



春节消费礼包有什么

九部门印发“乐购新春”活动方案,以旧换新补贴、消费红包齐上线

据央视 2月2日,商务部等九部门印发《2026“乐购新春”春节特别活动方案》(以下简称《方案》),涵盖春节期间“吃、住、行、游、购、玩”等多方面。

活动时间为2月15日至23日(春节假期期间),旨在繁荣节日市场、丰富群众文化生活、激发假期消费活力,打造全域联动、全民乐享的春节消费盛宴。

《方案》还提出“有奖发票”“以旧换新”“金融助力”“跨界融合”“便利入境”五大支持措施,精准发力,覆盖消费全场景、全链条。

鼓励开展购物抽奖等活动

指导有奖发票试点城市精心设计方案,在春节期间加大奖金投放力度,让消费者通过消费赢彩头、添喜气、得实惠。

鼓励其他地区整合各方资源,因地制宜组织开展购物抽奖、消费补贴、消费返券等活动,吸引消费者广泛参与。

增加以旧换新补贴数量

鼓励各地增加春节期间消费品以旧换新补贴数量,加大线下实体零售支持力度,动员企业春节期间持续开展汽车、家电、数码和智能产品相关展销活动,引导企业打造智能终端等产品体验专区,对到店体验消费者给予更多优惠,加大政策解读和线下体验式消费宣传力度,营造浓厚换新氛围。

推出消费红包、消费立减等优惠

鼓励金融机构与重点商户合作,策划春节专属活动,推出消费红包、消费立减等优惠,扩大活动覆盖面。

结合地方促消费活动,推出支付满减、积分抵现等优惠措施,鼓励使用数字人民币智能合约消费红包。

充分满足小额现金需求,加强手机红包技术保障。金融机构保障适网点开门营业,满足群众金融服务需求。

鼓励各领域商家企业联合推出“乐购新春票根福利”

鼓励各地发动餐饮住宿、文旅景区、戏剧演出、艺术展览、体育赛事、交通出行等领域商家企业,联合推出“乐购新春票根福利”,如酒店住宿获赠景区门票、餐厅用餐获赠观影折扣、观看演出获赠打车优惠券等,串联春节典型消费场景。

发挥平台企业线上引流作用,促进线上线下均衡发展。

便利入境消费

鼓励各地发布多语种春节民俗地图,引导国际旅客参与感受中国非遗、民俗活动。根据市场需求,在国际航线上增加运力投入,提供入境游“民航+文旅”组合产品。聚焦重点场景,持续完善银行卡、移动支付、现金服务等支付环境,便利入境游客支付。

推出“新春焕新家”惠民促销

联动家居卖场、家电品牌、家装企业,推出“新春焕新家”惠民促销。

组织连锁酒店、精品民宿、度假村等,开展“新春好好住”主题活动,推出连住优惠、家庭套房礼包、新春迎客礼、错峰住宿券等优惠措施。

民航、铁路部门增加运力

民航、铁路部门增加运力,优化空铁联运产品。

鼓励航空公司开展机票抽奖、提供春节特供飞机餐,联合机场丰富航空文旅产品供给,优化特殊需求旅客服务。

铁路部门提升节日运输供给能力,加大非紧张时段和运输方向车票优惠力度,扩大“静音车厢”实施范围,推行行李取送、雪具随行等便利措施。

鼓励各地指导加油站设置“新春补给站”,提供热水、应急药品等便民服务。

开展消费月活动

开展全国春节文化和旅游消费月活动,结合冬季和春节特点,推出应季应景的特色文旅活动和消费惠民措施。

支持各地举办庙会、灯会、非遗展演、文博展览、冰雪嘉年华等活动。

开展“跟着电影去旅游”“跟着电影赏非遗”“跟着非遗去旅行”活动。

铁路部门组织开行特色旅游专列。

支持文旅领域经营主体推出优惠早鸟票等,引导消费者错峰出游。

鼓励举办年货展销

组织百街千圈、千集万店开展“好礼享不停”活动,指导重点商圈(步行街)、品牌门店、离境退税商店等线下实体店备足优质货源,联动开展惠民促销。

鼓励商场、步行街、夜间文旅消费集聚区、社区公园等开辟市集专区,举办年货展销。

开展非遗年货购物月、网上年货节、外贸优品中华行,甄选国货潮品、国际精品、外贸优品,让全球好物成为中国年货。

支持县域地区举办年货大集,组织土特产品进商圈、进景区、进社区。

鼓励商场、超市、快递、农批农贸市场等合理安排营业时间。

鼓励各地推出春节档观影优惠

鼓励各地推出春节档观影优惠,开展“跟着电影品美食”等新春福利活动。

鼓励文艺院团开展精品剧目春节特别展演。倡导文艺工作者结合返乡探亲、外出旅行,在公园、社区、乡村开展公益演出、书春送福等文化惠民活动。

举办全民健身大拜年活动,开展丰富多样的群众体育赛事和活动。

鼓励热门博物馆、美术馆等文博场馆在春节期间适当延长开放时间,扩大接待规模,支持符合条件的公共体育场馆因地制宜免费或低收费开放。

鼓励各地设置年味美食市集

《方案》提出,结合开展中华美食荟、老字号嘉年华活动,组织餐饮名店、老字号餐饮企业、地方特色小吃等,推出年夜饭套餐、新春团圆宴,推出美食增值服务,如现场表演、免费小吃、幸运抽奖等。

鼓励各地发布美食地图,结合本地实际在步行街、公园、社区等设置年味美食市集,举办美食大赛、厨艺比拼、晒晒我家的团圆饭等活动,结合各类美食活动推广节日热销商品,吸引更多群众一起“寻味中国年”。

怎么买?

怎么玩?

好行

好玩



春节红包大战打响 大厂AI应用是主角

2日,千问App宣布投入30亿元启动“春节请客计划”,淘宝闪购、飞猪、大麦、盒马、天猫超市、支付宝等阿里生态业务也将加入千问春节攻势。

此次千问30亿元“春节请客计划”,在阿里历史上的春节活动中投入最大,在今年春节大厂AI大战中投入金额也最高。

据千问App官微,“千问春节请客计划”将于2月6日正式上线,强调“吃喝玩乐,免单不停”,还有大额现金红包,但官方尚未透露具体的活动形式。

此前,1月25日,百度发布文心助手关于春节现金红包活动的通知。自1月26日至3月12日,用户在百度App使用文心助手,就有机会瓜分5亿现金红包,最高可获得1万元奖励。百度App还将作为首席AI合作伙伴合作2026年北京台春晚,同时上线近百种春节主

题AI玩法。

字节跳动的重心则主要集中在春晚。字节跳动旗下的火山引擎已成为2026年央视春晚独家AI云合作伙伴。火山引擎将深度参与到春晚节目、线上互动和视频直播中,以科技之力为这场全球华人的团圆盛宴添彩。

互联网大厂扎堆春节AI营销,无疑是愈发意识到,AI应用或成下一个超级流量入口。今年春节AI大战虽然已硝烟弥漫,但大厂对AI应用这一超级入口的争夺尚未进入深水区,未来如何将红包吸引的“羊毛党”转化为忠实用户,这是大厂接下来面临的更大考验。这场战役不仅是技术与营销的比拼,更是生态与格局的重塑,最终将深刻影响未来数年互联网行业的发展方向。