



从“神秘东方疗法”变为日常保健方式；规律作息、少熬夜、注重休息的中式生活节奏，被年轻人视为“自律高级感”。“午睡必不可少”，划重点“盖肚子”。这些贯穿于中国人生活日常的传统养生方式迎来了外国网友的认真践行。

随着热潮扩散，中式生活进一步延伸至文化层面：学包饺子、写汉字、贴福字、打麻将；中式简约穿搭、红色元素服饰成为潮流；中餐从“异域美食”变为日常选择，小笼包、面条、火锅成为全球青年的社交餐桌标配。

2025年年初中美网友在小红书上对线，2026年年初中外网友对中式生活聊得热闹。有外国网友询问“‘福’字怎么贴”，中国网友细细讲解，从谐音说到民俗；有的展示自己初次尝试包饺子的成果，卖相虽不理想，却收获众多中国网友点赞；还有的被春晚上的机器人表演吸引，感叹“中国人已经生活在未来”……

## 全世界同“屏”时刻

过去一段时间，不少TikTok用户因分享自己模仿中式生活而走红。无论做任何与中国相关的事，只要配文“你在我人生中非常中国化”，就会成为社交平台的“万能文案”；大量

海外生活博主专门开设“中式生活挑战”系列，把自家厨房布置成中式风格，挂竹帘、摆青花瓷碗，这些尝试透着一股认真和喜爱，让人有种热切的向往。

更接地气的中式生活，则通过一件件实用器物、一盘盘地道风味，走进全球家庭。TikTok上一条视频里，手艺人闭着眼睛就能编出凉席、簸箕、收纳篮，让外国网友惊叹不已，带动中国竹编产品海外销量增长；柳州螺蛳粉预包装产品已远销70多个国家和地区，不少网友表示：

“酸笋的味道一开始吓到我，后来却上瘾了。”美国美食指南网站EaterNY称，中式茶饮不仅受到海外年轻人欢迎，还搭建起文化交流的桥梁，让民众在品味茶香的同时，感受到中国“以茶会友”的传统。

越来越多外国人通过短视频看到中国城市整洁有序，公共交通高效便捷，公园里有跳舞的老人，街巷中有热闹的夜市，“这种模仿背后，是对更平衡、更有温度的生活方式的向往，人们在寻找一种让自己更舒服、更安心的活法，而中式日常恰好提供了最易践行的方案”。

文化和旅游部部长孙业礼在全国两会上指出，坐高铁、看无人机表演、体验中医推拿按摩等，穿汉服、喝热水、吃火锅成为来华旅游的标配，“成为中国

人”成为网络热词，这也体现了外国游客对中国的向往。随着中国科技、生活、文旅的全球曝光，海外青年对中国的认知，早已脱离陈旧标签。他们看到的是高效便捷的数字生活、安稳有序的社会环境、烟火气十足的日常幸福，这种可感知的美好成为吸引全球青年主动靠近的核心动力。相关数据显示，仅TikTok上#BecomingChinese的总浏览量就超过了50亿次，美国用户占37%，18—24岁的Z世代为主力军。

当全球越来越多的青年在TikTok上主动学习中国式生活方式、在现实中走进中国社会时，这已不只是一次网络潮流，而是一种代际选择，他们正在用关注与行动，重新界定21世纪全球领导力的标准。2026年2月21日，中国人民大学重阳金融研究院院长、全球领导力学院院长王文在美国《国际政策文摘》发表英文文章，指出“极致中国化”风潮，不仅是社交媒体上的新词，更是一种文化晴雨表，反映出在多极化世界中，人们对领导力的期待正在调整。“中国以民生改善、包容发展与互利共赢为叙事基础。年纪尚轻、未经历冷战且对渐进式改革耐心有限的年轻群体，随着这一代人成长，其偏好或将对全球权力格局产生持续影响。越来越多的全球青年，正在主动寻找答案。”[【民](#)