

## 新春走基层

## 免税店里年味浓 “来华过春节”再掀“国货热”

本报记者 田 鹏

随着入境政策持续优化,“来华过春节”正成为全球文旅消费的新潮流,而我国各地浓厚的年味儿,以及国货的文化底蕴、科技含量和优良品质,也不断激发着入境游客的消费欲望。

作为入境消费链上的关键节点,免税店以往多集中于口岸,扮演着游客“最后一站”的角色。然而,随着中国免税政策体系的不断完善与市内免税店的加速布局,这一消费场景正逐步延伸至城市核心区域,成为吸引消费、拉动内需的新增长极。

## 持续激发消费潜力

“能帮我介绍下这款相机的功能吗?”在深圳福田的深圳市内免税店里,新加坡华裔青年陈启明正用一口流利的中文,向店员仔细咨询一款国产相机。交谈间隙,陈启明向记者坦言,他是个技术爱好者,早就想体验这款产品,没想到竟在市内免税店邂逅了心仪的款式。

像陈启明这样的入境消费者正变得越来越多。飞猪平台1月30日数据显示,最近两周外国人的春节假期机票预订量同比增长超400%,其中,上海、广州、香港、北京、成都等目的地最受青睐。从客源国来看,泰国、韩国、马来西亚、越南、新加坡等预订量靠前。

记者调研发现,以往消费者偏爱在免税店采购国际奢侈品,而今,高科技国货正成为许多入境旅客购物清单上的“新宠”。在深圳市内免税店的“科技之光”专柜,大疆无人机、荣耀折叠屏手机等产品体验区人气旺盛。一位韩国游客向记者展示她的采购单,上面罗列了多款国产美妆产品和电子产品。她表示:“这些产品在韩国社交媒体上备受推崇。”

文化消费同样火热。在深圳市内免税店的非遗手作专区,店员告诉记者,不少境外旅客会特意驻足,挑选非遗手作伴手礼。

深圳市内免税店国潮专区店员告诉《证券日报》记者,国潮专区上架以来人气持续攀升,不仅深受国内消费者喜爱,更成为境外旅客感知中国文化的重要窗口。

类似的场景也在北京免税店上演,春节临近,店内年味儿格外浓,“骏马”“瑞雪”等主题布置与国货陈列相得益彰。店员介绍,除了高科技产品,一些融合了现代设计的非遗文创、美妆产品



各地免税店内兼具文化底蕴和科技含量的国货精品

田鹏/摄

也格外畅销。许多外国顾客表示,“希望带走一份与众不同的中国礼物”。

事实上,近年来“入境游+免税购物”的组合持续激发消费潜力,国家税务总局最新数据印证了这一趋势:2025年办理离境退税的境外旅客数量同比大增305%,退税商品销售额、退税额也分别同比增长95.9%、95.8%,凸显入境消费的活力。

浙大城市学院副教授林先平在接受《证券日报》记者采访时表示,免税市场面向全球客群。在春节等重大节日,游客集中涌入,不仅能直接拉动销售额,更能放大免税经济的乘数效应,促进旅游、文创、交通等相关产业协同发展。同时,免税经济也为国货搭建了直面全球消费者的舞台,助力国货提升国际知名度。

## 中国品牌走向世界

国货在免税渠道的崛起,是政策

精准滴灌、企业积极把握机遇等因素共振的结果。

2025年10月份,财政部等五部门发布《关于完善免税店政策支持提振消费的通知》(以下简称《通知》),要求“口岸出境免税店、市内免税店用于销售国产品的经营面积原则上不少于其经营面积的四分之一”。

消费场景方面,中国免税市场正经历从“游客最后一站”到“城市消费新地标”的深刻转型,广州、成都、深圳等地位于核心商圈的免税店,正在改变传统免税消费的场景与逻辑。

深圳市作为首批市内免税试点城市,其创新探索颇具代表性。深圳市内免税店总经理助理吕红告诉《证券日报》记者,《通知》发布后,门店迅速行动,于2025年11月20日同步推出两项举措:一是在免税区域新增五个电子专属柜台,集中上架国产手机等优质尖货,让国货科技产品正式进入免税陈列矩阵;二是在有税区

域升级“科技之光”二期专区,引入更多兼具代表性与竞争力的国产电子、科技产品,全方位拓宽国货展示场景,助力国产好物触达更多出入境旅客,让国潮魅力通过免税渠道走向世界。

在海南,离岛免税市场的国货身影也日益活跃。去年11月1日起,海南离岛旅客免税购物政策调整正式实施。新规将允许部分国内商品在离岛免税店里免税销售,主要包括能够展现国货风尚和海岛特色的服装服饰、鞋帽、陶瓷制品、丝巾、咖啡、茶等。相关措施不仅支持国内商品扩大销售渠道,更好地走向世界,亦为消费者提供了更多选择,进一步释放消费潜力。

如今,免税店已经成为国货走向全球市场的重要窗口,越来越多的中国品牌也正通过免税店这一窗口,向世界展示中国文化的魅力与中国创新的品质。

## 各地文旅“花式揽客”迎接“史上最长春节假期”

本报记者 杜雨萌

“辛辛苦苦一整年,如果你不好意思开口,泉州文旅愿意帮你请个假!”马年春节临近之际,泉州市文化和旅游局发布的短片《来泉州过一下——泉州文旅帮你请假》在社交媒体强势破圈,让泉州市春节文旅热度飙升。

“我们全家本来都定好去北海过年了,最后临时改主意,决定去福建过年。”家住北京市西城区的祝女士在接受《证券日报》记者采访时坦言,改变出行计划的核心原因是刷到了泉州文旅“帮你请假”的系列推广。

例如,记者从四川省文化和旅游厅获悉,今年春节,四川文旅系统将推出近3000场各类文旅促消费活动,统筹安排发放超3000万元文旅消费券。近3000场文旅促消费活动涵盖艺术展演、

音乐汇演、非遗市集、年货节、乡村庙会等。

在日前由黑龙江省文化和旅游厅、黑龙江省商务厅、黑龙江省工业和信息化厅联合主办的“北国好风光 惠聚黑龙江”文旅促消费暨春节文旅消费月主场活动中,黑龙江省13个地市文化和旅游部门依次登台送福利。

不只是泉州文旅,为了迎接“史上最长春节假期”,各地文旅部门正各显神通“花式揽客”。

例如,记者从四川省文化和旅游厅获悉,今年春节,四川文旅系统将推出近3000场各类文旅促消费活动,统筹安排发放超3000万元文旅消费券。近3000场文旅促消费活动涵盖艺术展演、

将推出新城新区游、冬奥冰雪游、历史文化游等5条主题线路,串联三地60余个推荐点位,满足游客多样化游览需求。

“花式揽客”的背后,是各地积极以文旅消费为抓手拉动内需、激活经济。”苏商银行特约研究员付一夫在接受《证券日报》记者采访时表示,作为消费主力赛道,文旅关联餐饮、住宿、零售等多个业态。各地针对春节消费旺季推出相关活动,能够促进服务业发展,助力全年经济稳健开局。

付一夫建议,各地需将区域特色、传统年俗与时代需求深度融合,同时做好基础服务保障,为广大旅客提供情绪价值,才能赢得认可与青睐。

## 8部电影落定春节档 “多强争霸”格局回归?

本报记者 李豪悦

灯塔专业版数据显示,截至2月8日,已有8部影片定档2026年春节档,包括《惊蛰无声》《飞驰人生3》《镖人:风起大漠》《熊出没·年年有熊》等。

灯塔专业版数据分析师陈晋向《证券日报》记者表示,2026年春节档电影市场或从2025年春节档的“一超多强”回归“多强争霸”格局。

根据灯塔专业版发布的数据,春节档票房从2014年的14.51亿元升至2025年的95.14亿元,增长超5.5倍;2020年以来,春节档票房数据稳定在“60亿元+”高位;2025年春节档在《哪吒之魔童闹海》的带动下,创下95.14亿元的档期票房新高,再次验证了中国电影市场的爆发潜力。

陈晋认为,春节档是观众消费热情最直观的体现,中国影史单日票房TOP5中,有4次出现在大年初一。

2025年,春节档奠定了坚实基础。2026年,春节假期长达9天,这个“史上最长春节档”为电影票房冲高提供了更充裕的空间。

从地域分布角度来看,下沉市场仍是影响春节档格局的重要因素。灯塔专业版数据显示,三四线城市已连续三年在春节档贡献出过半票房。“山河四省”(山西、河南、山东、河北)及苏皖赣地区依旧是春节档“兵家必争之地”。数据显示,江苏省因盐城、南通、泰州等多个地级市的强劲表现,已连续五年蝉联春节档省份

票房冠军。

从上市公司参与度看,8部电影背后主要出品公司中,上市公司超过10家。其中,中国电影、大麦娱乐为春节档参投数量最多的两家公司。

整体来看,今年的影片各具优势。目前,《惊蛰无声》位居淘票票“想看”人数第一名。但记者从院线方面了解到,院线代表与片方代表在必看影片选择上均看好《飞驰人生3》,这种倾向通常会影响电影在春节档的首日排片比重,《飞驰人生3》有望拿到最高的排片占比。此外,从社交媒体讨论热度看,计划于大年初三重映的纪录片《重返·狼群》在抖音、小红书等社交平台上阅读量和讨论度都实现了断层领先。按照往年的经验,在社交平台上具有正面讨论优势的电影更有利

于实现票房的转化,这也让《重返·狼群》有望成为春节档的黑马。

长三角电影市场研究中心秘书长陈丹向《证券日报》记者表示,从业者对今年春节档影片票房潜力普遍持乐观态度,预计票房超10亿元的影片数量有望达到4部,头部影片有望冲击30亿元乃至更高的票房。

据灯塔专业版分析,在“史上最长春节假期”、下沉市场活跃等多重利好下,要想在“多强争霸”的格局中赢得先机,影片不仅需要过硬的品质和鲜明的类型定位,更需有效触达三四线城市的观影主力。2026年春节档的竞争,已从单点爆款转向系统化运营。谁能再内容、宣发与用户洞察上形成合力,谁就更有可能在这场全民观影盛宴中脱颖而出。

兼顾“稳增长”与“防风险”  
开年以来地方债券发行加速

本报记者 韩 岚

量隐性债务,优化地方债务结构、缓释偿债风险。

以月为维度看,今年1月份,各地发行约8633亿元地方债券,较2025年1月份(约5576亿元)增长54.8%。

《证券日报》记者据Wind资讯数据统计,截至2月8日,各地已发行约14430亿元地方债券,较2025年同期(约6338亿元)增长约127.7%。从债券类型看,截至2月8日,各地年内发行约5020亿元新增专项债券、约5567亿元用于置换存量隐性债务的再融资专项债券,二者占比分别达到42.6%、29.5%。

于晓明分析,1月份地方债券发行规模同比大增近55%,资金聚焦新质生产力、民生基建与安全领域,发行机制效率提升,经济大省发行规模领跑,兼顾了稳增长、惠民生与防风险的多重目标。

宋向清认为,开年以来,新增专项债券以及置换存量隐性债务的再融资专项债券成为主力,占比最高。这清晰体现出今年地方债券发行服务于“稳增长”和“防风险”的双重政策目标。一方面通过新增专项债券的稳定发行,保障市政、交通、产业园区等领域有效投资,助力基建补短板和重点项目落地;另一方面,也凸显出当前地方财政工作将防范化解隐性债务、防范区域性财政风险放在优先位置。

打造消费新引擎  
体育赛事经济潜力有望持续释放

本报记者 张梦逸

下,政策进一步发力释放赛事经济潜力,推动赛事经济蓬勃发展。

国务院办公厅1月29日发布的《加快培育服务消费新增长点工作方案》在培育潜力领域发展方面提出,“增加优质赛事供给,鼓励引进一批国外优秀体育赛事,支持地方举办群众性体育赛事”“加快重点赛事市场化、商业化运作,推动赛事消费发展”。

艾都在前述国务院政策例行吹风会上表示,国家体育总局将聚焦难点堵点问题,尽快释放赛事经济发展潜力。

“政策支持将为赛事经济发展提供关键引导与保障。”苏商银行特约研究员付一夫在接受《证券日报》记者采访时表示,赛事经济具有高融合性、强带动性和高体验性特点,能激发消费活力,为经济增长注入持续动能。政策层面通过简化审批、资金扶持等措施,能有效破解赛事经济堵点难点。

## 牵引效应日益凸显

作为消费新增长点,近年来,体育赛事的牵引效应日益凸显。从“村超”“苏超”到“浙BA”(浙江城市篮球联赛),各地以赛事带动文旅等消费,并发力将赛事“流量”转换为经济增量。

北京改革发展研究会特约研究员田惠敏在接受《证券日报》记者采访时分析称,赛事具有强引流性与高集聚性,能在短时间内汇聚大规模人流,同时,赛事消费链条延展性强,涵盖“赛前训练—赛中观赛—赛后旅游”全周期,能带动关联消费。

以“浙BA”为例,2025年,“浙BA”累计开展相关赛事452场,现场观赛163万人次,“第二集中观赛点”观赛447万人次,网上直播总观看量5.1亿,直接带动文旅消费超31亿元。

从更大范围来看,数据显示,国家体育总局在河北、福建、四川等7地开展赛事带动消费监测试点,2025年共监测重点赛事1947场,实现带动消费431.28亿元,场均带动消费2215.1万元。

付一夫表示,赛事可直接拉动门票、周边商品及现场服务消费,此外还将延伸至旅游、交通、住宿、餐饮等领域,显著放大消费规模。长期来看,赛事还可激发大众参与热情,促进体育装备、培训等衍生消费。

## 赛事经济蓬勃发展

在扩大内需、拉动消费的大背景下

或存在非法集资、非法经营证券期货业务等监管风险,可能受到中国人民银行、中国证监会等部门的监管处罚。

《通知》明确了相关法律责任,一方面,在业务层面,违反规定开展虚拟货币、RWA代币化相关金融活动,以及为虚拟货币、RWA代币化相关业务提供服务的,依照有关规定予以处罚;构成犯罪的,依法追究刑事责任。

业内人士表示,目前,我国境内禁止开展RWA代币化业务,境内企业或个人在境内开展RWA代币发行和融资活动,可能涉及非法集资、诈骗、非法发售代币票券、擅自公开发行证券、非法经营证券期货业务等非法金融活动和违法犯罪活动。

国泰海通证券首席信息官俞枫对《证券日报》记者表示,目前我国金融管理部门未批准任何RWA代币化业务,境内金融机构开展RWA业务