

中国“好物清单”不断更新 海外网友摸索“扫货秘籍” 带三个空行李箱来华爆买 “China Haul”火了

“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。



外国游客在深圳大疆欢乐海岸旗舰店选购手持摄影设备。

新华社记者 梁旭 摄

“China Haul”为何成为新潮流?

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”(中国美妆)。

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制品,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,他们展示的不仅是商品本身,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。”

中国成海外“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,再用来塞满采购的货物。

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,国庆假期前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、与智能机器人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。

来中国前做攻略

一半是景点

一半是“必买项”

从“China Travel”到“China Shopping”,从“China Cool”(中国又酷又凉)到“Chinamaxxing”(极致中国化),再到今天的“China Haul”,近年来,一个个“China+”不断冲上海外社交平台热搜热榜,刷新着中国和世界的互动频率和交往热度。

国家移民管理局数据显示,今年国庆假期全国边检机关共保障1546.2万人次中外人员出入境,日均220.9万人次,较去年同期增长6.7%。

入境游持续升温,“带着空箱子来中国”的外国游客,硬是把“China Haul”刷上了海外社交媒体热搜,“人均三个行李箱来华爆买”成了很多“老外”的标配。

海外社交平台的一条条开箱短视频,是“China Haul”火爆的真实注脚:英国球鞋博主在广州东山口试穿中国跑鞋,连连惊叹“设计太疯狂”;葡萄牙博主对着镜头展示从中国带回的六味地黄丸,“求链接”在评论区刷屏;一位美国音乐博主的开箱视频里,无人机、手持云台、无线麦克风一字排开……

从一件件数码产品,到“一整箱中式生活”,“China Haul”的“好物清单”越拉越长:箱包鞋履、平价美妆、潮玩香氛……有外国博主说,来中国前做的攻略,一半是景点,一半是“必买项”。

在成都春熙路,俄罗斯游客戴安娜连连称赞:“来中国不仅通关流程高效,买东西也很方便。”在天津意式风情区,购买文创产品是不少外国游客的“必选项”。一位英国博主游览完天津后,感慨这里“好逛更好买,值得分享”。

热词,是最敏锐的时代刻度。

“China Travel”记录的是到过,“China Shopping”记录的是买了,“China Cool”与“Chinamaxxing”记录的是体验,而“China Haul”记录的是信任后的分享。

从看风景到买好物,从走马观花到深度体验,外国网友从被动“种草”到主动“安利”,一只只被撑得合不拢的行李箱、一件件让网友不吝赞美的“中国好物”背后,是一个更加真实、立体、充满活力的中国。

中国开放的大门只会越开越大,而世界,正在用一只只沉甸甸的箱子,为中国智造写下最真实、最温暖的评语。

综合人民日报海外版、新华社