



LIANHE
IDENTIFICATION
EVALUATION

IMPACT PLAN

2026 年春节零售市场数据点评

联合资信 工商评级一部

2026 年春节假期期间，零售消费需求整体保持修复，9 天假期安排叠加中央与地方促消费政策工具，对节前采购与假期消费形成阶段性支撑，线下商圈活跃度回升，部分节日属性品类及以旧换新相关品类表现较好。需要关注的是，春节数据具有季节性与政策扰动特征，展望后续，零售行业景气度的持续改善更取决于宏观层面居民收入与就业预期修复、财政促消费与结构性补贴政策的延续力度及投放节奏、居民资产负债表与消费信心变化的影响。在上述条件边际改善的情形下，叠加新业态渗透率提升与供给侧服务能力优化，零售行业需求有望延续温和修复。



联合资信评估股份有限公司
China Lianhe Credit Rating Co., Ltd.

一、春节期间零售业运行情况

2026年春节假期期间，消费需求保持修复。分业态看，线下实体零售增幅显著，重点商圈客流量和营业额同比提升；即时零售订单同比增幅较快，成为线上消费增长的主要驱动因素。从消费品类看，金银珠宝、食品、服饰等节日属性品类，以及在以旧换新政策带动下的通信器材等品类增速较高；受消费习惯变化影响，礼赠型高端烟酒需求相对偏弱，智能、绿色、健康类商品消费增长。

2026年春节假期（9天）期间，居民消费活动保持修复态势。假期安排增加了节前可支配时间，对节前采购、出行准备及礼品购置等需求形成一定支撑。根据商务部商务大数据监测显示，春节假期前两天，全国重点零售和餐饮企业日均销售额同比增长10.6%，节前消费拉动效应显著。与此同时，超长假期对跨区域出行、家庭团聚与文旅休闲活动提供更充分的时间条件，对零售、餐饮、文旅消费形成支撑。假期全周期看，商务部商务大数据监测显示，全国重点零售和餐饮企业日均销售额较2025年春节假期增长5.7%，增速较2025年加快1.6个百分点。

分业态来看，线下商圈热度回升。商务部重点监测的78个步行街（商圈）客流量及营业额较去年春节假期分别增长6.7%和7.5%，核心商圈对假期消费的承载作用提升。其中，春节假期期间，百货零售日均销售收入同比增长39.3%，互联网零售在2025年高基数基础上日均销售收入同比增长10.4%。春节并非电商行业旺季，一方面受快递运力不足影响，一方面系消费者“囤货”需求减少，但对于便捷购物的需求明显提升，尤其是生鲜、食品、日用品等即时性商品的需求旺盛，带动及时零售平台销量增长。春节期间，即时零售订单量同比大幅增长，成为线上消费增长的核心引擎，即时零售平台京东七鲜线上订单量同比增长102%，美团及大众点评年夜饭预订订单量同比增长超3倍。

从商品结构看，部分节日属性与换新需求相关品类表现较好。中国商业联合会监测显示，春节期间金银珠宝类商品日均零售额同比增长33.4%，一线城市金银珠宝类商品销售激增；食品类商品日均零售额同比增长23.0%，服装类商品日均零售额同比增长17.3%，其中运动服品类表现突出；在以旧换新政策推动下，通信器材类商品日均零售额同比保持两位数增长。除此之外，随着居民消费习惯的转变，礼赠型高端烟酒需求走弱，智能、绿色、健康类商品消费增长消费更偏向刚需与性价比。根据商务大数据，春节假期期间，重点平台智能眼镜、具身智能机器人销售额较去年春节假期分别增长47.3%和32.7%，节水卫浴器具、有机食品分别增长23.2%和26.5%。

二、春节期间促消费政策

春节假期期间，促消费政策对零售需求回升形成重要支撑。“乐购新春”主题活动与以旧换新补贴、发票激励试点及地方消费券等政策工具叠加，通过提高补贴覆盖范围与可得性、扩大优惠适用场景、降低居民消费成本，在边际上改善消费预期并带动部分品类与线下场景交易活跃度提升。

2026年2月2日，商务部会同有关部门印发《2026“乐购新春”春节特别活动方案》，围绕繁荣节日市场、丰富文化供给与激发假期消费活力，部署春节期间促消费活动安排。据国新办2月11日发布的信息，各地在春节假期期间安排约20.5亿元地方促消费资金，通过发放消费券、补贴、红包等方式对居民消费形成直接支持。同期，商务部会同国家发展改革委、财政部下达首批625亿元中央补贴资金至各地商务部门，推动以旧换新等补贴政策在假期加大投放，并保障符合条件的消费者按政策要求申领补贴。

在税务发票促消费工具方面，商务部、财政部、税务总局在50个城市开展有奖发票试点，半年实施期内计划安排100亿元奖补资金，其中春节假期奖金规模超过10亿元；消费者在试点城市购物、餐饮、旅游、住宿等场景取得票面金额在100元及以上的发票，可按规则参与抽奖。此外，金融机构与支付机构联合商家推出多种“乐购新春”优惠措施，覆盖交通出行、酒店住宿、餐饮消费与景区门票等主要消费场景。

商务部数据显示，2026年春节假期期间，以旧换新政策对耐用消费品需求形成支撑。截至2月23日，2026年消费品以旧换新惠及3112.7万人次，带动销售额2070.3亿元。春节假期期间，6类家电以旧换新产品及4类数码和智能购新补贴产品共计销售510.6万台，较2025年春节假期增长21.7%。在补贴申领保障与配套促消费活动共同作用下，相关品类销量增速维持较高水平。

三、总结

2026年春节假期期间，零售消费需求整体保持修复，9天假期安排叠加中央与地方促消费政策工具，对节前采购与假期消费形成阶段性支撑，线下商圈活跃度回升，部分节日属性品类及以旧换新相关品类表现较好。需要关注的是，春节数据具有季节性与政策扰动特征，展望后续，零售行业景气度的持续改善更取决于宏观层面居民收入与就业预期修复、财政促消费与结构性补贴政策的延续力度及投放节奏、居民资产负债表与消费信心变化的影响。在上述条件边际改善的情形下，叠加新业态渗透率提升与供给侧服务能力优化，零售行业需求有望延续温和修复。

联系人

投资人服务 010-85172818-8088 investorservice@lhratings.com

免责声明

本研究报告著作权为联合资信评估股份有限公司（以下简称“联合资信”）所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用须注明出处为“联合资信评估股份有限公司”，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。未经授权刊载或者转发本研究报告的，联合资信将保留向其追究法律责任的权利。

本研究报告中的信息均来源于公开资料，联合资信对这些信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本研究报告所载的资料、意见及推测仅反映联合资信于发布本研究报告当期的判断，仅供参考之用，不构成出售或购买证券或其他投资标的要约或邀请。

在任何情况下，本研究报告中的信息和意见均不构成对任何个人的投资建议。联合资信对使用本研究报告及其内容而造成的一切后果不承担任何法律责任。