

中国春节经济如何影响世界? (上)

中新社北京1月26日电 题：中国春节经济如何影响世界?

作者 陈波 华中科技大学教授、光谷自贸研究院院长

过去，一谈到“购物季”，许多人会联想到西方的圣诞购物季，对“黑色星期五”的热闹采购场景印象深刻。西方圣诞购物季之所以广为人知，除了西方国家自身经济繁盛的原因外，还在于其对外国商品进口的拉动作用，让世界都分享到圣诞假日经济的红利。

于全球华人而言，农历春节无疑是最重要的节日。然而，过去很长一段时间，由于中国消费水平在国际上相对较低，春节经济基本只在国内消化，与圣诞经济的影响力相去甚远。

时过境迁，如今中国国内生产总值

(GDP)规模稳居世界第二，人均GDP超过12000美元，已跃升至中等偏上收入国家行列。百姓收入的提升和对生活品质的追求也带来了消费的繁荣。普通家庭采购的年货已不再局限于吃、穿、用等基本生活用品，而是出现了明显的消费升级，高档消费品和舶来品所占比重日益攀升。中国春节也和西方圣诞节一样，逐渐变成世界性的节日，其经济外溢效应日益影响着世界。

中国春节经济的崛起，对世界经贸发展具有重要拉动作用。

在国内购物网站，“洋货下乡”“全球寻礼”“闪购全球”等各种春节促销活动令许多海外商家抓住了春节消费升级的商机，获利丰厚。以德国为例，春节消费使活跃于中国市场的德国品牌受益，汽

车、食品和化妆品等“德国制造”产品深受中国消费者喜爱。

除了将舶来品“引进来”，中国居民充分利用春节长假“走出去”的热情也不断高涨，不少国人开始享受“洋春节”的异域情趣。世界各国为了吸引中国游客，已将春节打造成国际性节日。

如澳大利亚悉尼是国际华人的重要聚居城市。为迎接中国农历新年，悉尼推出了一系列活动。如今每到农历春节，悉尼的唐人街就被红色、金色和粉色的喜庆颜色装点，显示出十足的春节“年味”。苏格兰的国家博物馆会在其屋顶上挂满独角兽和中国龙的灯笼，在农历新年的清晨唤醒还在沉睡的爱丁堡，提醒人们中国新年喜庆活动的开始。此外，一些西方国家城市还通过富有中国

韵味的水墨画展、双语同乐会、中国风音乐和舞蹈表演等形式迎接来自中国和世界的游客，共度新春佳节。

于世界而言，中国春节经济的崛起至少带来以下五大方面的深远影响。

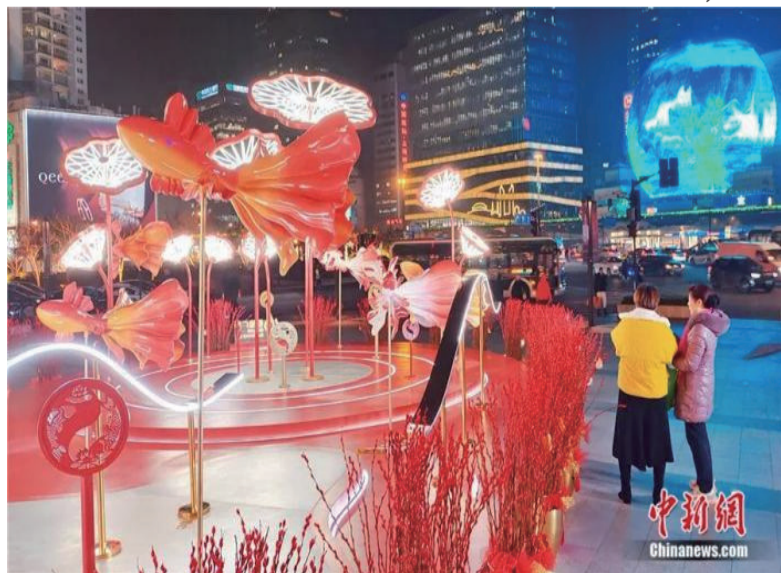
首先，全球购物季已开始呈现“圣诞+春节”模式。传统的西方购物节始于每年11月末的“黑色星期五”，至第二年元旦结束。而中国的春节购物季基本始于元旦，一直持续到农历正月十五(通常到2月上旬)。换言之，春节经济在全球的崛起将全球购物高峰拉长了一倍时间，有效地带动了世界需求，拉动了全球经济。现代宏观经济学之父凯恩斯认为“需求决定供给”。春节经济的新需求为全球创造了新供给乃至更多就业机会，使全球经济更具活力。

其次，增强了中国的“买方”地位。众所周知，中国改革开放40多年来的重要经验之一，就是出口带动型的经济成长模式的成功。中国在2009年取代德国，首次取得世界第一大出口国的地位，成了名副其实的“世界工厂”、全球市场上的最大卖家。

中国“卖方”领头羊的地位虽来之不易，但在全球市场上并不“讨好”。卖方国家抱怨中国的激烈竞争，买方国家则抱怨贸易逆差。因此，中国提出了“买全球、卖全球”的新型贸易发展策略。在打造以促进出口为导向的广交会品牌后，中国又组织了以进口为导向的“上海进博会”，成为世界瞩目的焦点之一。春节经济增强了中国的“买方”地位，在平衡贸易的同时，也让世界理解和适应中国在品质标准、文化习惯、行为偏好上的特点。

第三，改变了国际需求的结构特性和商业模式，愈来愈凸显中国特征。

随着中国民众生活水平快速提高，小康家庭越来越多地在“春节购物车”中放入3C类电子产品、国际美妆大牌、高档服饰以及充满异域特色的高价值产品，其中不少是舶来品。这



上海徐家汇商圈的春节灯饰。
陈玉宇 摄



镇守悉尼唐人街的守岁狗花灯。
陶社兰 摄