

4 国际 积累互信走出中美正确相处之道 中新旅游业深度联动

2026年2月9日 星期一

2月4日，国家主席习近平同美国总统特朗普通电话。习近平主席指出，美方有美方的关切，中方有中方的关切。中方言必信，行必果，说到做到。只要双方秉持平等、尊重、互惠的态度相向而行，就可以找到解决彼此关切的办法。这一重要表述，为推动两国关系沿着正确方向发展提供了根本遵循。

作为世界上最大的发展中国家和最大的发达国家，中美关系不仅关乎两国自身，也是影响世界经济运行和国际秩序的重要变量，牵动着全球目光。中美关系稳定，国际社会就多一分确定性；中美关系失序，世界就会承受明显冲击。

同时也要清醒看到，中美社会制度、发展阶段、历史文化不同，利益诉求和关切点存在差异，这是不可避免的。大国之间有分歧是常态，关键在于如何处理分歧、管控分歧。中美两国相处，关键不在于“有没有分歧”，而在于“如何对待分歧”。只要双方秉持平等、尊重、互惠的态度相向而行，就可以找到解决彼此关切的办法。

平等，意味着不以实力地位压人，不搞“教师爷”式说教，不以单边规则替代国际规则；尊重，意味着尊重彼此选择的发展道路和核心利益，尊重对方的制度与文化，不触碰红线、底线；互惠，则要求合作是双向的，对等的，是成果共享、责任共担，而不是一方得利、另一方承压。事实反复证明，只要做到这三点，中美之间再复杂的问题也并非无解。一旦偏离这些原则，分歧就会被放大，风险就会不断累积，合作基础也将受到侵蚀。

中美关系要行稳致远，关键在于互信，而互信的前提是信守承诺。互信不会凭空产生，而是在一次次具体行动中积累。中国一贯强调“言必信，行必果，说到做到”。在对美政策方面，始终坚持在既有共识基础上持续推进落实工作，以实际行动为中美关系注入稳定性和可预期性。但互信不是单方面的付出，而是双方共同的责任。如果一边强调合作沟通，一边却不断出台限制性、歧

视性措施，将经贸和科技问题泛安全化、政治化，互信自然无从谈起，合作氛围也难以维系。希望美方在具体事务中切实守住承诺，与中方相向而行，逐步夯实双方的信任基础。

2026年被国际社会寄予厚望，世界期待中美关系少一些对立，多一些合作；少一些不确定性，多一些稳定性。中国始终愿意同美方一道，在相互尊重的前提下加强沟通、管控分歧、拓展合作，推动中美关系稳定前行。希望美方也能以实际行动回应这一期待，把共识转化为稳定预期，把承诺落实到具体行动中。

新加坡旅游局近日发布数据显示，2025年前三季度，新加坡旅游收入达239亿新元，约合188亿美元，同比增长6.5%，创下历年同期最高纪录，也为全年实现290亿新元至305亿新元的预期目标奠定了坚实基础。2025年，新加坡国际入境游客人数达1690万人次，同比增长2.3%，当地旅游业已全面超越疫情前水平，进入提质增效、高质量发展的新阶段。

在新加坡旅游业强劲复苏的进程中，中国市场的支撑作用尤为突出。数据显示，中国大陆以310万人次的入境游客量，稳居新加坡第一大客源国，贡献旅游收入36.8亿新元，领先优势显著。紧随其后的是印度尼西亚和澳大利亚，分别以约240万人次、130万人次的游客规模，为新加坡带来20.9亿新元和15.4亿新元的旅游收入。这一组数据对比体现出中国客源的庞大体量与强劲消费能力，也印证了新加坡在中国出境游市场中持续稳固的热门目的地地位。

在东南亚国家旅游市场整体回暖的浪潮下，新加坡凭借城市国家的独特定位、基础设施优势与持续迭代的旅游产品体系，持续吸引高价值客群，而中国游客正是拉动其增长、优化客源结构的核心力量。

中新互免签证政策，被业内视为推动中国游客赴新热度攀升的关键因素。这一安排大幅简化出入境手续、降低出行门槛，让新加坡从需要长期规划的远程目的地，转变为中国游客便捷可达、说走就走的优选目的地，显著提升了出行意愿与实际转化率。该政策落地后，中新航线客运需求稳步回升，在2024年4月至2025年3月的财年内，新加坡航空集团（以下简称“新航”）往返中新两地的客运量突破了370万人次，既体现出航空运力的全面恢复，也凸显中国市场在新航长期布局中的战略优先级。未来，新航还计划进一步拓展中国二线城市航线网络，持续深化区域航空连接。

当前，签证便利化已成为东南亚各国争夺中国客源的重要手段。泰国、马来西亚、新加坡等均扩大免签范围，以提升入境便利性与竞争力。在区域政策竞争中，新加坡凭借与中国较早达成互免签证安排、稳定的双边关系以及成熟优质的旅游服务，形成明显先发优势，有效巩固了对中国游客的吸引力。

2025年新加坡旅游收入结构变化，既折射出全球旅游消费趋势转型，也反映出中国游客消费偏好显著升级。数据显示，2025年新加坡观光娱乐及博彩、餐饮两大板块收入同比均增长15%，成为拉动新加坡旅游收入增长的核心动力，这体现出新加坡正从传统的购物旅游模式，加速转向以文化、休闲、本地体验为核心的体验旅游模式。中国游客在这一转型中表现突



图为新加坡樟宜机场。（新华社发）

出，其中，餐饮消费同比增长19%，成为带动整体消费增长的重要引擎，越来越多中国年轻游客更注重文化沉浸、在地美食与特色体验，而非传统集中式购物消费。与此同时，2025年新加坡密集落地多场高规格文娱活动，直接带动票务、住宿、餐饮等相关消费，并借助社交平台广泛传播，显著提升了在中国年轻群体中的目的地热度。新加坡旅游局还针对中国游客的数字消费习惯开展精准营销，例如，联合支付宝推出主题推广活动，借助本土艺人影响力在中国巡演期间同步宣传便捷支付环境，有效强化了年轻客群与家庭客群的出行认知与选择偏好。

面对日趋激烈的东南亚旅游竞争，新加坡保持吸引力的核心在于构建了难以复制的差异化优势。按照新加坡旅游局“旅游业2040”战略规划，其目标是到2040年，实现470亿新元至500亿新元旅游收入，明确聚焦提升游客消费质量，而非单纯追求入境人数增长，重点吸引愿意为独特体验付费的高价值客群，并通过持续创新旅游产品、主题活动与沉浸式场景保持增长动能。这一质量优先的定位，与当前中国中高端客群追求品质化、个性化、深度体验的消费升级趋势高度契合。

作为区域航空枢纽，新加坡樟宜机场连续第13年获评“世界最佳机场”，2025年国际座位容量超4100万个，同比增长15%。截至2026年1月，近百家航空公司在樟宜机场运营每周超7300班定期航班，连通全球50个国家和地区的170多座城市，强大的航空中转能力不仅巩固了新加坡作为东南亚、大洋洲乃至欧洲重要门户



的地位，也为中国游客出行提供了高效便捷的选择。

展望2026年，新加坡旅游局已设定新目标：全年吸引国际游客1700万至1800万人次，实现旅游收入310亿新元至325亿新元。为实现这一愿景，新加坡正从航空、数字营销、产品供给等多维度深化中国市场布局；航空方面，新航计划持续扩大在华网络，重点加密二线城市航线，并将成都等重点航线由窄体机升级为宽体机，提升运力与舒适度；数字营销方面，新加坡旅游局与中国小米集团合作推出人工智能旅行规划工具，为用户提供定制化行程推荐；产品方面，新加坡将陆续推出万态雨林度假村、新加坡海洋馆扩建项目等全新景点，迪士尼邮轮“迪士尼探险号”也将以新加坡作为亚洲母港开启首

航，重点吸引中国家庭游客与年轻群体，进一步延长停留时间、提升人均消费。

总的来看，2025年新加坡旅游业的亮眼表现，为实现其“旅游业2040”战略规划中的长远目标打下稳健基础。坚持质量优先、体验驱动、创新引领的发展路径，新加坡将持续巩固其全球热门旅游目的地与国际航空枢纽地位。而中国作为其第一大客源市场，既是短期增长的重要引擎，也是长期战略的核心支点。

中新在旅游领域的深度联动，不仅带来经贸层面的互利共赢，更成为两国民心相通、人文交流的重要纽带。随着中国游客持续成为新加坡旅游业最重要贡献力量，双边在文化、教育、商务、航空等领域的合作也将随之深化，为区域稳定与共同繁荣注入持久动力。

从一座咖啡厂

走进位于河南省濮阳县的中国(濮阳)埃塞咖啡产业示范园车间，多台烘焙机隆隆作响，浓郁的咖啡香气在空气中弥漫。原料仓里，一摞摞封装在麻袋里的埃塞俄比亚咖啡豆整齐堆放。来自非洲的咖啡豆在这里被加工成干粉，销往中国各地并出口至日本、韩国、新加坡等地。

濮阳既不种植咖啡树，也不是沿海港口城市，但咖啡产业却发展得有声有色——这正是中非经贸合作不断深化的一个生动范例。

濮阳县先进制造业开发区管委会副主任俞萌说，当地积极推动企业与埃塞俄比亚、乌干达、肯尼亚等非洲国家建立咖啡贸易合作关系，打通非洲特色农产品进入河南的大通道；同时为企业对接郑州航空港“空中丝绸之路”、中欧班列等物流资源提供便利，降低国际物流成本。

2024年，中方宣布给予包括埃塞俄比亚等33个非洲国家在内的同中国建交的最不发达国家100%税目产品零关税待遇，这让以农产品出口为支柱的多数非洲国家受益。

“零关税提升了埃塞俄比亚咖啡在中国市场的竞争力。”埃塞咖啡出口企业AWO咖啡公司总经理特斯法耶·加布鲁说，中国是该公司咖啡豆主要出口目的地。近年来，除了自有农场的产量，公司还从当地散户咖农处收购咖啡豆，以满足日益增长的出口需求。

中国咖啡市场进入高速发展阶段，带动了咖啡豆的需求明显增长。

埃塞俄比亚咖啡和茶叶管理局副局长沙菲·乌迈尔表示，中国咖啡市场广阔，2023年中国为埃塞咖啡第七大进口国，2025年已上升至第四位。2025至

2026年，埃塞咖啡产量约60万吨，约有500万小规模咖啡种植户，全国超过2500万人从事与咖啡生产、加工和销售相关的工作。埃塞咖啡品控师埃斯金德·古安古勒说：“(咖啡)这份工作提高了我的收入，也改善了家里的生活条件。”

在濮阳，咖啡产业也带动了当地民生就业。筹建咖啡产业园区的汇川实业发展(河南)有限公司董事长王水永说，包装环节的工人80%都是附近村民，目前工厂总共带动当地百余人就业。“我们的工序多是细致活，适合当地女性就业。”他说，“另外我们在非洲也会聘用很多农民，种植和采摘咖啡豆。”

“收入相当可以。”负责咖啡外包装的工人刘伟霞对记者说，“在这上班离家又近，工作干着也不太累，还能照顾老人和孩子。”

小小的咖啡豆，在共建“一带一路”倡议和中非合作不断加深的背景下，架起了东非高原之国埃塞俄比亚和中原古城濮阳的桥梁——不仅带来了跨越山海的咖啡醇香，更带动了中非两地就业、激活了地方经济。

“相信未来将会有更多风味独特的非洲咖啡豆漂洋过海来到中国，带给消费者越来越丰富的体验。”王水永说。

外企新语

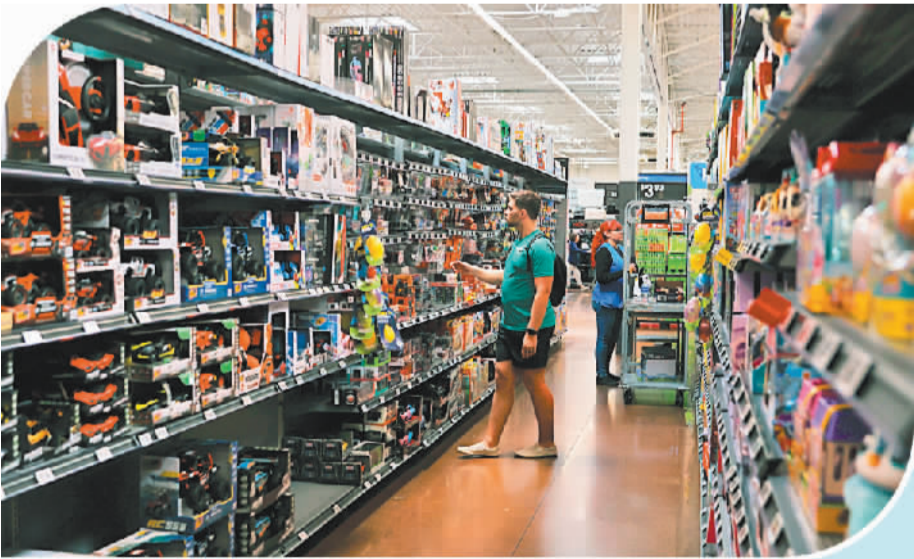
为何外企纷纷下场竞速即时零售

□ 孙亚军

即时零售正成为中国推动消费市场发展的新引擎，也为外资企业深耕中国市场带来新机遇。近期，不少外资企业推出针对中国市场的即时配送服务：瑞典家具零售商宜家家居于2026年1月在京东上线了即时配送服务，最快支持1小时内送达；全球零售巨头沃尔玛旗下的山姆会员店为适应中国消费新模式，已在多个城市推出“极速达”配送服务；德国轮胎制造商大陆集团在华打造快配模式，构建起轮胎极速送达服务体系……外资企业纷纷加速布局中国即时零售市场，不仅彰显了中国消费者对高效、便捷、数字化生活体验的新需求，更凸显出中国超大规模市场所蕴含的确定性与创新活力。

作为零售新业态、消费新模式，即时零售依托即时配送体系，致力于打造“线上下单，30分钟送达”的消费体验，满足消费者“即需即得”的迫切性需求，市场规模在万亿元级。商务部国际贸易经济合作研究院最新报告指出，2026年中国即时零售规模将突破1万亿元，预计到2030年将达到2万亿元，2026年至2030年间，年均增速将达12.6%。

即时零售成为消费新增长点，在中国国内引发激烈竞争，外资企业也看好这份“万亿级”大蛋糕。对于在华外企来说，中国新消费业态快速发展，消费需求日益多元，即时零售等新模式可以帮助外资品牌更有效地开辟“第二增长曲线”，以适应当下中国消费市场的新发展趋势和竞争环境。



值得关注的是，沃尔玛近日成为全球首家市值突破1万亿美元零售商，体现出零售业拥抱新技术新业态的重要性。沃尔玛股价过去1年上涨近26%，达到万亿美元市值的重要里程碑背后，是其在过去5年持续加码电商与新业务布局，不断提升配送效率与库存周转。以沃尔玛中国为例，其电商销售额占比已经超50%，近八成数字订单能够实现“小时达”。在业绩方面，中国市场表现尤为突出，持续领跑其他区域市场，这是沃尔玛业务增长的主要驱动力。

中国市场已经成为外资企业技术迭代、模式创新战略的支点。一方面，中国消费市场规模不断迈上新台阶，超大规模市场优势逐步显现。2025年，中国社会消费品零售总额规



模超过50万亿元，比上年增长3.7%，网上零售额比上年增长8.6%。另一方面，中国市场创新活力不断提升，以即时零售、直播带货等为代表的消费新业态新模式蓬勃发展，成为新增长动能。对于零售业来说，中国市场高效的物流配送体系、成熟的配套能力、快速发展的信息技术等优势突出，越来越多外资企业选择融入并

依托中国市场，提升全球竞争力。

展望未来，在中国提振消费政策效应加速显现、消费结构持续优化升级、新型消费场景进一步涌现等共同作用下，中国市场的消费潜力、活力还将不断释放，那些真正融入中国、深耕中国、依托中国的外资企业，将在这片充满机遇的热土上收获长期价值，共享发展红利。