

2月10日,习近平总书记在隆福寺街区新春市集考察时说:“隆福寺烟火气很浓。过去有一句老话叫‘南有夫子庙,北有隆福寺’,这里的历史文化积淀是很深的,我们一定要传承弘扬好。特别是北京,作为千年古都,要把传统和现代有机融合在一起。”

连日来,循着千年古都的烟火气,经济日报记者走进北京独具特色的街区商圈,品读城市更新的精耕细作,体会古韵与潮流的交织交融。

### 今昔交融

北京稻香村“零号寻宝馆”里,人头攒动,顾客们争相购买开花枣、蜜三刀等爆款产品。营业员王丽雅手里忙个不停,称重、装盒、结账,一气呵成。“食品厂的师傅已在加紧生产,尽量让大家都能买到。”

顺着人流来到隆福寺中心广场,新春市集红红火火。“隆福马”雕塑前聚集起等着拍照的游客。吆喝声、欢笑声、戏曲声交织,像一幅流动的年画。

“对喽,就是这个热闹劲儿!”74岁的王惠住在东城区东四五条流水东巷。她告诉记者,“小时候过年,就常来这儿买点心,如今又热闹起来了。”

“年味,就是在人气和烟火气中慢慢升腾的。”北京新隆福文化投资有限公司总经理助理高天亮说。从明清时期的皇家香火院,到民国时期的“庙师之冠”,再到上世纪80年代的传统百货,隆福寺承载着北京绵长的烟火气。熙攘的人群、香气四溢的美食,再加上声声入耳的非遗展演,重现昔日庙会“百货具陈,人流如织”的盛景。

今年新春市集以“福”文化为核心主线,30多家老字号扎堆亮相,传统小吃、非遗手作和草本咖啡、调酒机器人,在同一条街巷并肩而立。传统市集里的现代元素融入得自然而然,珠联璧合。

向东3公里,风景大不同。在朝阳区朝阳门外大街,超大曲面LED冰屏与一众青年潮流品牌映入眼帘。曾经老旧的百货大楼,变身盒子造型的THE BOX朝外年轻力中心。艺术展示、潮流快闪等新场景新业态,吸引年轻人“打卡”。2年多时间,街区客流量累计超2500万人次,其中七成是15岁至29岁的年轻人。

今年春节,朝外UIC街区迎来北京首个年轻力主题庙会。夜幕降临,大型花灯和艺术雕塑错落分布,传统琉璃牌楼与众多现代熊猫潮玩IP展开对话,传统意象与潮流表达在同一空间交汇,吸引游客驻足留影。

“我们希望,国宝熊猫能以更年轻的方式融入节日生活。”北京朝阳文旅发展集团有限公司策划运营部经理朱梦娇介绍,北京动物园的“西直门三太子”萌兰、成都大熊猫繁育研究基地的大熊猫“和花”等10余个“顶流”IP集中亮相,近百只“熊猫”在同一条街上完成跨界联动。

### 老城焕新

“让城市留住记忆,让人们记住乡愁”,始终是北京城市现代化进程中的重大命题。隆福寺600年的历史,使其拥有厚重的文化底蕴。通过更新改造,重塑空间肌理、创新文化体验,隆福寺二期于2025年9月启动开业。青灰色建筑群中,汇聚了一批底蕴深厚的老字号,也涌动着市集等鲜活的消费场景。

漫步街区,胡同街巷承载着记忆,历史痕迹触手可及。城市更新,不是简单的“翻新”,而是通过“修旧如旧”与“破旧立新”并存的时空叠印,既延续着这座城市的情感与故事,也让新的文化、艺术与生活方式在此自然生长。

“我们参与隆福文化街区修缮提升,为项目提供14.5亿元城市更新专项贷款。”他说,近年来,中国银行北京市分行已为28个城市更新项目提供授信支持约520亿元。

如果说隆福寺展示的是老城如何在保护中焕新,让历史文脉在烟火气中重新流动。那么,朝外片区则呈现出城市更新的另一种实践路径。

在朝阳区朝外街道办事处主任黄海燕眼中,城市更新不止于视觉焕新,“是一个不断补短板的过程。人流来了,我们要接得住。”她介绍,朝外街道近年来系统性更新了约15万平方米的公共空间,从整体动线规划,到高台的造型设计,再到街角座椅的摆放方式,街道工作团队都反复推敲。朝外街道联合10多家商务楼宇伙伴组成商业联盟,把资源、内容放在同一张图纸上,串联成一条可漫步、可停留、可互动的体验链条。

走在朝阳门外大街,最先让人放慢脚步的,不是某一家店铺,而是街景本身。街边的公共座椅被涂绘成奶酪、蛋糕等图案,让人愿意停下来、坐一会儿。

在东岳文化广场,近5500平方米的开放空间曾是一处停车场。如今,随着“东岳庙—神路街—日坛公园”的历史脉络被重新串联,市集、光影秀、美食节接连登场,为城市注入持续的烟火气与亲和力。

### 美好家园

商圈想火起来,内容是关键。隆福寺新春市集以“福”文化为核心脉络,将传统节气民俗与现代新春美学创造性融合。超30家老字号,加上街区内的创新门店,形成了极具京味特色的老字号矩阵。

老字号的新,不止于展陈,而是进入年轻人的日常。北京稻香村设在隆福寺的“零号寻宝馆”,就是一次全新尝试。“我们将不断优化产品、升级服务,向更多人展现老字号的创新活力和全新发展。”

北京稻香村零号店店长曹思源说,入驻隆福寺商圈以来,推出很多结合传统文化和北京元素的创新点心,“到店的游客更多,客群也更年轻”。

2025年9月,隆福寺二期引入演艺、科技、老字号及生活方式等多元品牌,一系列首店、特色店开业,让隆福寺成为“故宫—王府井—隆福寺”文化金三角最具活力的新地标。东城区委书记孙新军表示,保护好、传承好、利用好优秀传统文化,把传统和现代有机融合,坚决守护好千年古都历史文化金名片。

人来了之后,怎样留下来?在朝外街区,商业不再只是购物目的地,也是社交新空间。在朝外大街的“空中篮球场”,等待上场的年轻人三五成群,开怀畅谈。球场下方的滑板街,滑板与地面清脆的撞击声此起彼伏。“在这里能够感受到城市对年轻人的接纳。”滑板爱好者孙承文说。

朝外UIC街区项目负责人翟志浩将这种状态总结为“共鸣”。他表示,在朝外,篮球、滑板、宠物、追星社群都有自己的聚集地,“年轻主理人有机会低成本找到试水创业点,我们会将‘年轻力’进行到底,构建开放、包容、共赢的生态平台”。

朝阳区委书记吴小杰表示,朝阳区将以新时代首都发展为统领,提升首都高水平对外开放窗口区、新质生产力融合发展示范区、国际消费中心城市主承载区、首都文化创新引领区、超大城市现代化治理典范区功能,以人民为中心建好宜居、宜业、宜商、宜学、宜游朝阳,建设具有国际影响力的中国式现代化强区。

从隆福寺的文脉复兴,到朝外街区的年轻力培育,北京城市更新的路径各有侧重,却指向同一个目标——人民城市人民建、人民城市为人民,更加宜居更有温度的城市,逐渐成为承载生活与梦想的美好家园。

“我们参与隆福文化街区修缮提升,为项目提供14.5亿元城市更新专项贷款。”他说,近年来,中国银行北京市分行已为28个城市更新项目提供授信支持约520亿元。

如果说隆福寺展示的是老城如何在保护中焕新,让历史文脉在烟火气中重新流动。那么,朝外片区则呈现出城市更新的另一种实践路径。

走在朝阳门外大街,最先让人放慢脚步的,不是某一家店铺,而是街景本身。街边的公共座椅被涂绘成奶酪、蛋糕等图案,让人愿意停下来、坐一会儿。

在东岳文化广场,近5500平方米的开放空间曾是一处停车场。如今,随着“东岳庙—神路街—日坛公园”的历史脉络被重新串联,市集、光影秀、美食节接连登场,为城市注入持续的烟火气与亲和力。

商圈想火起来,内容是关键。隆福寺新春市集以“福”文化为核心脉络,将传统节气民俗与现代新春美学创造性融合。超30家老字号,加上街区内的创新门店,形成了极具京味特色的老字号矩阵。

# 家国同梦共赴新程

本报评论员

年味正浓时,总有一份牵挂跨越山海。党的十八大以来,每逢新春佳节,习近平总书记总是来到干部群众中间,问民生冷暖、听群众心声、送新春祝福,同大家一道谋划来年发展。

亲切慰问快递小哥,在银龄老年公寓详细了解老年人健康检查、康复训练、日常起居照料等情况,走进新春市集同老百姓一起“过小年,迎新年”……丙午马年春节前夕的北京考察中,暖心的问候,真挚的互动,人民领袖与百姓之间的鱼水深情,在烟火日常中愈发醇厚绵长。

理国如张瑟,弦弦相系、韵韵相叠,鸣奏出为人民谋幸福、为民族谋复兴的深情乐章。“十四五”收官、“十五五”开局,如此的“念兹在兹”又添深刻注脚。

这是“坚持问计于民”的同心同行——立短谋长,统一于以人民为中心的价值旨归。在“十五五”规划编制工作网络征求意见活动中,广大网民踊跃参与,建言献策超过311.3万条,经梳理摘编,形成27个方面具有建设性、代表性的意见建议1500余条。

“加强调研论证,广泛凝聚共识,以多种方式听取人民群众和社会各界的

意见建议,充分吸收干部群众在实践中创造的新鲜经验。”习近平总书记作出重要指示。人民的所思所盼,融入国家发展的顶层设计中。“投资于物和投资于人紧密结合”“实施城乡居民增收计划”“健全与人口变化相适应的教育资源配置机制”……“十五五”规划建议是“发展画卷”,也是“民生答卷”。

这是“为人民出政绩”的坚实笃定——从去年底召开的中央经济工作会议到今年初的省部级主要领导干部学习贯彻党的二十届四中全会精神专题研讨班,再到近期的地方考察,习近平总书记多次强调政绩观问题。“坚持为人民出政绩、以实干出政绩”“把为民办事、为民造福作为最重要的政绩,把为老百姓办了多少好事实事作为检验政绩的重要标准”……“为民”始终是题眼。

枝叶关情。老百姓需要什么,就要围绕这些需要去做好事事实,让百姓受益。“十五五”时期,是基本实现社会主义现代化夯实基础、全面发展的关键时期,抓住这一重要“时间窗口”,创造经得起实践、人民、历史检验的实绩,需

农历正月初一,恰逢2025年民营企业座谈会召开一周年。春节假期,不少民营企业比平时更忙碌。有的抓住机遇赶订单、开拓海外市场,有的服务春节需求,上新休闲项目,奋勇争先、干劲十足。春节之前,三一泵路涟源公司就已备足核心零部件与原材料,优化产线排产计划。这个春节,工厂要生产整机超180台,其中93%都是海外订单产品,主要发往非洲、南美洲、东南亚等地。“外贸补贴激励我们拓市场、搞研发,对非合作政策让我们更有信心开拓新市场。”公司副总经理鲁涛介绍,2026年公司海外订单预计同比增长17%,计划投入4000万元升级产线,满足大幅增长的海外需求。

春节期间,广东华兴玻璃股份有限公司在全国有220条生产线保持运转。“2026年以来,订单量同比增长了

5.6%,产品供应国内、国外两个市场。”公司人力资源中心行政总监杨莅萍说。

千里之外的恒力集团苏州生产基地同样一派忙碌景象,生产线满负荷运转。“印度市场的弹力仿棉产品订单已排期到三四月份,目前在手订单量就超过5000吨,且仍在增长。”江苏恒力化纤股份有限公司总经理赵金广说。2026年1月,恒力集团化纤板块外贸业务同比增长30%。“出口退税、跨境资金流动便利化等措施降低了企业外贸的综合成本,政府组织的‘组团出海’则搭起了拓市场的桥梁。”赵金广说。

制造端的忙碌筑牢消费市场供给根基,实体商业的“春节不打烊”,则让新春的烟火气愈发浓郁。

月星集团旗下的各地环球港、月星家居等,在这个春节里继续营业。“节假



2月17日,一列满载110个标箱的中欧班列,从浙江义乌西站启程,满载着小福马等文创商品,驶向西班牙首都马德里。这是义乌“有情有义 世界义乌”城市文化品牌中欧班列首次开行。

吕斌摄(中经视觉)

本报北京2月17日讯(记者敖蓉)除夕之夜,中央广播电视总台2026年春节联欢晚会为全球华人 and 海外朋友奉上一道年味浓郁、文化醇厚、科技闪耀的“文化年夜饭”。截至2月17日8时,春晚境内全媒体总触达230.63亿次,同比提升37.3%。在全国电视市场的直播总收视份额达79.29%,创13年来新高。春晚播出期间,平均每分钟同时在线收看(收听)人数达3.25亿人,同时在线收看人数峰值破4亿人。

总台春晚在境内新媒体端数据刷新历史纪录。春晚在境内新媒体直点播触达总数162.07亿次,同比增长49%。其中,“春晚无障碍版”在央视新闻、央视频及云听客户端累计直点播播放量达2833.66万次,同比增长144%。

网络热度持续走高,近2000个话题登上热搜榜。截至2月17日13时,2026年总台春晚全网话题阅读量达271.2亿。全网各大平台热搜涌现,共计登榜话题数达1939个。春晚全媒体渠道的用户中,年轻用户占比增加,达到41.82%,同比提升1.35个百分点。

海外传播效果大幅提升。中国国际电视台春晚相关报道全球阅读量达23.09亿次,视频观看量8.43亿次,分别较去年增长32.85%、43.61%。总台联动全球近4000家媒体对春晚进行同步直播和报道,同比增长37.95%。全球98个国家、140座城市的4062块公共大屏直播和宣介总台春晚,覆盖国家数和屏幕数较去年分别增长12.6%和15.8%。



总台春晚在境内新媒体端数据刷新历史纪录。春晚在境内新媒体直点播触达总数162.07亿次,同比增长49%。其中,“春晚无障碍版”在央视新闻、央视频及云听客户端累计直点播播放量达2833.66万次,同比增长144%。

要党员干部校准干事方向。这也正是习近平总书记反复强调“树立和践行正确政绩观”的深远考量。

这是“不负人民期待”的果敢勇毅——在全党开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育,是去年党建工作的重点任务。习近平总书记高度重视,亲自谋划确定学习教育主题,多次发表重要讲话,多次作出重要指示批示,为开展好学习教育指明了方向。

习近平总书记深切了解老百姓的忧思。作风问题具有顽固性、反复性,稍有松懈就有可能反弹回潮。老百姓期盼着我们党能够持之以恒贯彻落实中央八项规定精神,推动党员、干部增强定力、养成习惯,以优良作风凝心聚力、干事创业。各项举措汇聚成这样的结果:中央八项规定让人民群众看到了实实在在的成效和变化,我们党以解民忧、纾民怨、暖民心的实际行动赢得了人民群众的广泛赞誉,极大巩固了党的执政根基。

情满中国年,阔步新征程,在习近平总书记的带领下,我们一起为梦想奋斗、为幸福打拼,让“小家”热气腾腾、“大家”蒸蒸日上。

本报评论员

## 民营企业新春干劲足

本报记者 曾诗阳

农历正月初一,恰逢2025年民营企业座谈会召开一周年。春节假期,不少民营企业比平时更忙碌。有的抓住机遇赶订单、开拓海外市场,有的服务春节需求,上新休闲项目,奋勇争先、干劲十足。春节之前,三一泵路涟源公司就已备足核心零部件与原材料,优化产线排产计划。这个春节,工厂要生产整机超180台,其中93%都是海外订单产品,主要发往非洲、南美洲、东南亚等地。“外贸补贴激励我们拓市场、搞研发,对非合作政策让我们更有信心开拓新市场。”公司副总经理鲁涛介绍,2026年公司海外订单预计同比增长17%,计划投入4000万元升级产线,满足大幅增长的海外需求。

春节期间,广东华兴玻璃股份有限公司在全国有220条生产线保持运转。“2026年以来,订单量同比增长了5.6%,产品供应国内、国外两个市场。”公司人力资源中心行政总监杨莅萍说。千里之外的恒力集团苏州生产基地同样一派忙碌景象,生产线满负荷运转。“印度市场的弹力仿棉产品订单已排期到三四月份,目前在手订单量就超过5000吨,且仍在增长。”江苏恒力化纤股份有限公司总经理赵金广说。2026年1月,恒力集团化纤板块外贸业务同比增长30%。“出口退税、跨境资金流动便利化等措施降低了企业外贸的综合成本,政府组织的‘组团出海’则搭起了拓市场的桥梁。”赵金广说。

制造端的忙碌筑牢消费市场供给根基,实体商业的“春节不打烊”,则让新春的烟火气愈发浓郁。月星集团旗下的各地环球港、月星家居等,在这个春节里继续营业。“节假

日永远是实体经济最忙碌的时候,我们要做好小店小二。”月星集团董事局主席丁佐宏说,一年来,各地推出消费券、以旧换新等举措,加上首店经济等新业态涌现,实体商业发展有了更多机遇。

丁佐宏表示,为激活春节消费,企业做足了文章:上海环球港主打国风贺新春,融合国风市集、脱口秀、机器人嘉年华等活动;常州江南环球港开启绿色充电服务站,方便市民和旅客;喀什南疆环球港结合当地文旅资源,打造冰上派对、亲子冬令营等文旅体融合项目;等等。

民营企业座谈会召开一年来,各项惠企政策落地生根,不仅降低了企业的经营成本,更给了企业敢干、敢闯、敢投的信心。从制造端的满负荷生产,到消费端的热热闹闹,年味与干劲交织,展现了民营经济最真实的活力。

2月17日,一列满载110个标箱的中欧班列,从浙江义乌西站启程,满载着小福马等文创商品,驶向西班牙首都马德里。这是义乌“有情有义 世界义乌”城市文化品牌中欧班列首次开行。

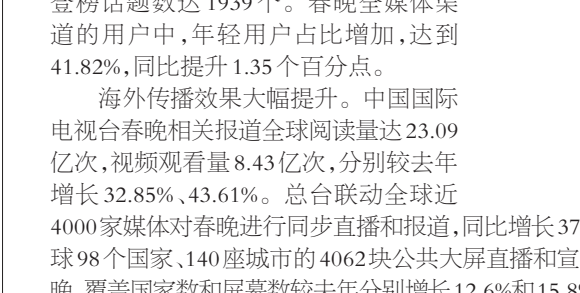
吕斌摄(中经视觉)

本报北京2月17日讯(记者敖蓉)除夕之夜,中央广播电视总台2026年春节联欢晚会为全球华人 and 海外朋友奉上一道年味浓郁、文化醇厚、科技闪耀的“文化年夜饭”。截至2月17日8时,春晚境内全媒体总触达230.63亿次,同比提升37.3%。在全国电视市场的直播总收视份额达79.29%,创13年来新高。春晚播出期间,平均每分钟同时在线收看(收听)人数达3.25亿人,同时在线收看人数峰值破4亿人。

总台春晚在境内新媒体端数据刷新历史纪录。春晚在境内新媒体直点播触达总数162.07亿次,同比增长49%。其中,“春晚无障碍版”在央视新闻、央视频及云听客户端累计直点播播放量达2833.66万次,同比增长144%。

网络热度持续走高,近2000个话题登上热搜榜。截至2月17日13时,2026年总台春晚全网话题阅读量达271.2亿。全网各大平台热搜涌现,共计登榜话题数达1939个。春晚全媒体渠道的用户中,年轻用户占比增加,达到41.82%,同比提升1.35个百分点。

海外传播效果大幅提升。中国国际电视台春晚相关报道全球阅读量达23.09亿次,视频观看量8.43亿次,分别较去年增长32.85%、43.61%。总台联动全球近4000家媒体对春晚进行同步直播和报道,同比增长37.95%。全球98个国家、140座城市的4062块公共大屏直播和宣介总台春晚,覆盖国家数和屏幕数较去年分别增长12.6%和15.8%。



总台春晚在境内新媒体端数据刷新历史纪录。春晚在境内新媒体直点播触达总数162.07亿次,同比增长49%。其中,“春晚无障碍版”在央视新闻、央视频及云听客户端累计直点播播放量达2833.66万次,同比增长144%。

## 国际经济观察

# 中国春节在世界舞台绽放光彩

当中国农历新年的钟声在丙午马年敲响,其回响早已超越了华夏大地的疆界,成为全球许多国家和人民共同参与的文化盛典。春节,这个承载着中华数千年家庭团圆与辞旧迎新愿景的古老节日,正以前所未有的活力在世界舞台上绽放光彩。人们或许会将其广泛的影响力归因于中华文化独特的魅力,更深层的驱动力则来自于一个由全球消费、跨境旅游、政策支持与产业创新紧密交织、协同作用的强大经济生态系统。正是文化与经济的同频共振,让这个传统佳节在全球范围内焕发出蓬勃的生机。

观察春节期间的全球人口流动,便能直观感受到其经济脉搏的强劲跳动。根据国家移民管理局在2026年春节前夕的预测,全国口岸日均出入境旅客将超过205万人次,较去年春节假期增长14.1%。这庞大的双向客流,不仅是亲情与文化的奔赴,更直接转化为巨大的消费动能和旅游经济增量。其中,入境游市场的爆发式增长尤为引人注目。相关平台数据也显示,2026年春节前夕,外国游客赴华机票预订量同比激增超过

400%。从欧洲到南美,越来越多的国际友人选择“到中国过春节”,他们深入古城体验非遗手作,在冰雪胜地感受别样年味,这种深度沉浸式文化消费,为目的地带来了可观的经济收益,也反向丰富了春节文化的国际表达。

“春节经济”热潮的兴起,并非偶然的市場现象,其背后离不开系统性政策支持与基础设施的完善。中国近年来持续优化签证政策,扩大免签“朋友圈”,并着力提升入境支付的便利化、多语言服务水平,显著降低了国际游客的体验门槛。这些举措如同为全球春节经济铺设了高速路网,使得文化吸引力能够更顺畅地转化为实际的经济效益。与此同时,长达9天的春节长假,不仅将释放国内巨大的消费潜力,为文旅融合、跨境消费提供更充裕的时间窗口,还将进一步做大节日经济的整体蛋糕。

春节的全球化进程,也对世界经济产生了深远的影响。如今,春节已成为观察和预测全球贸易流动的重要时间节点。中国作为“世界工厂”,其春节假期导致的生产节奏

变化,会通过全球供应链产生涟漪效应。国际采购商需要提前数月规划库存;全球物流体系需要为节前出货高峰和节后复工的运力需求做好准备。春节,实际上已经深度嵌入了全球产业与贸易的运行之中,成为跨国企业进行生产调度、库存管理和市场策略时必须考量的变量。这种影响力,彰显了中国经济与世界经济前所未有的融合程度。

春节的全球化叙事,也呈现出清晰的“文化—经济”双螺旋上升轨迹。中国深厚的春节文化底蘊提供了最根本的吸引力与情感共鸣点,而全球消费市场、跨境旅游流、鼓励性政策与持续不断的产业创新,共同构建了一个能够承接、放大并反哺这种文化吸引力的经济生态系统。对春节文化的认同带来了消费需求,商业创新则通过提供丰富、优质的产品与服务,进一步巩固和深化了这种认同。二者形成的良性循环,使得春节逐渐成为具有强大包容性和生长性的全球文化IP,成为能够带动多产业联动、促进跨文化交流、创造商业价值的世界性节日。

中国春节在全球焕发新生机,生动诠释了文明传承与时代发展的辩证关系。它证明,真正富有生命力的传统文化,完全可以在开放与创新中,与全球经济生活深度融合,从而获得跨越国界的持久影响力。这正是古老智慧与现代文明交相辉映,共同写给未来的生动注脚。当世界在红灯笼、中国结与“新年快乐”的祝福中共享喜悦时,我们看到的不仅是古老节日的成功出海,更是中华文明通过经济共生实现全球交流互鉴的崭新范式。



总台春晚在境内新媒体端数据刷新历史纪录。春晚在境内新媒体直点播触达总数162.07亿次,同比增长49%。其中,“春晚无障碍版”在央视新闻、央视频及云听客户端累计直点播播放量达2833.66万次,同比增长144%。

## 总台春晚全球收视创新高

本报北京2月17日讯(记者敖蓉)除夕之夜,中央广播电视总台2026年春节联欢晚会为全球华人 and 海外朋友奉上一道年味浓郁、文化醇厚、科技闪耀的“文化年夜饭”。截至2月17日8时,春晚境内全媒体总触达230.63亿次,同比提升37.3%。在全国电视市场的直播总收视份额达79.29%,创13年来新高。春晚播出期间,平均每分钟同时在线收看(收听)人数达3.25亿人,同时在线收看人数峰值破4亿人。

总台春晚在境内新媒体端数据刷新历史纪录。春晚在境内新媒体直点播触达总数162.07亿次,同比增长49%。其中,“春晚无障碍版”在央视新闻、央视频及云听客户端累计直点播播放量达2833.66万次,同比增长144%。

网络热度持续走高,近2000个话题登上热搜榜。截至2月17日13时,2026年总台春晚全网话题阅读量达271.2亿。全网各大平台热搜涌现,共计登榜话题数达1939个。春晚全媒体渠道的用户中,年轻用户占比增加,达到41.82%,同比提升1.35个百分点。

海外传播效果大幅提升。中国国际电视台春晚相关报道全球阅读量达23.09亿次,视频观看量8.43亿次,分别较去年增长32.85%、43.61%。总台联动全球近4000家媒体对春晚进行同步直播和报道,同比增长37.95%。全球98个国家、140座城市的4062块公共大屏直播和宣介总台春晚,覆盖国家数和屏幕数较去年分别增长12.6%和15.8%。