

推出以旧换新、有奖发票、金融支持三重礼包

# “乐购新春”首批625亿国补资金已就位

昨天上午，国务院新闻办公室举行新闻发布会。商务部副部长盛秋平介绍，商务部联合9部门策划“乐购新春”春节特别活动，将发放以旧换新、有奖发票、金融支持三重“大礼包”，打造年味浓郁的消费盛宴。各地已安排20.5亿元资金，在9天假期内，通过发放消费券、补贴、红包等形式，直接惠及广大消费者。

## 春节有奖发票奖金超10亿

“我们为消费者准备了三重‘大礼包’：第一重是以旧换新，第二重是有奖发票，第三重是金融支持。”盛秋平介绍，年初商务部会同国家发改委、财政部，拨出首批625亿元国补资金到达各地商务部门，在春节9天假期内，将指导各地加大补贴投放，保障消费者按政策要求申领补贴。

近期北京等50个城市开展有奖发票试点，半年实施期内将发放100亿元奖补资金，其中春节9天假

期的奖金规模将超过10亿元。消费者在试点城市购物、就餐、旅游、住宿等取得票面金额在100元以上的发票均可参与抽奖。此外，金融机构、支付机构将联合商家推出多种形式的“乐购新春”优惠措施。

## 3万场次文旅活动等您来

“我们欢迎各国朋友来体验春节里的中国，也备足了政策礼包。”盛秋平举例，在“方便来”方面，近日11部门出台提升境外人员入境数字化服务便利性政策举措，各大航司也将在热门国际航线上增加运力投入；在“欢快玩”方面，鼓励各地发布多语种春节民俗地图，一键解锁庙会灯会、老字号、非遗市集等年味体验，方便国际旅客“入乡随俗过大年”；在“舒心购”方面，将进一步完善银行卡、移动支付、现金等支付环境；在“享优惠”方面，1.3万家离境退税商店，备足了各类优质产品，外国朋友来

华购物相当于可额外享受9折优惠。

文化和旅游部产业发展司负责人傅瀚霄介绍，文旅部围绕“欢欢喜喜过大年”主题推出“文化迎春·艺术为民”“非遗贺新春·寻味中国年”“文博馆里过大年”等七大板块22项主题活动。各地也将围绕年俗、演艺、国潮以及冰雪游、避寒游、探亲游等开展各具特色的文旅活动。春节前后，有大约3万场次文旅活动在各地精彩亮相。

## 边享视听盛宴边乐购

春节期间，广电视听行业也将参与和服务“乐购新春”活动。广电总局宣传司司长李忠志介绍，围绕“吃住行游购玩”，全国各地广播电视台将策划推出《一年里的味儿》《亲爱的客栈》《嗨购迎大年》等一系列美食、旅游和消费服务节目，让观众一边享受精彩视听盛宴，一边乐购新春。 据 人民网

## 马年“新姿势”——“Z世代”这样过年

与“搭子”守岁、带IP潮玩回家、在“赛博”庙会打卡……马年春节，“Z世代”年轻人正用层出不穷的新玩法，为传统年俗注入奔腾的活力。这幅新春画卷里，既有尽责在岗的坚守，更有创意飞扬的欢聚，共同勾勒出“Z世代”的青春风貌。

### “自定义”团圆：告别单一归途

大年初一走访留守职工，初六、初七要护航返程高峰，日常要在辖区内巡查……马年春节，长江航运公安局上海分局长兴派出所“95后”民警沈李青将坚守工作岗位。在他看来，自己虽不能踏上归途，但为他人守护好奔赴团圆的旅程，让万家灯火平安闪烁，何尝不是一种更辽阔的团圆。

在“Z世代”的春节图景中，有温暖的坚守，也有愈加多元的玩法。如今，越来越多年轻人开始主动选择和定义属于自己的年味。和志同道合的伙伴一起守岁、旅行，正成为年轻人主动选择的团圆新解。社交平台上，征集过年“搭子”的帖子不计其数。

“前阵子回过家了，而且我在北京养的猫年纪大了，不想送它去寄养。”今年，“95后”周文婷决定首次留在北京过年。她已经加入多个社交平台的“过年不回家”小组，寻找能一起跨年的伙伴。

“行”是许多年轻人假期的关键字，但旅途的目的地不止是家乡。杭州白领陆晶即将和朋友前往挪威看极光。“我父母已计划好去云南旅游，全家各自奔赴热爱，线上分享见闻，也是一种团圆。”

让父母开启“反向春运”，来到自己所在的城市阖家团圆，亦是年轻人的春节新选项。同程旅行发布的《2026年春节旅行趋势报告》显示，今年春节前夕，一批由中小机场飞往北京、上海、广州、深圳的“反向”机票预订热度增长显著，热门航线主要包括榆林到上海、衡阳到北京、宜宾到深圳、盐城到广州、长治到上海等。

### 年货焕新：从物质囤货到情绪消费

春节临近，年货采购进入高峰。如今走进商圈门店，扑面而来的是一种新的热闹：年轻人穿梭于潮玩集合店与IP主题专区，手提袋里装的未必是传统烟酒糖茶，更可能是印着心爱角色的“吧唧”（徽章）、新春限定盲盒。

在上海知名二次元商业体百联ZX创趣场

内，许多市民游客正在选购自己喜爱的“谷子”年货。记者看到，不少店铺推出新春福袋，大学生小王挑选了两包“谷子”福袋正准备付款。“我和朋友都喜欢这个IP，回老家过年时，正好带回去送给朋友当礼物。

当前，年轻人的年货消费正经历一场从满足物质需求到承载情绪价值的变迁。

今年1月，一个看似生产失误的瑕疵品“哭哭马”公仔逆势爆火。淘宝数据显示，“哭哭马”走红的48小时内，超10万人在网上搜索，销售超2万件。1月以来，在“马年吉祥物”“生肖玩偶”“马年挂件”等相关商品的成交结果中，造型圆润、表情丰富的“情绪马”成交占比高达七成以上。这背后是年轻消费者对情绪价值的强烈认同，他们青睐的不再是完美的吉祥物，而是能引发共鸣的个性表达。

社交平台上，不少“00后”分享自己的年夜饭食谱。有的食谱包括魔芋爽拌黄瓜、炸鸡米花、螺蛳粉、珍珠奶茶，还有年轻人干脆采购预制菜料理包。“不是不会做饭，是主打一个抽象”“过年难得休息，让自己轻松一下”……不少年轻人如是评论。

### 玩法翻新：“赛博”过年与文化寻年

从舞龙舞狮“穿越”到VR互动世界，在前沿科技与传统文化的交融中寻找年味，是许多年轻人的选择。“我买了两张‘早鸟票’，准备去体验AI互动

项目，来一场‘赛博’过年。”“00后”陈曦对北京即将举办的2026大都新春庙会充满期待。

春节前夕，全国多地掀起文化活动“抢客潮”。在四川，第三十二届自贡国际恐龙灯会开幕，科技赋彩让“木兰传奇”灯组栩栩如生；福建福州以“非遗贺新春”为主线，推出百场非遗主题新春活动，巨型花灯、侨批文化等多种非遗民俗项目竞相呈现；上海西岸梦中心水岸新春季启幕，华裳巡游、非遗皮影、非遗戏曲轮番登台……

河南郑州记忆1952油化厂创意园近日开启春节市集摊主招募。“烟火气、时尚感、艺术范儿是园区吸引年轻人前来游玩的关键。”创意园总经理曹心荷说，园区已入驻230多家主理人店铺和上百个市集摊位，涵盖文化创意、科技创新、娱乐餐饮、文艺演出、沉浸式体验剧场等。

“我做的不只是葫芦，更是‘情绪搭子’，希望每个作品都能给人们带来快乐。”“00后”摊主祁贺遥向顾客介绍她手工制作的文玩葫芦。

在这股结合科技与文化的年味新浪潮中，无数年轻面孔在岗位上闪耀。无论是保障庙会科技元素顺畅运行的工程师、宣传非遗的青年传承人，还是活跃在新消费领域的创业者，他们如同奔马，在各自赛道上前行，不仅创造了春节新玩法，更展现了奋斗进取的青年风采。

新华社“新华视点”记者张千千、程思琪、董雪

