

丰富多元消费场景，激发实体商业活力——

来，“乐购新春”

王俊岭 刘博宁



活动密集，节庆氛围烘托到位

最近，北京地坛公园内的银杏大道悄然发生了变化：道路两侧的树干“穿”上了色彩斑斓的“毛衣”，印着“招财进宝”“马蹄吉”等不同主题。树梢上，挂满了一盏盏亮红的灯笼；道路旁，简易铁架勾勒出一个个摊位的轮廓。不久之后，这里将成为北京新春消费的好去处。

“我和老婆刚领完证，今年在北京过个新婚年。”在北京工作的谢灿说，最近手机上总能刷到各种“乐购新春”活动的介绍和推送。“北京春节前后很多地方都有市集，比如地坛庙会、沙河大集等，我们计划都去打打卡！从街头吃到街尾，糖葫芦、羊肉串、卤煮火烧……很多地道的特色小吃都让我们十分期待。”

针对消费者春节前后的旺盛需求，不少地方开始着手组织相关活动，为“乐购新春”造势蓄力。

有的主打视觉冲击。“行花街”的民俗起源于广东广州。今年春节，广州各区纷纷使出“浑身解数”，为人们带来新潮年俗体验。比如，海珠区滨江西路花市设特色企业展区，引入机器人写春联等趣味科技互动；花都区打造“鱼跃祥池”主题花市，首次增设观赏鱼展销专区，精心打造吉祥锦鲤互动区，让市民沉浸式体验新春乐趣；番禺区花市将上演无人机障碍赛、动漫巡游等精彩活动，让潮玩元素与传统花市激情碰撞……

据广州市商务局副局长吴伟华介绍，为落实商务部等9单位“乐购新春”春节特别活动部署，广州各大商圈积极对接“羊城消费新八景”的“行花街·花样广州”主题，推出特色新春消费场景，融合岭南民俗与国际潮流，打造沉浸式消费体验。

有的聚焦舌尖满足。流水席是一种中国传统宴席形式，宾客随来随坐、佳肴接连上桌，轻松热闹、烟火气十足。在不久前获评“世界美食之都”的福建泉州，菜色丰富、体验多元的流水席成为今年“乐购新春”活动的重要“卖点”。

“从正月初一到正月十五，我们今年春节期间将会参与泉州全市10多个点位的流水席制作，而且每个地方的流水席菜单都不一样！”泉州外烩餐饮行业协会副会长兼秘书长何萍萍告诉笔者，相比于往年，农历马

年春节期间的泉州流水席将加大非遗菜品和国家地理标志产品的供应力度，让外地游客和本地消费者都能获得全新体验。同时，主办方还针对古镇、老街、集市等不同场地的特点设置方桌、长桌、圆桌，确保消费者线上报名后，能够灵活选择就餐环境。

还有的解锁互动体验。春节期间，天津市东丽区万达广场以“宠物新年派对”为主题的系列活动直击日益增长的宠物消费需求，备受市民期待。

“正月初五是‘宠物新年派对’活动的关键一天。当天，我们准备了两场趣味互动。一是‘宠物财神巡游’，主办方将会邀请顾客带着爱宠参与，为宠物换上喜庆的财神装扮，一起巡游送福；二是大型‘萌宠飞行棋’游戏，消费者和自家宠物通过掷骰子共同完成挑战，赢取特色奖励。整个活动围绕宠物主题进行氛围布置。”东丽万达广场市场经理魏源说，活动现场将联动多家优质商户，进行主粮、零食、趣味装饰等全品类宠物用品一站式展销，希望通过这种温暖、有趣的主题场景，进一步活跃气氛、促进消费。

小朋友在江苏省南京市举行的“乐购新春 苏品苏货”年货大集上观看糖画。

苏 阳摄
(新华社发)

近日，新疆维吾尔自治区泽普县举办“乐购新春·金马送福”年货节，以节庆消费带动县域商贸经济提质升级，活跃新春消费市场。

张 昀摄(人民视觉)



诚意十足，红包多多聚集人气

除了精心布置场景、用心组织活动，真金白银的“消费红包”同样是各地“乐购新春”活动聚集人气的重要手段。

3米多高的彩灯、亮红喜庆的中国结、印有“一马当先”“马到成功”的招贴画……进入2月份，浙江宁波第二百货商店的年味明显浓了起来，客流量显著增多，商家以实打实的让利展现诚意。

“我们今年准备了满减、满赠、抽奖、情景剧、非遗展演等多种活动吸引消费者。”宁波第二百货商店营销部经理马杰告诉笔者，在满减活动中，店里将在“乐购新春”活动期间推出“满1000减200”“满2000减400”“满5000减1000”的让利活动，消费者可以获得宁波市海曙区商务局和商场共同出资补贴的电子消费券；在满赠活动中，商场根据消费者实际消费金额，按照1万元、2万元、3万元3个

档位分别向消费者赠送礼物。同时，商场还将举办“有奖发票”抽奖活动，发票奖金设置为5元至800元不等。

广西柳州家居建材博览中心有限公司董事长李明亮说，今年春节将全程紧扣广西2026“乐购新春”消费季和“柳州迎春消费嘉年华”等活动来开展促消费工作，从春节前到3月份持续发力，把民俗年味活动和家居消费优惠结合。“春节后，我们还将推出9.9元抵999元家具消费券，不管是买单件家具还是全屋置家都能用。”

商务大数据显示，截至2月5日，2026年汽车以旧换新补贴申请33.5万份，带动新车销售537.7亿元。笔者发现，优惠及补贴活动对很多想添置大件的消费者来说很是受用。

在辽宁大连工作的陶灵峻2025年添了二胎，家里换了更大的房子。装修完后，正准备置办空调、沙发等大件电器和家具。他盘算着，春节期间带着家人去青泥洼桥等商圈好好逛逛。“有关部门在‘乐购新春’活动期间鼓励商家促销。”陶灵峻算了一下，像冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器这6

大件，只要买一级能效的产品，就能在商家所有折扣之后再享受最终售价15%的政府补贴，一件最高能补1500元。“国家搞活动、商家冲业绩，这是出手购物的好时机！”

“家里那辆老轿车跟了我们15年，今年全家想着换辆新能源汽车。这个春节假期，我最大的计划就是拉着爱人一起去市里那几个大的汽车园和品牌店里转转。”家住河北石家庄的李青洁说，如果自家的旧车符合条件走报废更新流程，买新能源车最高能补2万元；要是选择把旧车卖掉置换，买新能源车也能享受新车价8%的补贴，最高1.5万元。“这笔钱是实实在在的！从我目前了解到的情况看，‘乐购新春’期间商家优惠力度只会更大。我打算货比三家，争取过完年开着新车去上班。”李青洁说。

多方协作，更好激发消费潜力

国家统计局数据显示，2025年，社会消费品零售总额规模超过50万亿元，达到501202亿元，比上年增长3.7%，增速比上年全年加快0.2个百分点。在这个基础上，今年激发消费潜力需要各方形成更强大的合力。

动员更多力量——重庆市南川区东街是知名的网红打卡地。今年，为了迎接春节消费旺季，当地做足了功课。“过去，春节期间各商户基本是自己搞活动，主题较为散乱。今年，区委、区政府统一部署、投入资金为商户搭台，组织举办‘南川请你来过幸福年·年味东街’等促消费活动。其中，既有特色农产品大集，也有板凳龙舞、莲箫、三句半等‘文艺快递’展演。”南川区东城街道灌坝社区党委书记杨勇说，不仅如此，南川“好邻居社会工作服务中心”还组织100余名志愿者走上东街，为过往行人熬制油茶、书写春联、提供帮助。

融合线上线下——据抖音生活相关负责人介绍，今年“乐购新春”活动期间，抖音生活服务联合中央广播电视总台、老字号协同创新中心、中国烹饪协会及多地商务和文旅部门发起“心动团圆饭”活动。活动通过明星推荐、商户联动、专场直播、南北年夜饭挑战赛等方式，带动春节线下消费。“7场特色直播，覆盖北京王府井、上海豫园、广州塔、徽州古城等知名地标，通过形式多样的线上互动，将‘团圆’二字从屏幕里延伸到城市烟火中，激活线下餐饮消费。”该负责人说。

增加开放元素——2月5日，“购在中国，乐在湖北”新春国际消费季在湖北武汉启幕。在活动现场的显眼位置，全球好物市集汇聚了130多家境内外企业，涵盖尼泊尔文创、西班牙火腿、卢旺达咖啡、突尼斯橄榄油等来自全球各地的特色商品，精准兼顾国际范与烟火气，让消费者在家门口即可畅购全球。与此同时，湖北省商务厅还为入境旅客准备了“湖北离境退税消费地图”。手持这份贴心指南，境外来华消费者可以畅购湖北好物、轻松掌握退税攻略，及时获得从语言服务到支付便利的全方位优质体验。

福建厦门市民张子怡表示，春节要带娃去感受特色文化。今年，她注意到厦门市中山路上的“千年非遗秀”，有民俗展演、骑楼音乐会等，鼓浪屿每天平均也有两场音乐会。“政府和企业合力把活动办得这么丰富、有品质，我们也特别乐意带着孩子去参与、去消费，让这个年过得充实又开心。”

“‘乐购新春’活动热闹，让春节假期的内涵变得更丰富。它不仅仅是发消费券、商场打折，更是营造一种便利、舒适、让人愿意走出去体验和消费的整体环境。比如，我大年初四准备飞北京，跟几个朋友约好了直奔崇礼滑雪。这种‘说走就走’的轻松，得益于铁路部门‘雪具便利行’服务。我现在也更愿意在冬天随时开启一趟滑雪之旅。”来自湖南的孙瑾容说。

市场人士预计，“乐购新春”将成为2026年开年消费的一个新高潮。纵观全年，随着提振消费政策深入实施，居民消费能力不断增强，消费多元化场景创新发展，消费市场扩容提质态势将持续巩固。

旗袍搭西装，马甲缝刺绣——

穿上“新中式”过大年

祝莹晰 徐佩玉

春节临近，在各地商场和成衣市场，“新中式”服饰成为年货消费中的一抹亮色。

在山东省临沂市华丰国际商贸城，一家“新中式”女装店铺近期客流明显增加。店主姜女士和丈夫冯先生经营这家店铺已有数年，他们感受到近两年消费者的购买需求正在发生变化。今年春节前，店里主推的是改良立领上衣和可叠穿的“新中式”外搭，“这几款颜色淡雅，既适合过年，也方便日常穿着。”姜女士介绍。

穿着旗袍搭西装、马甲配上精美刺绣……从“好看”到“好穿”，“新中式”成为春节穿搭新选择。

90后孙女士说，今年春节前，她打算为自己挑选一件“新中式”马甲。“‘新中式’上衣搭配牛仔裤，不仅过年穿合适，节后上班穿也不突兀。一直非常喜欢‘新中式’服饰，随着款式越来越多样，我日常穿着‘新中式’的次数明显变多了。”她说。

另一位消费者李女士有类似感受，“我比较

喜欢穿改良旗袍、戴发簪，去家庭聚会、拜年，都比较得体。”这种介于正式与休闲之间的风格，正是“新中式”服饰吸引消费者的主要原因之一。

还有消费者认为，“新中式”之所以吸引人，并不完全在于其古典特性，也是用更现代的设计，把东方美学里的意蕴融入日常生活。

近年来，国潮相关服饰消费持续增长。相关数据显示，2025年，我国国潮服饰市场规模超过2000亿元，“新中式”女装是其中增长较快的细分品类之一。

从消费行为上看，“新中式”正在从阶段性热潮转变为可持续的消费新趋势。近年来，中式文化频频成为消费热点，在国际体育赛事和文娱场景中，也常见球员、明星身着唐装、中式外套亮相的画面。李女士表示，相比“快时尚”，她更愿意为有文化底蕴、不过时的设计买单，“‘新中式’这类服饰更具有长期价值。”

随着“新中式”服饰持续升温，市场需求也

在不断升级。“现在很多顾客开始关注面料、版型、整体设计等，不只看图案是不是国风元素。”从业者冯先生提到，“以前觉得加个盘扣就是‘新中式’，现在消费者的需求和审美水平都提高了，市场正在倒逼商家提高设计和工艺水平。”

在制造端，新技术推动面料革新，提升穿着体验。例如，有公司打造了全真丝壮锦提花生产线，解决了传统壮锦厚重的限制；又通过改良面料织造工艺和面料后处理工艺，让马面裙更容易打理。

2025年11月，工业和信息化部等部门发布的《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》提出，到2027年，消费品供给结构明显优化，形成10个千亿级消费热点。国潮服饰是其中之一。工业和信息化部副部长谢卫生表示，这些领域已展现出强劲的增长势头和巨大的发展潜力，让消费市场呈现出多元化、活力化等重要特征。



春节临近，消费者在山东省青岛市即墨服装市场选购中式服装。

张进刚摄(人民视觉)