

巴蜀味·中国年 2026春节特别策划

年货节上年菜年宵花上市,年货直播间里酒水零食下单提示频起,准备假期出游的市民正谋划着“追寻年味”……新春将至,“年经济”持续升温,掀起偏爱真实、纯粹、实用的新风,推动传统年味与现代消费交融,点燃温馨烟火气,激发节庆新活力。

截至1月29日,记者从多家OTA、电商、物流平台获悉,“追寻年味”成为春节期间出游核心趋势,含有文艺演出、民俗和非遗、特色餐饮的综合性体验格外受青睐。美食综艺“同款”快手下,年菜套餐登上商超货架;在“爱你老已”“萝卜纸巾猫”等热梗的影响下,低度酒水,坚果类、肉类、巧克力类年货商品热销,有物流平台近期单量同比增长超35%。



商超货架上待售的综艺同款年菜。受访企业供图

年货节开幕

国际风物融汇巴蜀年味 全川联动点燃节日活力

春节,是中华民族最具仪式感的传统佳节,也是消费需求最旺盛、市场活力最澎湃的黄金时期。

记者获悉,1月30日至2月11日期间,第29届中国(四川)新春年货购物节将在成都世纪城国际会展中心举行。来自36个国家和地区、全国近30个省(市、自治区)的千余家中外企业齐聚,带来10万余种优质年货,为市民献上一场兼具国际范与烟火气的新春消费盛宴。

四川省商务厅相关负责人表示,本届年货购物节全面超越传统展销模式,致力于打造一个“全球风物一站购、巴蜀情怀沉浸享、产业消费深度融合、真金白银惠民暖心”的新春综合性消费盛会,为全川人民乃至全国消费者献上一份丰厚的新春贺礼。

买年货、品年味、迎新春。四川各市州都推出了丰富多彩的促消费活动,引爆新春消费热情。

2026成都新春欢乐购将持续至2026

年2月,围绕“场景焕新、品牌集聚、全城乐购”主线,整合全市消费资源,推出《新春逛吃地图》;开展“新春福袋”派送,将一份城市温度“袋”回家;更有全城商家推出超300场特色主题活动,为市民和游客呈现一个充满幸福感与国际范的新春成都。

德阳围绕“悠然至德·马到福来”主题,于春节期间推出“德阳新春嗨购消费季”系列活动,以“新春·购”“喜乐·宴”“畅心·住”“潮玩·游”“实惠·享”5大主题为核心,涵盖12项重点活动及N场区县联动活动。

眉山2026迎春消费季活动持续至3月,各区县将奉上涵盖购物、文旅、赛事、非遗等多个领域的上百场特色活动,不仅诚意十足,更让眉山的年味提前“拉满”。

广元围绕“骐骥迎春至 幸福广元年”,于1月15日至3月3日(正月十五),策划推出贯穿节庆、覆盖全域的系列促消费活动,为市民和游客呈现一场丰富多彩、实惠便捷的消费盛宴,全力营造喜庆祥和、繁荣有序的节日消费氛围。



年货热销

综艺同款年菜、酒水走俏 解锁“爱你老已”体验

距离农历马年春节只有10多天了,年货礼盒、年宵花、年菜已陆续上市,无论是商超里还是直播间中,年味渐浓。

今年,综艺《一饭封神》在荧幕上再掀美食热潮。记者在盒马鲜生看到,烧椒鲈鱼、永春白鸭炖牛鱼狮子球等综艺中多位主厨的拿手菜同款套餐已悄然登上货架。据了解,该系列自上线以来,销售同比增长116%,其中香辣蟹、烧椒鲈鱼最受欢迎,吸引不少消费者下单试菜。

撑起一桌年夜饭的,不仅要有好菜,更要有好酒。当年轻人掌勺年夜饭,春节酒水、零食消费的场景也在转变。

据菜鸟全球供应链大快消事业部副总经理李家宝介绍,进入马年年货季以来,平台单量同比增长了35%以上,低度酒,网红的辣条、薯片等新式的年货消费势头

强劲,尤其是坚果类、肉类、巧克力类商品销量很高。

以酒水为例,“90后”“00后”等青睐梅子酒、果立方等低酒精度数的微醺快乐水。在购买方式上,从以前的论箱买转变为更“悦己”、更显社交属性的“混搭”款。“每个人对酒水的喜好各有不同,平台还专门推出了不同低度酒搭配的商品,满足春节期间亲友聚会的场景。”李家宝说。

具体到品类上,瓶子星球电商总经理田梅杰告诉记者,近段时间带有礼盒性质的低度酒销量很好,整体销量增长了1.5倍左右。“其中几款带有艺术设计感的产品,销量同比和环比增长近400%。”

在田梅杰看来,如今的年轻消费者更乐于在网上下单食品饮料,再由物流配送上门。

出行热潮

多元出行成新趋势 南方城市包揽热门目的地

超长版马年春节假期即将开启,旅游市场正持续升温。在“请5休15”超长拼假、亲子需求、文化消费、外国游客“反向春运”体验中国年等多重因素叠加下,今年春节有望刷新“最热春节”纪录,多元出行需求推动旅游市场持续焕新升级。

携程发布的《2026马年春节旅游市场预测》显示,国内“黑马目的地”前十榜单被南方城市包揽。其中,汕头以186%的预订单同比增幅领跑,揭阳(162%)、潮州(135%)紧随其后,三亚(112%)、景洪(109%)、海口(98%)等传统避寒胜地也保持高位增长。福州、泉州、厦门等闽南城市预订单涨幅也在八至九成。根据“携程问道”数据,用户近期关于春节旅游的提问中,以三亚、西双版纳、万宁、北海为代表的温暖目的地提问占比较去年春节前增长56%。

飞猪平台数据显示,截至目前节中出行的服务预订量同比增长超30%,其中大年初三是节中出行最高峰时段,预订量较去年提升超40%。北京、上海、广州、深圳、杭州、哈尔滨、成都、西安、福州、重庆等是节中出游的热门城市。

这个春节假期,大家对品质出游、复合型体验的需求越来越高。平台数据显示,截至目前春节假期的高星级酒店预订量同比大增近70%。含有文艺演出、民俗和非遗、特色餐饮的综合性体验格外受青睐,尤其是对亲子家庭而言。飞猪数据显示,住、玩一体的主题乐园酒店预订量同比增长94%。另外,行程中带有民俗观演、非遗手作等体验的旅游服务预订量也同比增长超四成。

专家观点

AI赋能、需求分化 塑造春节“新质消费力”

上海财经大学数字经济研究院副院长崔丽丽在接受记者采访时表示,马年春节的消费决策在AI的赋能下趋向于智能化,消费行为转向“智为人选”。

她认为,基于大模型的个人AI消费助手的普及,能深度理解消费习惯,一定程度上可以自主完成生成年夜饭菜谱、渠道比价采购食材及规划购买顺序等最优方案,包括出行旅游计划也完全可以结合生成。此外,年货的“货”本身也高度智能化,如搭载AI对话功能的陪伴机器人、AIPC等将成为礼赠新品。

同时,“质价比偏好”与“情感溢价”的需求也持续并存。崔丽丽指出,一方面,对基础实物商品(如基础食材、日用品)的价格将高度敏感,折扣零售、工厂直供模式更受欢迎,体现务实理性。另一方面,消费者愿为无法被技术替代的“真实体验”与“深度连接”支付溢价。因此,能够提供独特记忆的“怀旧产品”、定制产品或承载深厚文化叙事与精湛手工的“超质感国潮”藏品,将占据高端消费心智,是价值观的突出体现。

“2026新春是检验‘新质生产力’,如何塑造‘新质消费力’的关键节点。”崔丽丽说,以AI为核心的效率提升、以价值观为驱动的需求分化,将共同定义2026年的春节消费图景。

华西都市报-封面新闻记者 欧阳宏宇 易弋力 张越熙

今年春节我们这样“追寻年味”
一站购川货、追综艺同款、为“爱己”买单