。

轻量化与低成本是消费级外骨骼最大的特点。目前，已经有中国企业将产品价格降到了“千元级”，重量也减轻到2公斤左右。不过，实话实说，其性能与增强

型外骨骼确实不可同日而语。

至此，终于聊到性能的落差了。人家搬山我遛弯，同样都是外骨骼，差距怎么这么大？这其实是因为，不同类型的外骨骼工作原理不同。

根据专业媒体报道，在外骨骼的世界里，是否“接地”是判断装备功能的终极标准。但凡那些功能逆天的产品，支撑结构都是直接连接地面的，力的传导主要发生在地面与金属构件之间，只要配上一个大功率电机，举起几百公斤完全是小意思。

反过来说，凡是没有接地的外骨骼，都只是人体辅助工具。比如，我们在景区租借的外骨骼大多由两组垫板组成，一组托着大腿，一组托着小腿，中间用小功率电机连接，并没有直接接触地面。本质上，它就像一个绑在腿上的“电动助力器”，可以托着腿向上抬，让你上山时没那么累；也可以减震，让你下山时膝盖没那么疼。

但如果你背起重物，它就不顶用了。因为此时的重量传导路径是这样的：货物压在肩上，压力顺着脊椎传导到骨盆、双腿、双脚，再传导到地面。此时，外骨骼能做的，无非是将压力合理分配给身体的不同部位，但货物的重量一斤没少，还得靠你自己肉身来扛。

另一个网友讨论比较多的问题是电机续航时间。目前市面上的消费级外骨骼续航时间大多集中在2小时至12小时之间。有网友担心，如果穿着这套装备爬山，搞不好爬一半就没电了，到时候不仅省不了力气，还得扛着死沉的电机回来。

但如果你只是个刚刚开始运动的“小白”，还真别嫌弃这个时长。请捂着肚子上的赘肉诚实地回答：以阁下的体能，真能熬到它没电吗？到时候，是你先“关机”，还是它？

在巴黎，今年的“年味儿”早早开展起来，庆祝形式多样。从机器人登台到法国人踊跃参与，再到博物馆、赛马场等法式空间融入节庆氛围，春节这一中国传统民俗在异国他乡焕发出别样的生机与活力。

2月1日，第四届“欢乐春节满巴黎·龙狮贺岁舞香街”巡游活动让巴黎香榭丽舍大街提前进入了“春节时间”。

细雨中，数万民众聚集在街道两侧。乐声骤起，中国企业宇树科技与法国INNOV8集团联合呈现的机器人方阵率先亮相，舞龙舞狮紧随其后。机械步伐与传统鼓点共振，为熟悉的春节元素注入新的视觉效果。巡游途中，机器人不时停步转身，与观众挥手互动，观众频频举起手机拍摄。

INNOV8集团首席执行官斯特凡·博博表示，将新技术引入春节庆祝活动，意味着春节这一传统节日并未停留在历史之中，而是“面向未来”。他认为，这场表演也证明法中科技合作正在开启新篇，双方能够携手共创精彩。

2月14日，巴黎中国文化中心举办一年一度的“走进中心过大年”春节主题开放日。人工智能互动体验、云冈石窟主题光雕秀等科技元素，与手工作坊、棋牌对弈等传统文化项目并肩登场。入口处，一只身披红色舞狮服装的机器狗“迎接”宾客，跳跃、摇头、招手、打滚……“人气担当”机器狗与参观者互动频频，引来笑声不断。

14日晚，巴黎20区政府礼堂响起悦耳童声。由中国驻巴黎旅游办事处举办的“欢乐春节·和声之悦”马年新春中法音乐会上，巴黎宝丽声合唱团倾情献唱。法国孩子们用略显青涩的中文演唱《茉莉花》《月亮代表我的心》等歌曲，在结束时合唱《友谊地久天长》。

舞台上，合唱团指挥伊丽莎白·特里戈身着绣有祥云图案的红旗，孩子们佩戴着海南黎锦丝巾。伊丽莎白介绍，合唱团近年来多次赴华演出，“我们努力创造机会，让孩子们亲身感受中国文化，加深彼此的友谊”。

随着春节逐步融入法国公共生活，越来越多法国机构用各种方式“迎新春”。

巴黎的一些博物馆已连续多年庆祝春节。21日，除了吉美、赛努奇等亚洲艺术博物馆推出马年特别活动之外，法国邮政博物馆也策划了春节主题展览。在讲解员的引导下，中国邮政信箱、中国邮递员服装以及法国邮政多年发行的生肖邮票等展品呈现在观众面前。

今年是丙午马年，法国社会的马文化同样深厚。11日，法国上法兰西大区尚蒂伊城堡庄园内举办了一场以马术表演为特色的马年新春晚会，优雅的法国传统马术与中国武术、英歌舞精彩纷呈。22日，巴黎万塞讷赛马场举行春节特别活动。赛场上，飞驰的骏马展现速度与激情；赛场外，中国美食烟火气升腾，舞龙舞狮人气爆棚。近万名观众共享一场视觉与味觉交织的盛宴。

作为尚蒂伊城堡的业主，法国研究院的常务总监格扎维埃·达尔科接受采访时说，庆祝中国春节意味着将中国视为“重要文化伙伴”。春节期间，法国多地一场场引人入胜的庆祝活动，让人感受到中国传统春节文化蓬勃的生命力，这些活动已成为加强中法文化交流和加深两国民间友谊的桥梁。

张百慧
崔可欣
孙毅

本版编辑 王一伊 美编 夏祎
来稿邮箱 gjb@jirbs.cn