

2026年全国春节文化和旅游消费月启动
将发放超3.6亿元消费券

本报讯 1月29日,文化和旅游部在福建省泉州市启动2026年全国春节文化和旅游消费月,组织各地围绕春节假期开展文旅消费惠民活动。消费月将从1月底持续至3月初,其间各地将围绕年俗、演出、展览、冰雪游、避寒游、亲子游等热点,推出丰富多彩的应季文旅产品和活动,举办约3万场次文旅消费活动,发放超3.6亿元消费券等消费补贴。

(新文)

A

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

新春走基层

开栏的话:2026年是“十五五”规划开局之年,也是在新征程上迈出坚实步伐的关键之年。轻工业作为关乎民生冷暖、承载消费活力的重要领域,其健康发展直接体现着经济社会发展的温度与质感。马年春节将至,年味渐浓,人们餐桌上的丰盛、衣饰间的光彩、家居中的新意,每一个细节里,都折射出轻工业的蓬勃生机与创新脉动。

基层在哪里,群众在哪里,新时代的中国故事就在哪里。即日起,本报开启“新春走基层”栏目,将走进群众生活、消费市场、生产车间,倾听基层的声音,记录他们如何以匠心雕琢产品、以智慧赋能产业、以奋斗点亮生活,共同见证轻工业如何装点千家万户的美好生活,为“十五五”规划开局之年描绘出温暖而明亮的底色。

电子年货:数字时代里的年味变革

□ 本报记者 闫利文/摄

随着春节脚步临近,年货市场迎来了一年一度的消费热潮。然而与过往不同,在数字时代中成长起来的年轻一代,正在悄然改写传统年货的定义。当长辈们还在为置办水果、坚果、生鲜、糖果等产品而忙碌奔走于各大集市和商超时,年轻一代的购物车里已悄然装满了音乐会员、视频会员、游戏皮肤和数字红包封面等“电子年货”。

从实体走向虚拟,从物质延伸至体验,电子年货正成为年轻人春节消费清单上的新主角。

“自我中心偏差”重塑年货消费

“我每年都会来线下店看看有没有特别亮眼的实体红包,但今年我计划给家里每个人都准备不一样的‘红包’,仪式感满满。”2月1日,在北京市东城区百荣世贸商城准备购买红包的“95后”张晓华告诉记者,“传统的实体红包要买,年轻人之间互相发的线上红包封面也要抢。”张晓华说,从1月1日开始,她就留意各种免费红包封面,并尝试自己制作了一些。“前段时间在小红书上看到有人售卖定制的红包封面,要比免费领取的更让人眼前一亮,准备再单独花十几元购买带家人姓名的红包封面。”张晓华笑着说。

像张晓华这样的消费者还有很多。记者注意到,在小红书平台上某款售价6.88元的马年微信红包封面已售出超过3000件,网友评价中多提到“炫酷”。除此之外,有网友在社交平台上分享了各种免费红包封面和付费红包封面的交流贴,不到一天的时间,收藏、点赞、评论数量就过百。还有网



图为消费者在选购实体红包。

友分享其年货清单:AI定制拜年文案、定制电子红包封面、游戏皮肤、“电子榨菜”(购买一个月视频会员)等。还有网友表示,购买了双人联机游戏,准备在春节期间与老朋友“线上守岁”。

《2025 Z世代情绪消费报告》显示,超9成青年认可“情绪价值”,并以不同方式寻找“精神靠岸”,近6成青年愿意为情绪价值买单。从青年目前的消费心态来看,选择“快乐消费,为情绪价值/兴趣买单”人群占比为56.3%。

年货转变背后,是年轻一代独特的需求与心理。原解放军总医院第三医学中心医学心理科心理医生、国家二级心理咨询师史宇指出,由于心理学上的“自我中心偏差”,人们送礼时

往往倾向于选择自己认为好的东西。而年轻一代,正是将自己所熟悉和青睐的数字生活方式,作为“好”的礼物分享出去。他们追求的是一份与众不同的新意和贴心合意的体验。

在便捷与真情间找到平衡点

当电子年货成为新风尚时,其带来的不仅是便利与新潮,也引发了关于情感表达深度与节日本质的思考。如何在享受数字便捷的同时,守护传统节日中那份质朴而珍贵的人情温度,成为摆在年轻人面前的新课题。

史宇表示,传统实物年货会有分量,拎着大包小包送礼特别有仪式感,但也会出现一些负担。尤其是食品

类,会出现重复收到带来储存上的负担,以及用不完过期的焦虑。电子年货刚好戳中年轻人的新需求:不想被实体年货的繁琐折腾,又想有过年的仪式感。尤其是对异地过年见不到面的朋友而言,用数字礼物不仅能拉近双方的距离,还能选自己喜欢的样式,体现个性,快速刷出“懂彼此”的社交好感。

这种便利性也需要消费者做好在情感输出上的平衡。史宇提醒,电子年货的风险,并不在于形式本身,而在于可能导致的“过度依赖”。如果将过节简化为“购买与发送数字礼品”的流水线操作,甚至将礼物的价格直接与心意的重量划等号,那么节日情感就可能被异化为冰冷的消费行为,人际关系也有滑向“花钱换人情”的浅薄交易的危险。

如何避免让便捷流于敷衍?如何让数字礼物承载真情?

“关键在于如何让数字礼物具有个人温度。”史宇建议,“简单的个性化备注就能大幅提升礼物的情感价值。过年的核心是彼此的关心与团聚的温暖,不是礼物的价格标签。在发送视频会员时附带一句‘送你会员,过年宅家慢慢看’一起线上看个春晚”等,简单的言语能让冰冷的链接瞬间充满个性化的暖意。”

此外,史宇提醒,消费者要给“电子年货”消费设置理性的边界。因为数字礼物单价往往不高,购买极其方便,更容易引发冲动消费。要避免被商家的宣传带偏,比如“限量红包封面才够年味”,其实有没有这些,过年的心意一点都不少,要根据自己的需求选择,别因为商家制造的“焦虑”而乱花钱。

为旅客节省了大量的时间和精力。而且,随着高铁票价的逐步优化,性价比也更具吸引力。

不仅如此,短途旅行和跨城市旅游市场逐渐火爆,旅行需求的大幅回升推动了新的出行方式的兴起,例如“高铁+短途租车”等组合方式成为了不少人的选择。

当智慧交通的普及、绿色出行的推广以及民众对春运文化认知的变化,未来的春运或许不再仅仅是人流的汇聚,而是一个更加智能化、多元化、绿色化的系统。在这样的大背景下,春运不仅仅是一次传统的“返乡潮”,更是社会、科技与环境共同进步的一个缩影。

春运变迁为我们展现了未来出行方式的无限可能。在这场大迁徙的背后,我们看到了经济社会在现代化进程中的坚定步伐,也感受到了科技赋能时代下的春运新面貌。

截至目前新国标电动自行车投放量超一百六十五万辆

电动自行车行业迎来新国标时代
高质量发展成未来主旋律

□ 本报记者 史晓菲

截至目前,中国自行车协会31家重点会员企业已获得748张电动自行车新国标CCC证书,新车型投放超165万辆,目前已有276款新车型面向消费者销售。这是近日中国自行车协会副理事长兼秘书长郭文玉在北京召开的“2026新国标电动自行车宣传推广活动”上给出的数据。随着《电动自行车安全技术规范》(GB 17761—2024)的正式实施,电动自行车产业在安全、合规和质量方面迎来前所未有的变革。

新国标落地 电动自行车产业全面升级

2025年9月1日,新修订的《电动自行车安全技术规范》正式生效。这一标准的实施不仅是对电动自行车产品质量的严格要求,也代表着我国电动自行车产业的高质量发展方向。这意味着,以安全为基础、以合规为底线、以高质量为目标

的电动自行车产业新时代将全面来临。郭文玉提到,电动自行车行业已经具备了强大的韧性和活力。根据行业初步统计,2025年全年电动自行车产量达到5490万辆,同比增长29%;子行业营业收入和利润也实现了大幅增长,分别增长了21.4%和42.2%。到2026年一季度末,新国标电动自行车产量预计将达755万辆,行业供给能力持续增强。这一切都表明,电动自行车不仅在绿色出行、民生保障、碳减排等方面发挥着不可替代的作用,也正在成为轻工消费品领域的重要增长动力。

行业内外关注 市场面临转型阵痛

尽管电动自行车的整体表现令人振奋,但新国标的实施也带来了一定的转型阵痛。郭文玉指出,虽然产品供给的增长迅速,但部分消费者仍对新产品的价格、速度、实用性存在顾虑,这导致了市场的短期承压。合规的电动自行车产品虽然增多,但如何真正打破消费者的“观望心理”,仍是行业亟待解决的问题。

这一挑战提醒行业,合规并不是终点,而是一个新的起点。实际上,电动自行车企业不仅要关注产品是否合规,更要关注产品的竞争力、创新性和市场接受度,行业必须从“有没有”向“好不好”转变,从单纯“卖产品”升级为“提供安全出行解决方案”。

产业自律 打造高质量发展生态

面对新国标实施的双重挑战与机遇,行业内的自律与协同合作显得尤为重要。在此次大会中,符合《电动自行车行业规范条件》的“白名单”企业聚集一堂,并发布了《抵制行业不合规行为的公约》。这一举措不仅是对市场的一份承诺,更是行业发展责任的体现,企业们向社会展现了共同推动行业规范化、合规化发展的决心。这种自律机制将为行业的长期可持续发展提供有力保障。

工业和信息化部消费品工业司有关负责人称,要把质量安全作为企业生存的生命线,坚决杜绝超标车、改装车流入市场,切实防范火灾和交通安全隐患;要加大研发创新和供需对接力度,将消费者的功能需求、体验需求和安全需求有机统一到新标准实施过程中,以优质产品供给引领消费活力。

多家电动自行车企业代表表示,目前已全面完成产线升级,正加速扩大合规产品产能,主动引导消费者从追求“极致性能”转向重视“安全与体验”,切实履行企业主体责任。

推动绿色出行 共建民生出行体系

郭文玉表示,电动自行车产业的未来发展方向,是以安全为基础,以合规为根本,以创新为动力,推动行业的绿色转型升级。在绿色出行、碳减排和低碳城市建设的大背景下,电动自行车无疑将继续发挥重要作用。国家相关部门也将继续在政策引导、行业服务、市场监管等方面提供支持,推动产业健康、稳定发展。

随着新国标的全面实施,电动自行车产业将进入一个全新的发展阶段。中国自行车协会将积极配合工信部等相关部门,推动政策的落实,助力行业不断优化产品结构和提升产品质量,为广大消费者提供更安全、更高质量的出行方案。

电动自行车行业既展现了新国标下的应对举措,也体现了产业界的自律和行业的责任。电动自行车产业将继续在高质量发展和绿色出行的道路上稳步前行。无论是在技术创新、市场拓展还是行业自律方面,电动自行车企业都将肩负起更大的责任,推动行业走向更加安全、绿色、可持续的未来。

中国自行车协会也表达了对行业未来的信心:电动自行车产业的未来必将是稳中有进、质上更高、创新不断的未来。而这一切的实现,离不开行业的共同努力、政策的有效落实和企业的自觉行动。

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237
邮箱:xfrbjw@163.com



科技赋能 春运展新貌

□ 肖睿平

2026年春运于2月2日开启。春运年年有,但2026年的春运除了人流、物流的常规波动外,更体现了多重新的社会背景和技术革新。

随着互联网和大数据技术的进一步发展,2026年的春运显现出前所未有的“智慧化”特点。铁路、航空和公路等交通部门纷纷采用人工智能、5G技术和大数据分析,更高效地调配运力,优化出行方案。例如,通过AI技术,铁路部门不仅能精准预测客流,还能够实现对突发情况的及时响应,大大减少了旅客在高峰时段的等待时间。

除此之外,互联网平台的预订

和动态调整功能也不断提升乘客出行的便捷性。从购票到登车,甚至是途中信息的实时更新,都极大优化了用户体验。尤其是移动支付的普及,使得春运期间的购票、检票过程愈发顺畅,高效的无纸化操作成为了新的常态。

2026年春运的另一个鲜明特点,是人们对春节“团圆”文化的理解逐渐多样化,返乡的意义也在悄然发生变化。

一方面,依然有大量的农民工和外出务工人员会在春节期间集中返乡,延续着传统的“回家过年”习俗。另一方面,随着工作和生活模

式的变化,越来越多的年轻人进行着“反向春运”,选择在工作地附近团圆,甚至有一些家庭选择春节期间进行短途旅行,避开了“回家”所带来的压力。

如今,春运早不再是单纯的“火车票大战”,越来越多的人开始选择多元化的出行方式。随着高铁网络的进一步完善和“无车时代”概念的逐渐形成,飞机、长途大巴、共享汽车等新型出行方式逐渐成为春节出行的选择之一。

特别是在一些二线、三线城市之间,高铁的连接使得原本需要数小时的长途汽车行程被大幅缩短,