

春节假期消费火热 银联“乐购新春”助力市场升温

2026年春节假期，全国消费市场迎来“开门红”，为期9天的春节假期释放出强劲的消费活力。中国银联作为国家重要金融基础设施，始终将服务国家战略、保障支付畅通视为己任。紧扣商务部、中国人民银行、金融监管总局联合印发的《关于加强商务和金融协同更大力度提振消费的通知》等文件要求，联合商业银行等产业各方持续构建全方位消费促进体系，将金融活水精准灌溉至消费末梢。

政策响应有力度：

多维并举，精准灌溉激发市场潜能

今年春节期间，中国银联积极响应国家促消费、扩内需号召，携手商业银行等产业各方启动“乐购新春”2026年促消费活动，以高效便捷的支付服务覆盖购物、餐饮、出行、文旅等全场景，确保财政补贴安全、高效触达消费者。从支付畅通到场景融合，“以旧换新”带动线下消费热度，有奖发票成为拉动消费新热点，票根经济推动文旅体育融合，多元消费场景交织共融，助力马年春节年味更浓、活力更足，实现了政策红利与市场活力的精准对接。

全域消费有热度：

杠杆激活，多元消费呈现新增长极

政策的有力响应，迅速转化为市场的消费热度。中国人民银行发布的数据显示，2026年春节假期，银联、网联共处理支付交易393.02亿笔，金额13.12万亿元，日均交易笔数和金额同比分别增长37.45%和19.26%。透过春节数据，商品消费领域呈现出三大特征：

一是消费向线下实体场景加速回流。2026年，中国银联支持各地政府继续开展“以旧换新”活动，并联合商业银行推出叠加优惠，让消费者在升级品质家电的同时享受更优惠的价格。“以旧换新”拉动新春消费升级，吸引消费者在实体卖场体验成交，更有效撬动交



通、百货、品牌专卖店等周边多元消费，线下客流显著回升。用户在线下参与“以旧换新”活动，同步出现跨场景消费动线，例如乘坐公交地铁等交通出行类消费、购买奶茶小食或饭店就餐等餐饮类消费，以及服装、百货等其他产品，银联联合商业银行、品牌商户，联合开展“银联优惠日”品牌营销，推出覆盖购物百货、茶饮轻餐、公交地铁、酒店、影院等热门场景的支付优惠，激发商圈消费活力。

二是人工智能家电成为热门年货。新春佳节，在“以旧换新”政策的支持下，AI家电成为年货“顶流”，越来越多的家庭加速迈入“从有到智”的新阶段。在上海五角场苏宁易购Max店，根据食材调整温湿度的智能保鲜冰箱、主动识别衣物材质实现精细护理的洗烘一体机、能听懂方言并识别模糊指令的智能电视，成为门店受欢迎的AI家电“三大件”。在“国补”政策的持续加力下，居民自主消费意愿增强，相关品类交易规模显著放大，显示出财政资金与民间消费动力的良性互动。

三是下沉市场消费潜力集中凸显。2026年，大规模“回家过年”的返乡潮使下沉市场成为拉动内需的新增长

极。年轻人春节返乡也将科技生活带回老家，苏宁易购零售云数据显示，春节期间大容量冰箱、洗烘套装同比增长95%。同时，依托乡村渠道政策普及、搭建乡镇合作网点等方式，下沉市场消费潜力进一步释放。

业态创新有新度：

票根经济兴起，新型消费扮靓假日生活

衡量消费活力看“热度”，衡量消费潜力看“新度”。与商品消费的稳健增长相比，服务消费展现出更强的创新活力。

文旅体育融合“票根经济”，激活全场景消费潜力。正是今年春节最具“新意”的亮点。9天春节长假，全面激活文旅消费潜力。银联持续深化与文化和旅游部“百城百区”活动合作，结合各地特色推出吉林冰雪消费券、跟着春晚游义乌、请到广东过大年、上海国际度假区享券券等文旅活动，覆盖酒店、景区、餐饮、演艺等多元业态。结合春节观影热潮，银联积极联动国家电影局，推动“跟着电影品美食”“跟着电影去旅游”等活动落地，观影用户在餐饮、购物等场景继续进行二次消费，形成多

点联动的消费图景。

有奖发票活动点燃民生消费活力。“你开发票抽奖了吗？”“我过年期间用发票抽奖试试手气，抽中好几次，有一次中了100元呢。”这个春节，有奖发票成为消费者热议的话题。1月起，商务部、财政部、国家税务总局联合开展有奖发票试点，银联积极联动各地政府，快速打造综合解决方案，承建活动平台，在春节前集中上线有奖发票活动，支持发票上传、核验、抽奖、补贴发放全流程。截至目前，累计覆盖中央及地方出资的84个城市。为积极联动银行促消费，有奖发票活动还面向商业银行开放，用户在工银E生活、招行掌上生活等银行App也可参加。在河南地区，除郑州、开封作为全国50个试点城市上线活动外，南阳、三门峡、济源、焦作等地也同步开展地方性的发票活动，通过即开即奖、定期开奖等玩法，搭配消费券、红包、实物奖品等各种奖励，一笔一笔抽中的小惊喜为消费者增添了“开盲盒”的惊喜感，也进一步激发了市场的消费热情。

新型消费与“China Travel”入境消费交相辉映。云闪付App推出的“玩赚新春·福满华夏”主题营销活动，用户可以通过集地标卡的趣味活动赢取红包奖励。新春期间活动火爆，累计参与用户数达2148万户。依托春节消费旺季，活动有效激发用户二次消费意愿，带动消费交易超4000万笔。与此同时，随着免签政策的扩容和支付便利化的提升，入境游在春节期间迎来爆发式增长。银联持续开展“锦绣行动”，扩大离境退税覆盖范围，推出“Ni hao China”App为境外来华人员提供一站式服务。

春节消费的火热图景，彰显了国内消费市场的强劲韧性与巨大潜力。未来，银联将继续践行“支付为民”理念，深化与产业各方合作，共绘消费升级新画卷，为经济高质量发展注入澎湃动力。

(据新华社)

中国建设银行呼和浩特汇雅风尚支行为行动不便客户提供上门服务

近日，中国建设银行呼和浩特汇雅风尚支行通过主动、高效的上门服务，成功为一名行动不便的客户办理了业务授权手续，以实际行动解决特殊客户群体的金融服务难题，赢得了客户及家属的由衷感谢。

据了解，1月25日，一位客户焦急地来到中国建设银行呼和浩特汇雅风尚支行，咨询业务办理事宜。经工作人员耐心询问，得知其亲属因身体原因，无法亲自前往银行办理一项按规定必须由本人确认的业务。了解这一特殊情况和客户的迫切需求后，网点工作人员立即响应，向客户详细说

明了银行针对特殊客户群体提供的上门服务政策和具体申请流程，现场受理了服务申请，并细致记录了客户信息与具体需求。随后，工作人员迅速与需要办理业务的客户本人取得联系，进一步沟通确认业务细节与办理意愿，并协同客户家庭商定了上门服务的时间安排。

1月26日下午，该支行两名工作人员严格按照业务规范与上门服务流程，携带必要的业务资料与设备，准时抵达客户家中。服务过程中，工作人员首先认真核对了客户的身份信息，并关切地了解了客户的身体状况与意

识清晰程度。在确认客户神志清醒、具备完全民事行为能力后，工作人员以通俗易懂的语言，向客户及在场家属详细、清晰地说明了待办业务的具体内容、授权范围、相关权利义务及潜在风险，确保客户在充分知情的前提下自主决策。在客户明确表示同意并自愿委托后，工作人员悉心指导客户完成了相关授权文书的规范填写与签署，全程操作严谨、记录完整，切实保障了业务合规与客户权益。

“以客户为中心”不仅仅是一句服务口号，更是体现在每一次想客户之所想、急客户之所急的实际行动中。此次

上门服务，是建设银行坚守金融服务人民性、持续优化客户体验的一个缩影。

下一步，中国建设银行呼和浩特汇雅风尚支行将持续关注老年人、行动不便者等特殊客群的金融服务需求，不断完善和细化上门服务、预约服务等便民惠民举措，致力于提供更有温度、更加精准、更具人文关怀的金融服务，切实履行国有大行的社会责任与担当，努力提升每一位客户的金融获得感与安全感。

(马晓楠)