

中消协发布春节消费舆情分析报告——

□ 本报记者 李思雨

# 烟火气旺更需护航

9天春节假期,5.96亿人次国内出游创历史新高,8034.83亿元国内出游总花费再攀峰值,超434万观影总场次创历史新高。民俗与文旅融合的新消费场景让这个春节充满烟火气,新消费场景不断涌现,“餐饮+文旅”融合加深,返乡年轻人带回新消费理念,带动县域消费活力释放。

但繁华背后,消费维权的诸多问题也浮出水面。中国消费者协会近日发布2026年春节消费维权舆情分析报告,对2月15日至23日9天假期内的消费维权情况展开网络大数据分析,超千万条消费维权相关信息,勾勒出假日消费的维权图景,从返乡的一票难求到景区的安全保障,从酒店的一间房到年夜饭的一桌菜,看似小事,却都是消费者最关心的民生事。

## 千万条诉求勾勒维权图谱

节日期间,消费者的维权声音有多密集?数据给出了直观答案:9天监测期内,超1410.9万条消费维权相关信息,日均消费维权信息达156.8万条。海量数据的背后,是消费者在假日中遭遇的糟心事、烦心事。

从维权信息走势来看,其变化与春节消费节奏高度同频。2月15日恰逢返乡高峰,超205.4万条维权信息量直冲峰值,成为整个春节期间消费者吐槽最集中的一天。这一天恰逢全国春运大迁徙高峰,交通出行、票务预订等环节的问题集中爆发,直接推高了当日的维权诉求量。

在海量维权信息中,超130.2



银川市步行街新华百货启动的第二届“固原味·老家年”六盘山特色产品大集现场。本报记者 马呈忠摄

万条“吐槽类”信息引人关注,占“消费维权”总信息量的9.23%。每一条都是消费者对消费体验的真实吐槽,也是消费市场各类问题的直接暴露。

中消协新闻部副主任王崴表示,交通出行便捷、景区安全有序、住宿价格合理、饮食健康美味,是消费者对假日消费最朴素也最核心的期待。但在本次春节期间,消费市场中的安全隐患、商家失信等问题不仅直接侵害消费者合法权益,让愉快的节日消费体验大打折扣,同时也对监管部门的高效快速处置能力,以及跨区域、跨平台的协同协作能力,提出了现实考验。

## 四大领域成维权核心

报告显示,交通出行、景区管理、住宿履约、用餐服务四大领域的负面敏感信息占比超67%,成为马年春节消费维权的“重灾区”。这四大领域覆盖了消费者假日“吃、住、行、游”全流程,集中在消费者体验最核心的环节。

——出行不畅,“一路回途”太闹心。作为春节消费维权的头号“痛点”,交通出行领域的信息达45.5万条,占吐槽类信息的34.98%,返乡和回程当日形成两个维权高峰,最高单日吐槽量达7.9万条。抢票难、列车超载、自驾拥堵,成为这个春节出行路上的三大“拦路虎”。

黑龙江返乡旅客在第三方平台购买了全程卧铺票,带孩子上车后却发现,平台仅出票至中途,后半程行程成了泡影,最终只能协调在硬卧车厢边座休息;焦作开往温岭的列车,因人员超载在周口东站滞留半个小时,车厢过道挤满乘客,广播反复催促无票人员下车,旅客行程受阻。

王崴分析,春节客流高峰的特殊性考验着交通部门的应急能力,第三方票务平台乱象、列车运力调配和现场管控等问题,既打乱了旅客的出行计划,也凸显出节日期间票务服务监管、列车运力与秩序管理仍需补强。

——景区安全隐患太揪心。云南省楚雄市度假村涉客船舶倾覆,辽宁省辽阳市滑雪场索道发生故障,让部分游客的游玩体验变成了“惊魂时刻”。报告显示,春节期间景区管理领域的维权信息达23.7万条,占比18.23%,安全事故、设备故障成为消费者最揪心的问题。

“景区的安全是底线,也是红线。”王崴直言,春节期间家庭游、亲子游成为主流,游客的安全需求更高,而景区客流的激增,也让安全监管的压力陡增。从实际情况来看,部分景区的安全预警机制、现场管控措施、设备运维检修都存在多重漏洞,这些漏洞不仅让游客的生命安全受到

威胁,也给节日旅游消费蒙上了阴影,成为最令人揪心的消费隐忧。

——住宿违约,深陷失信风波。出门游玩,住得舒心是基础,但不少消费者在住宿环节遭遇了商家的失信行为。有消费者预订了南京一家桔子酒店,却被告知刚完成装修,房间门只能前台打开,消费者合理取消预订却遭到商家恐吓;有游客在平台预订海棠湾某民宿却遭遇单方面取消预订。住宿履约领域的槽点层出不穷,春节期间,住宿领域信息共11.1万条,占吐槽类信息的8.54%。

“部分商家借春节供需失衡之机,漠视契约精神、随意毁约,既违背市场公平原则,也损害住宿行业长期健康发展。”王崴指出,平台在商家准入审核、日常运营监管等环节的机制不完善,客观上加剧了消费者维权的现实困境。

——用餐“踩坑”,隐蔽侵权防不胜防。除夕夜1188元的天价烤全羊缩水超80%,36斤活羊烤完仅剩6.9斤。商家狡辩羊爱运动所以肉少,实则暗藏灌水、截留、调包等套路,最终被罚退一赔三,相关词条登上热搜,一时间“爱运动的羊”成为2026年消费维权热词。数据显示,春节期间用餐服务领域的负面敏感信息超7万条,占比5.45%,食材安全、分量克扣成为主要问题,这些隐蔽的侵权行为让消费者防不胜防。

王崴介绍,今年春节期间的“36斤羊烤后仅剩6.9斤”的缺陷短事件及上海网红蛋糕店使用发霉草莓等侵权行为隐蔽性强,消费者仅凭外观,宣传难以辨别,易陷入信息不对称的消费陷阱,面临货不对板、食品安全风险。这既与个别经营者诚信意识缺失、合规经营理念淡薄直接相关,也反映出春节消费旺季市场需求激增与监管资源阶段性紧张的客观矛盾。

## 精准施策守护消费安心

春节消费虽然落下帷幕,但这些维权烦心事,依然让不少消费者“意难平”。如何把节日消费中遇到的烦心时刻变成安心体验,让火热的消费市场更有保障?王崴建议,应立足春节消费市场呈现的各类维权问题,切实守护消费者合法权益,让节日消费不仅“热辣滚烫”,更有优质贴心的品质。

让出行更顺畅,要规范票务与服务。交通、铁路等相关部门及行业协会要结合节假日消费特点,系统梳理交通服务的痛点难点,优化高峰时段票务服务,完善各大交通枢纽的应急配套供给。同时压实第三方票务平台责任,敦促其完善审核与失信惩戒规则,杜绝半程出票、虚假出票、收取高额手续费等违规行为。铁路部门则要科学优化运力调配方案,精准预判客流走向,完善列车客流现场管控机制,针对超载滞留等突发情况制定详细



春节期间,天津市武清区的佛罗伦萨小镇迎来客流高峰。 帅德成摄(中经视觉)

应急疏导预案,及时做好旅客行程沟通与安置。

让游玩更安心,应守牢安全底线、做好协同防控。景区经营主体要切实扛起安全主体责任,健全内部安全管理制度,借设备更新相关政策推进游乐设施提档升级,建立常态化运维检修与安全隐患排查机制,对水上项目、索道缆车等热门项目做到全程管控。景区及属地交通、应急管理等部门要形成监管合力,利用AI大数据提前研判客流峰值,灵活调整人流疏导方案,同时建立健全安全事故应急处置联动机制,明确职责分工,提升应急响应效率,最大程度保障游客生命安全。

让住宿更舒心,需完善保障与约束。相关行业协会要引导商家强化诚信意识,坚持规范经营,杜绝单方毁约、恶意恐吓等行为,推动建立住宿预订履约保障机制。第三方平台也应不断优化入驻商家审核与违约处置流程,完善预订退改规则。监管部门可公布履约纠纷典型案例,开展合规经营培训,推动建立住宿消费诚信档案,公示商家履约情况与投诉处理结果。

让用餐更放心,要守护安全与诚信。建议餐饮经营主体强化主体责任,健全食材采购加工全流程管控,明确标注菜品标识克重,从源头杜绝违规行为。行业协会应加强节日规范经营倡议,开展诚信经营培训,强化行业自律。相关平台应完善商家动态监测与投诉快速响应机制,建立食材溯源与消费评价体系,破解信息不对称难题。监管部门针对旺季特点应加大巡查抽检力度,运用科技手段提升监管效率,对违法行为从严处罚,从而保障消费者放心消费。

刚刚过去的春节假期,从“囤货式”采购到“体验式”消费,从一线城市单向流动到城乡双向奔赴,从物质满足到精神悦己……消费场景不断丰富,消费结构持续优化。节日消费作为观察经济脉动的重要窗口,不仅承载着人们对美好生活的向往,更折射出我国消费市场的新变化、新趋势,为经济社会高质量发展注入持久动力。

品质化、体验式消费全面开花,打破传统节日消费边界。当前,服务消费强势崛起,成为拉动节日经济的绝对主力。“博物馆里过大年”“旅行过年”“围炉煮茶”成为新民俗,各大城市的文博场馆一票难求,热门餐厅需提前数周预订,冰雪游、避寒游、非遗体验游订单呈爆发式增长。“山河四省”(山西、山东、河南、河北)依托历史遗迹与民俗资源,打造“灯会+庙会+市集”沉浸式体验;太原古县城灯会吸引游客超50万人次,开封清明上河园“大宋中国年”活动带动周边餐饮消费增长40%……不限于物质层面的享受,更追求精神层面的愉悦和满足,让消费更具温度与内涵。

从注重实用转向个性化表达,“悦己消费”成新风尚。曾经堆满满减柜的米面粮油、腊肠咸肉,不再是年货清单的主角。取而代之的是有机食材、低糖糕点等绿色健康产品,酷炫的科技新品也成为人们购物车里的新宠。商务部数据显示,春节假期,重点平台智能眼镜、具身智能机器人销售额分别增长47.3%和32.7%。与此同时,年轻人成为“春节主理人”,他们将个人审美与态度融入年货选择,印着新潮文案的国潮春联、融合非遗技艺的文创产品、充满趣味的潮玩盲盒,因其能提供独特的“情绪价值”而备受青睐。节日消费市场显露出的新意与活力,印证了居民消费观念的迭代升级。

线上线下深度融合,数字技术重塑消费格局。“春节不打烍”的服务范围已从外卖、生鲜扩展到3C数码、服装、美妆甚至宠物用品及服务。这种“即想即买即得到”的消费模式,不仅满足了节日期间的应急需求,更激发了大量计划之外的“冲动消费”。直播带货、短视频种草等新型消费方式也持续发力,主播们推荐的地方特产、新春好物销量可观,助力乡村振兴与地方经济长足发展。此外,线下商超、大型商圈加快数字化转型,推出智能导购、自助结算等服务,结合新春主题装饰打造消费新场景,吸引消费者到店体验,实现线上引流、线下转化,提升消费的便捷性与趣味性。

透过春节假期的消费万花筒,我们清晰看到了中国经济强大的内生动力和消费结构的积极演变。人们不再为物质匮乏焦虑,而是为体验和个性买单;不仅是传统文化的接受者,而且主动定义美好生活的新的方式。这些新意盎然的消费图景,是消费升级的必然结果,彰显出我国超大规模市场的巨大潜力。对于企业而言,需精准把握消费新趋势,聚焦品质提升、品牌建设与创新研发,推出更多满足消费者需求的产品与服务;对于各地各部门而言,需持续优化消费环境,完善消费激励政策,充分激发居民消费意愿,推动消费市场持续健康发展。

本版编辑 孙庆坤 美编 夏祎

# “候鸟”年年飞北海

本报记者 臧潇

每年冬季开始,广西北海便进入旅游淡季。曾经,中国铁路南宁局集团有限公司北海路海酒店因为冬季游客锐减,为了压缩开支,不得已给员工轮流放“淡季假”。近年来,因越来越多的北方老人选择南下过冬,酒店不仅扭转了经营亏损,还间接盘活了周边的商超、民宿,如今整条街在冬日里也渐渐热闹起来。

酒店拓展“候鸟”老人过冬业务,是经营惨淡下的破局。“之前,淡季亏损的酒店远不止我们一家。”北海路海酒店客房部经理黄小凤坦言,当时,不少老人愿意远赴沿海城市过冬,即便酒店、交通费用不低,报名者依然不少。

2005年,酒店顺势推出“候鸟计划”,通过提供食宿、健康游等服务,吸引“候鸟”老人到北海。初期报名者寥寥无几,为打开局面,黄小凤和同事们踏上南宁开往北海的绿皮火车,一节车厢一节车厢地向旅客推介。

来自河南的张天夫妇,就是被“吆喝”吸引来的第一批客人。“广西气候好,风景好,来

了之后就不想走了。”张天感慨道。2005年,酒店仅接待“候鸟”宾客138人次,累计入住2000天。虽然人不多,但老人住得久、留得住,让酒店看到了发展淡季市场的希望。

遇见张天夫妇时,他们刚从海边散步结束,准备休息之后参加下午的历史讲座。“如果只是提供食宿,留不住这么多人。”张天介绍,他和妻子已经连续10年来广西北海过冬,吸引他们的不仅是清淡的饮食、贴心的服务,更因为这里提供的丰富活动。

“我们来自天南海北,餐食能不能丰富一些?”“除了吃住,有没有其他娱乐活动?”“客房洗手间没有安全扶手、紧急呼叫器、药品、衣物储物空间也不够……”随着客流增多,酒店等来的不只是老人们的现实需求,还有来自周边的竞争,甚至抢客抢到了大堂里。

“‘候鸟’老人与普通游客不同,饮食、娱乐、出游、基础病维护……各种需求都关乎生活质量。”北海路海酒店总经理唐立志介绍,一方面,酒店启动改造升级工程,为客房加装安全扶手、紧急呼叫器,扩充储物空间;另一方面,酒店成立“候鸟俱乐部”“候鸟老年大

学”,提供阅览室、练歌房、乒乓球室等场馆,以及组织八段锦、广场舞、观影讲座等活动,还在实现跨省异地医保结算后,推动与医院合作,让老人们住得舒心更安心。

从当年在列车上逐节车厢推介到如今靠老人人口相传,越来越多“候鸟”老人年年如约而至。

棋牌室内斗棋正酣,练歌房里歌声悠扬,书画室内墨香阵阵。从浙江来的“候鸟”老人杨国兰在组建舞蹈队时,第一时间报名参加。春节前夕,几位舞蹈队队员如约来到羽毛球室,准备晚会节目彩排,音乐欢快、舞姿轻盈。

“现在的活动丰富多了。”杨国兰说,以前来北海“候鸟”旅居,只是图个好气候,多半时间只能待在酒店,旅居的生活相对单调。如今不仅有舞蹈队、合唱团,杨国兰还体验了一次到广西河池的适老化旅游专场。

截至目前,路海酒店已累计接待国内外“候鸟”宾客3.1万人次,累计入住共计58万天。淡季不淡,得益于酒店服务的日益完善,也得益于广西对旅居养老的政策扶持。从《旅

居养老服务规范》出台,到评选广西“旅居养老示范基地”、打造“旅居服务链”,深化与其他省份的旅居养老合作等,广西积极提高养老产业服务质量、完善旅居养老配套服务,也让旅居养老从“气候吸引”走向“品质留客”。

清晨,海浪从远海缓缓推进,起伏有序,渔船停靠在港,阳光暖人,惬意而舒适。酒店门口照常响起八段锦的教学音乐,杨国兰又早早收拾妥当,准备新的一天训练工作。连续20年到访北海,杨国兰已习惯北海的生活,最近几年,她还经常邀请杭州的亲友、同事同行。“只要我还走得动,我就还到北海过冬。”杨国兰说。

一位老人在北海路海酒店的活动室里练习书法。 本报记者 臧潇摄

