

中国春节“点亮”世界夜空

透过春节，世界感知日新的中国

·韩梁

又是一年新春佳节。金猪送福，阖家团圆。这是全球华人心中最柔软的故土情结，也是来自民族文化深处的精神召唤。

中国春节 环球同庆

农历己亥春节，英国首相官邸唐宁街10号第一次贴上红彤彤的春联。首相特雷莎·梅一身红装，在春节招待会上亲手剪出“春”字窗花，在讲话中“向世界各地庆祝中国新年的人们致以最美好的祝愿”。

春节，这个全球近三分之一人口共同欢度的节日，呈现出越来越浓的“国际范儿”，在不同族裔、文化、地域间传递美好祝福，激发情感共鸣。

联合国秘书长古特雷斯、国际奥委会主席巴赫、日本首相安倍晋三……越来越多国际政要用中文拜年，送出新春祝福。从世界第一高楼迪拜哈利法塔展示春节灯光秀，到日本东京塔首次披上“中国红”，再到纽约帝国大厦连续第19年为春节亮灯，全球众多地标性建筑纷纷穿上“春节装”。

春节不仅是全球华人的温馨佳节，更日益走进海外民众的生活和心灵。“行走的年夜饭”带来“舌尖上的春节”，让华侨华人和海外民众尽享“中国味道”；“欢乐春节”携手全球近千家合作伙伴，在130多个国家和地区开展1500余场活动，让大城小城齐欢腾；观舞龙舞狮、看跨园春晚、逛春节庙会、赏冰雪飞龙，不论身处哪个时区，全球共度“中国时刻”。

英国白金汉宫教育发展事务主任阿利斯泰尔·洛马斯说，春节所展现的中国礼仪文化、庆祝方式正在全球获得认同和喜爱。印度工商部长兼民航部长普拉布说，作为承载中华文明的标志性文化符号，春节日益为全球民众熟知，这正是中国文化软实力的体现。

东西融通 美美与共

每逢春节，以亿为单位的“人类史诗级迁徙”让外国媒体啧啧称奇。《亚洲时报》报道，2019年春节将见证大约30亿人次出行，面部和语音识别技术、VR导航等黑科技让中国人的回家旅途更加安全便捷。

“过年回家”，让外国人看到中国人对家庭、亲情和传统习俗的重视。伴随中国开放大门越开越大和新技术的快速普及，中国春节更“混搭风”和“科技范儿”。

采购“洋年货”成为“新年俗”。波士顿龙虾、阿根廷牛排、智利车厘子，一桌春节年夜饭汇聚全球美食；法国葡萄酒、荷兰牛奶、泰国大米，“一带一路”上的全球尖货放进“购物车”。

出国过年成为新时尚。国内旅游机构预测，2019年春节出境游人数有望达到700万人次。为了吸引更多中国游客，各国纷纷拿出“新招”：意大利10多个旅游城市出租车开通支付宝支付；伦敦不少餐厅添置春节菜肴；泰国机场开设中国游客专用通道……中国人把浓浓的年味传递到全球各地，也把当代中国的科技创新、审美情趣和生活方式呈现在世人面前。

更丰富的春节“打开方式”，不仅创造商业机遇，更促进文化交流。迪士尼专门为中国春节设计电影海报；英国粉红小猪“佩奇”变身中国“网红”；俄罗斯人赠送生肖宠物“小香猪”……

融汇四海，通达五洲。新时代的春节新潮流，向世界展现中国人的广阔胸怀、文化自信与创新精神，带来中外生活方式的改变，促进美美与共的文化融通。

中国精神 温暖世界

对人间真情的坚守，对家国和谐的祝福，是春节包蕴的精神文化内核，更是人类共通的情感期盼。

英国广播公司的报道说，孔子留下的孝老尊长等道德准则至今依然塑造中国人的思想观念。在春节祭祀祖先、追思先人，是一种自省和传承。俄罗斯政治观察家德米特里·科瑟列夫认为，根植于中华民族文化的东方思维方式，正随华人向全球传播；何为家、何为国、何为正确的生活。

从中华民族的思乡思亲情愫，到不同民族、宗教、国家间的亲善之情，再到协和万邦、四海一家、天下大同的真诚心愿，春节文化，寄托着中国人追求建设更美好世界、构建人类命运共同体的使命感。

中国倡导的和谐共生、包容互鉴、合作共赢，为应对人类共同挑战提供启迪。从捍卫多边主义到推动共建“一带一路”，中国与世界携手共进的行动一以贯之。

透过春节，世界读懂中国符号，感知中国文化，体味中国精神，见证一个充满创造力、凝聚力和责任的文明大国。倡导命运与共的中国理念，将继续滋养中华民族生生不息，也将推动构建更美好的人类未来。



▲比利时布鲁塞尔，参观者在中国文化中心手持“福”字合影。2月4日，近200名来自欧洲各国各界人士及旅比华人华侨走进位于比利时首都布鲁塞尔的中国文化中心，体验上海戏剧学院师生打造“中国年·天下春”系列文化活动。



▲在伦敦，演员们在亮起红色灯光的“伦敦眼”前合影。



▲在东京，小朋友在东京塔下与舞狮演员互动。当晚，东京塔首次为庆祝中国春节点亮“中国红”灯光装饰。



▲在墨尔本，上千盏中国红灯笼将“蓝色小镇”舍夫沙万的老城装点一新。

中国驻阿尔巴尼亚大使周鼎致辞时说，“张灯结彩”是中国农历新年的重要习俗，不仅烘托了喜庆欢乐的节日氛围，也表达了人们对新的一年美好生活的期盼，祝愿中阿两国国

泰民安、中阿关系更加根深叶茂。在澳大利亚，悉尼中国文化中心2日晚也是一派欢乐的节日气氛，“欢欢喜喜过大年—巴蜀之夜”中国文化节品鉴活动在这里举行。

高悬的大红灯笼、随处可见的吉祥福字、迎宾大厅里播放中国风光纪录片、川剧表演《变脸》等，让中外来宾体验到浓浓的巴蜀情和中国年味。

热盼中国春节游客，这些国家出了“大招”

◆◆ 此次增加投资可以保证数以万计的中国旅游团来澳大利亚度过一段美好时光，并借助社交媒体吸引更多游客，包括自由行游客

澳大利亚：瞄准中国游客，增投1.1亿澳元

澳大利亚政府5日宣布对中国公民旅游目的地国家计划(ADS)增加1100万澳元(1澳元约合4.88元人民币)的投入，以吸引更多中国游客。

ADS签证是中国政府和目的地国家签署的一项双边协议。协议规定持这种签证的中国游客必须随旅行团进出目的地。澳大利亚1999年成为首批接受ADS签证的西方国家之一，目前赴澳中国游客中有约四分之一持ADS签证。

澳大利亚外交贸易部负责媒体联络的官员本·艾尔告诉新华社记者，增加的资金投入将主要用于监测旅游手续办理、服务质量以及在中国的营销。

澳大利亚旅游部门的数据显示，2017年至2018年度，赴澳旅游的中国游客达142万人次，消费超过110亿美元。

澳大利亚贸易、旅游和投资部长西蒙·伯明翰说：“此次增加投资非常重要，可以保证数以万计的中国旅游团来澳大利亚度过一段美好时光，观赏自然美景和野生动物，享受美食和美酒。他们把自己的经历分享到微信等平台上，又可以帮助吸引更多游客，包括自由行游客。”

泰国:免落地签证费政策延至4月底

2018年，赴泰国旅游的中国大陆游客达1035万人次，创历史新高。泰国国家旅游局预测，今年春节期间将有超过33万中国游客前来泰国，占所有外国游客总数的三成多，预计中国游客将消费超过100亿泰铢(约21亿元人民币)，占外国游客在泰消费的近四成。

为了向中国游客提供更好的春节文化体验，泰中两国政府部门于春节期间在泰国各地举办“欢乐春节”活动，来自黑龙江等10个省、市、自治区的13个文化团组在泰国各地举办演出和各种旅游推介活动。

为方便中国游客春节出游，泰国近期将原本于1月到期的免落地签证费政策延长至今年4月底，并进一步完善了电子落地签申请服务。

此外，目前泰国主要旅游目的地与中国各大城市均开通了直航，游客出行更加方便。

为照顾中国游客的旅游和消费习惯，泰国各地旅游景点如今都提供中文指示牌和中文讲解服务，商店也大多开通了微信、支付宝支付功能。

泰国国家旅游局的报告显示，2018年中国游客在泰消费额较前一年涨幅超过五成，中国游客在饮食上花销最高，其次是泰式按摩及水疗、文化古迹景点门票、海边休闲项目、夜间娱乐。

报告还显示，如今中国游客所到之处更多，旅游周期更长。除曼谷外，清迈、泰国东北部芭提雅所在的春武里府，以及南部海滩胜地甲米等成为较受中国游客欢迎的目的地。并且，很多之前较为冷门的地方也越来越见到中国游客身影。

泰国国家旅游局国际推广部主任妮迪蓬接受记者采访时说，中国千禧一代游客更偏爱体验式深度游，呈现出旅游花样繁多、消费层次多样、目的性更强的特征。

妮迪蓬表示，在出游方式选择上，来泰旅游的90后较为青睐自由行，但也不排斥跟团出游，但更多会挑选带有自由活动时间的半自助游线路。她说：“千禧一代中国游客的消费层次渐现多元化，对体验的追求更高。”

日本:引进微信支付，推出人工翻译

日本街头为中国农历新年的到来，增添了许多中国元素。商业街上纷纷挂起写有“春节”字样的大红招牌，上面还印着一个大大的倒“福”字，引得一位日本友人在朋友圈发出一组照片并配文惊呼“我到底在哪里？”

不仅如此，日本东京的地标性建筑东京塔除夕夜为庆祝中国春节点亮了年味十足的“中国红”灯光装饰。日本首相安倍晋三为东京塔点灯仪式发来视频，用中文“大家过年好”向日华侨华人拜年。

精明的日本商家早已做好准备，迎接春节期间大批中国游客的到来。

阿迪达斯日本公司发售两款中国新年特别款运动鞋，一款鞋面采用中国红并配以“福”字，另一款用红金两色刺绣出带有吉祥寓意的鱼鳞纹。

日本大型连锁超市永旺公司推出手机可视

翻译服务，超市服务员可通过手机联系后翻译人员，提供相应语言的实时人工翻译服务，以便海外顾客顺利找到想购买的物品。此外，照顾到中国游客的支付习惯，目前日本各大城市多数商场和药妆店等都引进了支付宝、微信等支付方式。

据日本观光厅统计，2018年赴日中国大陆游客达838万人次，比上年增长13.9%，创历史新高纪录。今年1月，日本进一步放宽对中国大学生和多次访日人群的签证申请条件。春节前夕加班赶签的日驻中国大使馆人员表示，今年中国游客赴日签证申请数量比上年增加了一至两成。

随着“日本游”逐年升温，中国游客的旅游消费方式也在悄然发生变化。与往年“买买买”不同，近来“深度体验游”“吃货型旅游”走红，中

国游客越来越看重赴日游品质及当地人文特色体验。

春有樱花夏有绿，秋赏枫叶冬滑雪，这已成为日本旅游的季节性符号。上野公园因鲁迅笔下的樱花而成为中国游客必到的东京赏樱胜地。记者欣喜地发现，即便在没有樱花的季节，也有越来越多中国游客走进上野公园，他们的目的地是公园周边的几大博物馆。

中国驻东京旅游办事处主任王伟接受新华社记者采访时说，中国游客对文化消费显示出更大兴趣，主题游、文化游成为中国游客特别是女性游客的赴日旅游新趋势。日本料理、茶道、花道等受到女性游客青睐，莺屋书店、鸠居堂、伊东屋文具店也成为中国游客“打卡地”，看相扑、参加日本民俗祭等则在小众群体中拥有影响力。