

编者按:一元复始,消费焕新。2026年元旦假期,旅游市场1.42亿人次出游、餐饮消费火热升温、电影票价“三连降”激活观影需求、消费电子借政策与AI东风强势增长、楼市在新政加持下温和修复……文旅、餐饮、影视、消费电子、楼市等多领域齐发力,既展现出消费市场的强劲韧性与多元活力,也折射出政策赋能、供给创新与需求升级的同频共振,勾勒出岁末年初经济向好的生动图景。

北京楼市温和修复 政策效应持续释放

■本报记者 陈 潇

元旦假期,北京楼市整体运行平稳。尽管受返乡、出游等因素影响,购房者看房节奏有所放缓,但从一线反馈和成交数据来看,市场仍处于相对活跃区间。

《证券日报》记者在元旦期间走访北京多个在售新房项目发现,不少楼盘选择假期“不打烊”,售楼处正常接待客户。与往年相比,今年假期市场氛围相对平淡,但项目现场并不冷清。记者看到,不少售楼处已布置新年元素,门口摆放红色礼盒等装饰,大厅内陈列骏马

造型的新年摆件,营造出节日气氛。现场销售人员保持正常接待节奏,不时有客户进场咨询。

“假期到访量不算集中,但整体销售情况还可以。”朝阳区一位项目置业顾问向《证券日报》记者表示,项目推出限时折扣、特价房等优惠活动,一些前期到访过的客户借假期再次前来,沟通付款方案与价格细节。

二手房方面,近期限购放宽叠加增值稅稅率下降等新政,明显带动市场活跃度提升。2025年12月30日,财政部、税务总局发布《关于个人销售住房增值稅政策的公告》称,个人(不含个体工商户

中的一般纳税人,下同)将购买不足2年的住房对外销售的,按照3%的征收率全额缴纳增值稅;个人将购买2年以上(含2年)的住房对外销售的,免征增值稅。

一位二手房经纪人告诉《证券日报》记者,虽然按规定增值稅由卖家承担,但实践中税费往往由购房者支付。此次政策出台后,购房者负担明显降低,近期市场表现良好,看房人数有所增加。

中原地产数据显示,2025年12月份,北京二手住宅网签17181套,环比11月份签约20%,连续两月超1.4万套。其

中,2025年12月25日优化限购等新政发布后,日均网签达702套。

“新政出台以来,北京多个新盘到访量上涨30%以上,二手房看房量也明显增加,推动市场成交量上行。叠加市场对2026年‘小阳春’的预期,部分此前观望的购房者入市意愿增强。”中原地产首席分析师张大伟向《证券日报》记者表示。

上海易居房地产研究院副院长严跃进在接受《证券日报》记者采访时表示,总体来看,在政策持续优化背景下,北京楼市正处于温和修复过程中,政策效应进一步释放。

元旦档电影票房7.39亿元收官 平均票价连续三年下降

■本报记者 李豪悦

灯塔专业版数据显示,2026年元旦档(1月1日至1月3日)电影票房以7.39亿元收官。上映已逾一个月的《疯狂动物城2》热度依旧,以2.19亿元票房摘得档期冠军。《阿凡达3》《匿杀》则分列第二、三位。

值得一提的是,2026年元旦期间电影票平均票价为39.7元,继2024年的41.9元、2025年的41元之后,实现“三连降”。

据《证券日报》记者不完全统计,今年元旦期间,湖南、甘肃、福建等地均开展了电影促消费活动。其中,湖南发放1700万元电影消费券。此外,国家电影局2025年4月份推出的“中国电影消费年”活动将一直持续到2026年春节档,预计投入的观影补贴不少于10亿元。

“政府与购票平台的消费券补贴从外部直接降低了观众的实际支付成本,是票价下降的主要驱动因素。”上海夏至良时咨询管理有限公司高级研究员杨怀玉向《证券日报》记者表示,“当前电影市场票房波动明显,低票价策略仍是吸引观众走进影院相对有效手段,有助于推动对价格更为敏感的下沉市场用户及家庭观影群体。”

“餐饮+”正热 创新融合点燃城市“烟火气”

■本报记者 梁傲男

元旦假期期间,全国餐饮市场迎来一轮消费热潮。在各大城市商圈,知名餐厅门庭若市,食客络绎不绝,多地热门餐厅的跨年夜座位提前多日便已预订一空,展现出节日消费的强劲势头。

北京市商务局发布的元旦消费数据显示,1月1日至1月3日,重点监测的餐饮业业态销售额日均同比增长4.6%,其中正餐日均同比增长25.4%。元旦前两日,近30家餐饮类特色小店线上销售额累计240.5万元,凸显假日餐饮消费的蓬勃活力。

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬对《证券日报》记者表示,假期期间餐饮市场运行总体平稳,延续稳中有进的发展态势,餐饮业正着力推动“餐饮+”融合发展,创新多元化消费场景;临近岁末,餐饮消费市场有望持续释放活力,为经济高质量发展注入新动能。

从消费主题来看,“跨年”成为餐饮市场的核心关键词。美团数据显示,“跨年”主题套餐预售订单量同比增长166%;跨年夜当天,主打异国风味的餐厅预订量同比增长98%。“消费者尤其是年轻群体,更注重节日的仪式感和场景体验,异国料理等特色餐饮恰好契合了他们追求新鲜、多元的跨年需求。”美团到店餐饮相关负责人对《证券日报》记者表示。

火锅品类在低温天气与节日聚会的双重推动下表现尤为突出。海底捞数据显示,2025年12月31日至2026年1月1日,全国门店累计接待顾客超450万人次。演唱会等大型活动散场后,多地门店迎来夜间消费高峰,排队候餐成为常态,部分

从整体票房表现来看,2026年元旦假期长达三天,较2025年仅有一天假期的元旦档,票房同比增长141.7%;但与同样为三天假期的2024年相比,票房则缩水52%。出票量也从2024年的3669万张减少到1864万张。

一位业内分析师表示:“核心原因在于今年元旦档缺乏具备突围能力的高品质新片。档期内上映的新片中,除《匿杀》与《寻秦记》外,其余影片票房均未突破亿元;且《匿杀》《寻秦记》的口碑表现平平,导致两部影片后续乏力,因此档期内吸金主力仍是上映多日的《疯狂动物城2》。”

“2025年电影市场的变化呈现出一个明显特征:中腰部电影已难突围。观众基本倾向于选择具备技术优势的大投资作品或大IP改编影片,极少数中小成本影片即便口碑不俗,票房也几乎止步于5亿元。”杨怀玉表示。

上述分析师认为,2026年中腰部电影的投资成本将进一步压缩,有望推动AI电影加速落地。杨怀玉认为,AI电影将直接解决行业创作周期长、制作成本高的问题,但也会给影视行业内容制作带来风险,观众能否接受这一形态仍需时间检验。

门店营业时间持续至凌晨甚至清晨。海底捞相关负责人对《证券日报》记者表示,随着冬季餐饮旺季到来,岁末聚餐需求持续释放;不同群体跨年方式的多元化有助于分散就餐时段,提升整体接待效率。呷哺呷哺围绕IP联动、质价比活动与产品创新三大方向布局元旦市场。呷哺呷哺相关负责人对记者表示,集团旗下各品牌紧扣节日消费趋势,通过场景体验、产品创新等多元赋能,旨在为消费者的元旦假期餐饮消费增添更多趣味。例如,上线九宫格拼盘新品,延续哆啦A梦企划推出三款景观保温杯等。

巴奴毛肚火锅同样迎来消费高峰,跨年夜部分门店翻台率超10次,北京合生汇、朝阳大悦城等商圈门店取号量达数百桌。西贝方面也向记者透露:“元旦期间全国门店客流量约50万人次,整体客流未受补贴停止影响。”

面对“宅家跨年”等新兴消费趋势,平台与餐饮企业共同发力线上渠道。大众点评相关负责人对《证券日报》记者表示,平台联合全国超百万家高分餐厅发放4500万份消费券及“1V1急送”免费配送券,并推出专属外卖包装,助力餐厅在假日高峰期间平衡堂食与线上订单压力,拓展服务半径与增长空间。

餐饮业作为促消费、惠民生、稳就业的重要基石,是衡量经济复苏活跃度的“风向标”。国家统计局数据显示,2025年1月份至11月份,全国社会消费品零售总额456067亿元,同比增长4.0%;其中餐饮收入52245亿元,同比增长3.3%。

业内人士认为,岁末传统消费旺季临近,餐饮需求有望进一步释放。

AI与生态打开消费电子市场新机遇

■本报记者 贾 丽

2026年元旦,清晨的寒意尚未散去,苏宁易购集团股份有限公司(以下简称“苏宁易购”)中塔店门前已排起长队。多位裹着羽绒服的消费者专程前来,体验并选购最新款智能手机。而在三里屯小米之家,一位女士正通过手机AR试戴功能挑选一款可监测情绪的智能手环,当作新年礼物送给女儿。

随着2026年国家补贴新政全面落地,叠加元旦假期消费旺季,消费电子市场的首波热潮被成功点燃。苏宁易购消费数据显示,1月1日至3日,全国门店客流环比激增110%,手机、智能手表销量环比增幅分别达170%和115%。

政策、产品与消费市场三方力量在2026年伊始形成共振,共同推动消费热浪席卷消费电子市场,也映射出行业发展的新趋势。

手机市场提质扩容

“这款手机的人工智能(AI)影像系统,能识别您正在拍摄会议白板,自动校正透视,增强文字锐度,并生成要点摘要。”在北京西单大悦城的华为授权体验店,销售顾问的演示吸引了五六位顾客驻足观看。这样的场景在2026年元旦的各大手机卖场并不鲜见。单纯比拼像素高低、芯片跑分不再是柜台前最吸引眼球的宣传点,取而代之的是“智慧办公”“AI影棚”“随行翻译”等一

个个体的场景解决方案。

这背后,是手机市场呈现出的提质扩容趋势。苏宁易购数据显示,元旦假期期间,手机品类中Pro、Max、Ultra等高配版本的销售占比提升至62%,3500元至6000元价位段成为主流消费区间。其中,人工智能手机销售尤为火爆。

“消费者正主动为更强大的AI算力 and 集成体验付费,他们不再满足于‘有AI功能’,而是追问‘AI能为我解决什么实际问题’。”北京达睿管理咨询有限公司创始人马继华在接受《证券日报》记者采访时表示,“2026年,旗舰手机的竞争焦点,已从硬件参数的‘军备竞赛’转向对用户工作、生活、娱乐核心场景的深度理解和整合能力。”

第一手机界研究院院长孙燕鹏分析:“AI是实现这一转变的神经中枢。它不仅能处理本地任务,更能协调云端、家庭、车载等多个场景的数据与指令,为用户提供无缝衔接的连续体验。”

“生态化购买”成为趋势

元旦假期各大平台的销售数据中,智能手表及智能眼镜销量环比上涨成为亮点。这不仅是补贴刺激下独立品类的增长,更是智能手机价值外延与生态构建的关键一步。

近日,国家发展改革委、财政部联合印发的《关于2026年实施大规模设备更新和消费品以旧换新政策的通知》提出,个人消费者购买手机、平板、智能手表手环、智能眼镜等4类产品(单件销售

价格不超过6000元),按产品销售价格的15%给予补贴,每位消费者每类产品可补贴1件,每件补贴不超过500元。

“新国家补贴政策将智能手表、手环等穿戴设备纳入补贴范围,与手机补贴形成协同效应,推动元旦期间苏宁易购门店‘手机+智能手表/手环’套购订单环比增长97%。”苏宁易购门店管理中心负责人表示,这种“生态化购买”已成为消费趋势,不仅提升了客单价,更通过设备间的深度绑定,延长了用户整个智能设备体系的使用周期。

在小米之家体验区,一位用户通过手机无缝切换控制面前的智能台灯、空气净化器 and 身后的电视大屏,演示全屋智能场景联动。该门店店长向记者表示:“手机的角色正从一部独立的通信娱乐设备,演变为个人数字生活的‘中央处理器’和‘总遥控器’。”

“手机正在从独立产品演变为生态入口。智能手机的硬件创新已进入平台期,但通过与穿戴设备的协同逐步成为个人健康的‘第一入口’。”标准创新服务中心首席战略官卢易思分析表示,2026年的趋势是,以手机为核心、辐射穿戴、音频等配件的“个人数字健康生态”。多智能终端协同构成的生态闭环,也将激发市场套购消费。

能效关注度提升

“先看能效标识,再比较功能价格。”苏宁易购北京中塔店店长的这句话道出了今年元旦市场的显著变化之

一。国家补贴政策精准聚焦高效能、绿色产品,推动消费市场不断升级。这一导向不仅体现在大家电领域,也深刻影响着3C数码领域。

在手机区,产品环保报告和可维修性设计等以往被忽略的指标,开始被更多消费者问及。苹果店内,展示其最新机型模块化设计的展台前人头攒动。该设计允许用户在未来更换性能更强的处理器模块。“往年可能两年多就想着换新,现在觉得这部手机可以通过更换部件用上四五年,更划算也更环保。”一位正在咨询的年轻消费者表示。

“国家补贴政策重视能效标准,实质上是在引导全产业链和消费者向‘长期价值’和‘绿色消费’转型。”马继华表示,“手机企业对产品的追求应从快速迭代、计划性淘汰,转向耐用、易维修、可升级。2026年,我们观察到头部品牌将模块化、使用再生材料、提供更长软件支持周期作为重要的产品卖点,市场接受度超预期。”

2026年元旦假期消费电子市场的火热,是政策精准引导、技术成熟落地与消费价值观进化三重力量同频共振的结果。可以看到,消费电子市场呈现多重变化:AI从炫技走向务实,深度重塑产品价值;“绿色”与“长期主义”从概念走向购物清单,改变产业设计逻辑与消费习惯;手机主动打破硬件孤岛,以穿戴设备为触角,构建更深度个人健康与智能生活生态,市场更多新机遇正在显现。

趣体验得淋漓尽致

冰雪运动也十分火热。万达酒店及度假村数据显示,元旦假期,长春万达滑雪场接待游客超4000人次,万峰通化滑雪度假区酒店群接待游客6800人次,入住率达八成,较去年同期实现人次翻倍、入住率大幅提升50%的强劲增长。

出境游热度增长

在“请3休8”拼长假的强力驱动下,元旦出境游热度明显上升。综合在线旅游平台数据,“海岛过盛夏”“免签国说走就走”“南半球拥抱暖阳”“北欧追极光”构成元旦假期出境游四大热门主题。相关机票、酒店、跟团游、定制游等产品的预订热度正快速攀升。

长线出境游热度增长尤为显著。飞猪数据显示,澳大利亚、美国等长线旅游目的地已跻身热门出境游目的地前十位。与此同时,追求独特体验的小众目的地也在强势突围,阿根廷、阿曼、波兰、乌兹别克斯坦、哈萨克斯坦等地的旅游产品预订量增速最快,资深玩家正持续挖掘更远或更具新鲜感的旅行地。

在客源结构方面,25岁至45岁的年轻群体与亲子家庭是出境游的主力客群,他们更愿意为“行程安排细致”“深度体验异国风情”的出境游产品支付溢价。

2026年元旦旅游市场的强劲表现,充分展现了文旅消费向高品质、个性化、多元化发展的趋势。

三天国内游1.42亿人次 人均消费“量价齐升”

■本报记者 梁傲男

2026年元旦假期期间,各地文旅活动精彩纷呈,居民出游意愿显著增强,推动岁末年初消费持续升温。

1月4日,文化和旅游部发布数据显示,经测算,元旦假期三天全国国内出游1.42亿人次,国内出游总花费847.89亿元。交通运输部数据则显示,元旦假期全社会跨区域人员流动量为5.95亿人次,日均1.98亿人次,同比增长19.62%。

从消费端看,人均消费呈现“量价齐升”态势。同程旅行数据显示,机票、酒店、民宿等主要产品预订热度攀升;飞猪数据显示,消费者出游意愿与消费力同步提升,人均购买商品件数同比去年增长超20%,人均消费金额同比去年增长超30%;携程数据显示,国内景区门票预订量同比去年增长超4倍,入境游相关预订亦大幅提升。

出行选择多样化

无论是奔赴抚顺体验冰雪世界、在

铜川偶遇雾凇雪景,还是深入西南欣赏九寨沟的冬韵,抑或是在景德镇捏陶、清远泡汤享受慢生活,差异化玩法成为人们假日“充电”的重要方式。

“体验”与“仪式感”成为文旅消费的关键词。飞猪数据显示,独具特色的玩法体验、距大城市1至2小时车程的便利交通是众多小众目的地在元旦吸引游客的“流量密码”。携程数据显示,“跨年游”相关搜索量同比增长125%,主题乐园烟花秀、演唱会等活动热度大幅上涨。

在众多跨年方式中,主题乐园成为热门选择。去哪儿旅行数据显示,主题乐园占据元旦热门景区前十名中的一半席位,河南开封万岁山武侠城等中式主题乐园首次进入全国热门景区前十。

去哪儿旅行大数据研究院研究员蔡木子在接受《证券日报》记者采访时表示:“与国际IP主题乐园相比,中式主题乐园性价比更高。游客能沉浸式体验角色扮演,乐园的情景设置与NPC(非玩家角色)演绎十分贴近生活,蕴含着浓厚的市井文化烟火气,既唤起了年

轻人的集体怀旧,也促使他们自发通过社交媒体进行二次传播。”

也有不少游客选择避开人流,探索相对小众的跨年景区。同程旅行数据显示,凭借无人机秀、灯光秀、打铁花等特色活动,婺源婺女洲度假、无锡灵山大胜境、只有河南·戏剧幻城等景区跨年夜热度快速上升。

国家信息中心经济预测部宏观经济研究室副主任邹蕴涵表示:“人们对跨年‘仪式感’的重视反映出文旅消费需求日益多元化、个性化,这背后是国民消费从‘物质满足’向‘情感体验’的结构性升级。”

冰雪游稳居“C位”

作为冬季旅行风向标,冰雪游稳居元旦假期“C位”。同程旅行数据显示,元旦期间国内热门航线中,冰雪游航线占比约四成,包括上海至哈尔滨、广州至哈尔滨、郑州至乌鲁木齐、杭州至沈阳、上海至长春等。

哈尔滨冰雪大世界依旧是“顶流”景区。有平台数据显示,哈尔滨冰雪大世界一日游产品预订热度环比涨超45%。西岭雪山、牡丹江中国雪乡、赛里木湖、玉龙雪山、吉林雾凇岛等景区热度涨势突出,成为元旦假期热度飙升最快的十大赏雪景区。

来自广州的刘先生向《证券日报》记者表示,元旦飞抵哈尔滨后,他不仅打卡了冰雪大世界、冰灯游园会等经典地标,还首次挑战高难度室外滑冰,一路品尝地道东北风味,将冰城冬日的乐

