

## 春節假期粵入境遊訂單增40%

# 廣東景點年味濃 洋客新春樂流連

內地一連9天超長春節假期，讓年味濃郁的粵港澳大灣區人氣急升，不少外國旅客更專程來廣東「沉浸式過年」。攜程公布的數據顯示，2026年春節期間，廣東省入境遊訂單同比增長40%。在大年初一，廣東全省4A級及以上景區接待遊客近400萬人次，當中不乏金髮碧眼的外國面孔。19日，香港文匯報記者走訪廣州多個特色商圈和文化景點發現，不少外國遊客都是講求高效行程的國際旅遊「特種兵」。除了廣州外，這些外國旅客的目的地十分多元，還包括深圳、成都、上海、北京等城市，體驗不同地方的年味，「去中國過春節」儼然成為外國人感受中國文化的新風尚。

●文/圖：香港文匯報記者 盧靜怡 廣州報道

春節期間，廣州陳家祠景區前擺放着一匹以鮮花裝飾而成的「花馬」，吸引不少遊客駐足打卡拍照。走進景區入口，只見排隊入場的人群密密麻，蜿蜒人龍數度折返，幾乎看不到盡頭。在陳家祠景點售票處的德國旅客Tobias，拉着行李箱，遠望着長長的人龍感慨不已。「今天是我在廣州最後一天，本來想參觀陳家祠，沒想到中午票就已經賣光了。」他告訴香港文匯報記者，自己來自德國，目前在北京工作，此次趁假期來廣州短途旅行。「人真的太多了，我們準備轉場去永慶坊。」

### 德國遊客愛上飲早茶

Tobias表示，此行他會在廣州停留三天，並抽空到佛山玩一天。「我去了廣州塔打卡拍照，也看了大年初一的煙花，逛了花街和新春市集。整體感覺很好，氣氛很熱鬧。」他笑言，廣州、佛山等大灣區城市的美食十分出色。「我很喜歡早上飲茶、慢慢享用點心的生活方式，非常愜意。」

### 佛山景區配上英文導賞員

事實上，除了陳家祠外，廣州新春燈會、深圳華強北、佛山嶺南新天地、汕頭小公園等商圈景點，春節期間都可見外國遊客身影，他們正穿梭街頭巷尾感受年味。在佛山千年窯址南風古灶，景區特別策劃謝灶、醒獅、添柴加薪等新春節慶活動。為了照顧好外國遊客，該景區還特意增配了英文導賞員。「我們明顯感覺到，今年春節期間外國遊客變多了，除夕還有不少外國朋友來參加篝火晚會跨年活動。」佛山創意產業園相關負責人介紹，2026年春節假期前三天，依託創意馬路燈、劇本遊、篝火晚會、冷煙花燈光秀等多種特色活動，該園區日均客流7.12萬人次。

### 商圈迎外國客「掃貨潮」

不僅景區人氣旺，廣東各大商圈亦迎來外國旅客「掃貨潮」。香港文匯報記者走訪廣州天河商圈發現，不少外國遊客一家大小前來購物及體驗春節氣氛。在正佳廣場舉辦的大唐千燈會，以「燈會+廟會」的形式，吸引旅客參與「做一日唐朝人」等沉浸式活動。正佳廣場方面告訴香港文匯報，商場大年初一客流量同比增長26%，全場消費額同比上升21%。

### 希臘遊客：被春節人潮震撼

商場內，來自希臘的Konstantions與伴侶正邊逛邊拍照。他們自稱是中國「粉絲」，此前已三度來華，走遍上海、香港等城市。Konstantions表示，中國與希臘同樣擁有悠久歷史和深厚文化底蘊：「兩個國家都非常古老而偉大。」「這是我們第一次來廣州，一切都好新鮮，很興奮。」兩人坦言，今次來中國正趕上中國春節，被商場處處熱鬧的人潮所震撼。「人真的很多，但也感受到當地人的友善與熱情」。Konstantions表示將在廣州停留約三天，隨後前往成都，並計劃遊覽長江沿線城市。「我們很喜歡中國，這次春節之旅也是一次難忘的生日旅行。」

在商場一家玩具店內，來自加拿大的Judy正抱着兒子挑選玩具。他笑言自己是「廣州女婿」，趁春節帶太太和孩子回德過年，「這裏有太多值得看的地方，也有太多可以體驗的事情」。來自地拜的旅客Nasa則帶着兒子到廣州塔「打卡」，在廣州逗留約兩周。他表示，正考慮為親友選購富有中國年味的紀念品，「想把在中國感受到的春節氣氛一起帶回去」。



不少外國人特意來廣東感受大灣區春節年味。



在正佳廣場的海洋世界景點前，一對外籍夫婦帶着孩子來買票。

廣東全省4A級及以上  
景區接待遊客  
共1,471萬人次  
(2月15日至19日數據)

2月15日	接待遊客 142萬人次
2月16日	接待遊客 147萬人次
2月17日	接待遊客 399萬人次
2月18日	接待遊客 383.1萬人次
2月19日	接待遊客 400.3萬人次
其中，古驛道沿線重點區域	
接待遊客 86.0萬人次， 同比增長 5.9%	
紅色旅遊經典景區(13家)	
接待遊客 25.1萬人次， 同比增長 8.6%	
鄉村旅遊點及歷史古村落(100個)	
接待遊客 61.3萬人次， 同比增長 7.7%	
重點公共文化機構(80個)	
接待市民遊客 21.7萬人次， 同比增長 4.9%	

▲大年初三，來自德國的遊客Tobias(左)和友人在陳家祠前合影。

▼春節期間，廣東江門開平赤坎華僑古鎮人山人海。

香港文匯報廣東傳真



### 春節遊灣區 外國遊客這樣說

#### 德國遊客Tobias：

●我這次春節在廣州和佛山旅遊，我已經到了廣州塔附近散步、觀看煙花，以及逛市中心商業區和新春市集。整體感覺很好，氣氛很熱鬧。廣東的美食十分出色，而且種類很多，我很喜歡早上飲茶、慢慢享用點心的生活方式。

#### 希臘遊客Konstantions：

●我是中國的「粉絲」，此前已經三次來中國旅遊，走遍上海、香港、陽朔等多個城市。這次第一次來廣州，正好是春節，我們被龐大的人潮震撼，讓我們有點「不知所措」，但同時也感受到當地人的友善與熱情，整體體驗十分愉快。

#### 加拿大遊客Judy：

●我是一名廣州女婿，這次一家人回到太太的娘家，也在附近的商場四處逛，廣州十分繁華熱鬧，這裏有太多值得看的地方，也有太多可以體驗的事情，整體氛圍十分友好、包容。

#### 俄羅斯遊客Berry：

●春節期間我到了廣州塔散步，也去了北京路步行街、一德路的年貨街，真的紅紅火火十分喜慶。我還嘗試了喝本地人愛喝的涼茶，體驗很特別。我覺得這裏十分有煙火氣。作為一名老外，真的待到不願意離開。



●在廣州天河的正佳廣場，來自希臘的遊客Konstantions和伴侶在遊玩，他們是資深的「中國粉」。

## 北上遊古鎮 港客玩得盡興

農曆新年北上消費、短途旅遊持續升溫。大年初三，不少港人趁假期尾聲把握時間「快閃」內地，在開工前玩得盡興。在廣州番禺沙灣古鎮，一個來自香港的旅行團正穿梭古巷、打卡拍照。祖籍番禺的香港創意產業及科技創新委員會主席張建韜向香港文匯報表示，今年年初三隨40人香港食玩旅行團展開三日行程，先後走訪留耕堂何氏宗祠、非遺文化交流中心等，並前往寶墨園參觀，之後即日返港，準備年初四開工。

張建韜笑言，行程雖緊湊但充實。「由香港返鄉下番禺覓食，吃薑撞奶、鄉里包的糰，再遊寶墨園、張氏祠堂同包公廟，整個行程都很滿。」他讚賞寶墨園園區綠樹成蔭、設施完善，適合團體遊覽。「玩完即坐高鐵返港，剛好收拾心情迎接開工。」

除廣州外，位於江門的赤坎華僑古鎮今年亦迎來大批香港旅客及返鄉華僑。古鎮內百年騎樓在香港非遺花牌、竹編花藝及魚燈花燈等裝飾下，洋溢濃厚節日氣氛。景區負責

人告訴香港文匯報，今年春節古鎮邀請了香港禁作團隊進駐，在騎樓街打造「馬年限定」新春布置，並推出系列非遺演出與節慶活動，假期期間每日安排約120場表演，吸引不少港客到訪。

香港遊客郭女士表示，今次是首次到赤坎華僑古鎮，與約20位鄉親結伴同行。「這裏建築古色古香，年味很濃，很有特色。」她認為古鎮既有文化底蘊，又適合拍照打卡，整體體驗相當愉快。

## 美媒破防：中國竟在西方贏得人心

特稿

「中國竟突然贏得人心，尤其是在西方。」當美國《紐約時報》用這樣的語氣談論中國時，多少帶着幾分複雜意味。該報當地時間2月17日發文感嘆，從TikTok上流行的「極致中國化」(Chinamaxxing)潮流，到美國網紅扎堆來華打卡，再到NBA球星在少林寺冥想修行……「在越來越多的全球年輕人眼中，中國似乎突然變得更酷了。」這讓長期習慣於炒作渲染中國「威脅」「挑戰」的西方媒體有些措手不及。

### 「極致中國化」風靡西方

前段時間，英國廣播公司(BBC)等一眾西方媒體注意到一個有趣的網絡現象，西方年輕人在諸如TikTok這樣的海外社媒平台上，通過學習中國的養生方法來「變成中國人」，例如喝熱水、穿拖鞋、吃粥等。「極致中國化」突然風靡起

來，尤其是在美國中間。《紐約時報》也看到，美國知名網紅「甲元哥」和主播哈桑·派克(Hasan Piker)在中國旅行期間盛讚中國高鐵與城市夜景；NBA球星維克托·文班亞馬在少林寺閉關修行10天，回來後大讚這段經歷「對我幫助很大」；以唐裝為靈感設計的阿迪達斯運動夾克成為爆款單品；中國潮玩拉布布風靡全球。

### 美媒不得不承認中國吸引力

種種與中國有關的熱潮讓美媒破防，發問道「在過去幾十年的崛起過程中，中國在技術研發、供應鏈主導權和軍事建設等領域取得了顯著進展，但在贏得人心上始終成效有限，尤其是在西方。如今情況似乎有所不同，那麼，究竟發生了什麼變化？」

報道試圖找借口，聲稱「答案或許並不完全在

中國身上」，中國形象的提升或許與美國全球吸引力的下降有關，「民調仍顯示西方對中國整體觀感偏負面」。部分西方學者宣稱，當一些國家在尋求美國之外的「替代選項」時，中國成為最顯而易見的選擇。

但緊接着，《紐約時報》又承認，中國自身也有着不小的吸引力。美國未能在基礎設施等公共領域提供穩定、高效的服務，而對比之下，中國現代化、高運轉的高鐵系統對遊客來說更具吸引力。報道提到，近年來，中國為外國遊客赴華簡化手續，外國人來到中國後，「驚訝於日常生活的正常與便利程度」。

### 美年輕人不擔心華影響力超美

更讓該報破防的是，近期，多位西方國家領導人堅持訪華，推動經貿與文化交流，未來此類訪問或將更為頻繁。再考慮到之前美國試圖封禁

TikTok時，美國年輕人湧入中國另一個社媒平台小紅書表達抗議，讓美媒也不得不「擔憂」，以後美國若對中國採取強硬措施，國內的支持可能會下降。

美國智庫卡內基國際和平基金會最近的一項調查顯示，大多數美國人，尤其是年輕群體，並不十分擔心中國在全球影響力上超越美國。該智庫稱，這「令人懷疑美國公眾是否願意為維持高於中國的權力地位而承擔重大代價」。

美國《新聞周刊》認為，近期「浪漫化中國文化」的潮流需予以重視，因為儘管中美地緣競爭持續激烈，但這表明，年輕人中存在一種脫離緊張政治關係的趨勢。報道分析指出，對一些人來說，這一潮流標誌着美國被感知方式的轉變，「是年輕人尋找新超級大國的證據」。記者鄭振(Zing Tsjeng，音譯)在一則TikTok視頻中表示：「身為美國人，如今不再擁有和以前一樣的文化吸引力。現在在社媒用戶正轉向其他國家，比如中國。」

●來源：觀察者網