



2026年春节消费指南发布

市市场监管局提醒:安心消费 依法维权

为切实保障广大消费者节日期间合法权益,市市场监管局联合市消费者委员会近日正式发布2026年春节消费指南,从年货采购、餐饮消费、网络购物、春节出游四大场景,为市民提供全方位消费指引,并明确维权途径。

■记者 潘世新 通讯员 李爽 邵志娟

年货采购: 理性消费 警惕陷阱守安全

年货采购环节,市市场监管局建议消费者优先选择证照齐全的正常商超、农贸市场或品牌专卖店;网购办年货时,需留意店铺是否公示营业执照及相关行政许可信息,确保购物渠道合法安全。购买商品时,要仔细核查食品生产日期、保质期、成分表及储存条件,散装食品需关注容器密闭性、是否覆盖保鲜膜,坚决抵制无厂名、厂址、标签的“三无”产品。

面对各类“豪华礼盒”,消费者需保持理性,警惕虚高定价,仔细研读促销规则,明确使用条件与期限,防范“先涨价后降价”等虚假折扣陷阱。办理美容、健身等预付卡时,务必与商家签订书面合同,明确使用期限、退款条件等关键条款;老年消费者需格外警惕保健食品“医疗功效”不实宣传,远离“免费讲座”“礼品赠送”等营销陷阱,同时践行绿色消费理念,主动拒绝过度包装礼品,选购保健食品时需认准产品包装上的“蓝帽子”标志及批准文号。

餐饮消费: 明辨资质 健康节俭两不误

节日餐饮消费需重点关注安全与透明,外出就餐或预订年夜饭时,消费者应优先选择证照齐全、实施“明厨亮灶”的餐饮单位。“明厨亮灶”需公开厨房环境卫生、冷食类食品加工等重点内容,消费者可通过透明玻璃窗查看后厨情况,或核对店内公示的“食品安全承诺牌”及监管信息以确认商家资质。

预订年夜饭时,需提前与商家明确菜单内容、菜品价格、服务费、最低消费标准及定金退还政策等细节,建议签订书面协议,确保消费透明可控;餐饮单位需按规定对年夜饭进行备案、留样,落实食品安全主体责任。用餐时践行“光盘行动”,按需点餐,剩菜打包后及时冷藏,再次食用前彻底加热;倡导使用公筷公勺,降低交叉感染风险。

网络订餐需优先选择近距离商家,收到餐品后核查包装完好度及餐品温度,谨慎购买凉菜、生食、冷加工糕点等高风险食品,保障饮食安全。

网络购物: 筑牢防线 留存证据防纠纷

春节期间线上消费需求激增,市市场监管局提醒消费者,网购需选择资质齐全的正规电商平台,仔细核查店铺营业执照及行业许可;参与直播

购物时,需核实主播及机构资质,避开无备案个人社交账号、临时弹窗链接等非正规渠道,切勿脱离平台交易,全程使用平台内置支付工具,杜绝私下转账、添加微信交易,防范资金风险。

面对“限时秒杀”等促销活动,需保持冷静,可通过比价工具核实商品历史价格,不轻信食品具有治疗效果等虚假承诺;购买食品、化妆品等重点品类时,可要求商家出示检测报告,确认正品后再付款。交易全程需留存商品宣传截图、直播录屏、订单详情、支付凭证及物流信息等证据,签收商品时当场查验,易碎、贵重商品建议全程录像,发现破损可拒收并拍照存证,为后续维权提供支撑。

春节出游: 谨慎规划 严守安全不松懈

春节出游需提前做好规划。跟团旅游应选择资质齐全的正规旅行社,签订书面合同,明确行程安排、费用明细、退改政策及违约责任,警惕“低价团”“购物团”暗藏的强制购物、擅自加价风险。通过正规平台预订酒店、门票时,提前确认房型、入住时间及团购券使用规则,避免纠纷。

在景区就餐购物时,留意商品计价单位,对未明码标价行为及时留存证据。乘坐大型游乐设施前,务必查看入口处张贴的有效《特种设备使用标志》,确认标志在有效期内,仔细阅读安全须知并听从工作人员指挥;家长需全程看护儿童,确保其正确使用安全带、安全压杠等防护装置,设备运行时切勿将身体部位伸出舱外,发现设备异常立即向工作人员报告,切勿擅自操作。

维权指引: 留存凭证 依法维权有途径

市市场监管局强调,消费者在春节消费全过程中,应主动向商家索取并妥善保管合同、发票、支付记录等关键凭证,此类材料是依法维权的重要依据。若发生消费纠纷,首先与商家或平台友好协商;协商不成的,可通过“全国消协智慧315平台”向消协组织投诉,涉及市场监管领域的纠纷,可通过“全国12315平台”(App、微信公众号、小程序)或拨打12345、12315热线投诉。

据悉,12315热线春节期间正常受理投诉,实行24小时值守,相关部门组建应急处置队伍,对需现场处理的案件快速响应、当场处结,全力保障消费者合法权益,让市民在安心消费中感受新春节味。

电子“三件套”装点年轻人“赛博新年” 春节消费注入新潮气息



一位市民正在定制专属的马年电子红包封面。

■文、图/记者 王琪

春节进入倒计时,当长辈们忙着采购糖果、干货等传统年货时,十堰一批年轻人已将目光投向“电子版”新年装备。刚从深圳返乡的“00后”设计师王雨,年货清单上没有瓜子花生,取而代之的是视频会员、AI生成拜年短信和限量版红包封面。如今,年轻人正用各类新式电子年货,装点独具特色的“赛博新年”,为传统春节注入新潮气息。

电子年货成新宠 主打个性与仪式感

手机提示音“叮”的一声响起,一款马年生肖主题微信红包封面弹出,王雨熟练地将其收入囊中——这已是她为春节准备的第三款电子年货。“工作第一年,想用年轻人的方式给家人朋友送惊喜。”王雨展示了她花6元购买的定制红包封面,上面印有自己的姓氏和手绘风格的生肖马,简约又有专属感。

传统年货市场正悄然发生变革。在超市货架前,26岁的李明推着购物车,除了给父母准备的传统年货,他的线上“购物车”里还躺着两件特殊“货品”——视频平台会员和春节限定游戏皮肤。“年货不只是吃穿用度,能带来情绪价值的虚拟商品,如今也是新年必备。”李明说,每年春节他都会给家人买视频会员,“算是一份实用的电子礼物,全家都能共享。”

与传统年货相比,电子年货单价不高,普遍在几元到几十元之间,却能精准满足年轻人对个性化和仪式感的追求。其中,红包封面、拜年表情包和定制壁纸,成为年轻人追捧的电子年货“三件套”。

AI拜年受追捧 让祝福更高效有新意

春节临近,年轻人开始用各类AI工具生成拜年内容,让传统祝福变得

更高效、更具创意。“我用AI生成器制作了家庭拜年视频,上传几张全家福照片,输入祝福语,几分钟就生成了一段动态视频。”刚参加工作的小刘说,这种新颖的拜年方式,让远在老家的亲戚既惊喜又温馨。

记者了解到,各大互联网公司的AI产品纷纷推出春节主题功能,从AI写春联、生成拜年大片,到智能陪看春晚,AI正全方位参与春节互动。这些工具不仅降低了创意门槛,还能让春节祝福更具个性化。一位市民使用AI生成拜年短信后表示:“比自己琢磨的祝福语更有文采,还节省了大量时间,发给不同亲友还能定制专属内容。”

消费变迁背后 年味从物质转向精神体验

电子年货的兴起,背后是春节消费的深刻转变——从家庭集体物资储备,转向个人悦己体验;从单纯的物质满足,转向更高层次的情绪价值追求。Z世代年轻人更注重个性表达与情绪满足,他们用自己熟悉的数字生活方式,重新定义年货,推动春节消费从物质层面,走向更具深度与温度的精神体验。

《2025 Z世代情绪消费报告》显示,超9成青年认可“情绪价值”,56.3%的青年愿意为情绪价值买单。“买一个喜欢的红包封面,每次发红包时心情都会变好。”王雨说,虽然这些都是虚拟商品,却能带来真实的快乐,这就是值得的。

“小时候,年货就是一袋糖果、一套新衣服,盼了一整年就为这一口甜、一身新。”今年35岁的张先生回忆道,“现在年轻人买电子年货,和我们那时置办年货的心情是一样的,都是对新年的美好期盼。”

心理学专家表示,年轻一代将数字生活方式作为“好礼”分享给亲友,追求的是与众不同的新意和贴心贴心的体验。这种消费观念的转变,让年货不再单纯是使用价值的载体,更成为年轻人表达情感、彰显个性的宣言。