

出入境双向升温 文旅市场“开门红”

北京接待游客880.8万人次

元旦假期,北京成为境内最火旅游目的地。携程数据显示,境内游热门目的地前10名为北京、上海、广州、深圳、杭州、成都、南京、重庆、西安、天津。

另据去哪儿数据,从航班目的地来看,元旦期间,北京最受低龄亲子游客青睐,是12岁以下游客、30—40岁游客的首选目的地。趁着元旦前往北京,既能避开寒暑假高峰期,又能体验老北京的新年气氛。

北京商报记者从北京市文化和旅游局获悉,元旦假期,北京市接待游客880.8万人次,实现旅游总花费109.7亿元。全市文旅活动供给丰富,新年倒计时、新年音乐会、冬日新旅行三大板块共1400余场文旅活动充分释放假日市场活力。北京市文化和旅游局的数据显示,元旦假期游客接待量排名前十的景区(地区)分别是王府井、奥林匹克公园、西单、亮马河国际风情水岸、天安门地区、前门大街、南锣鼓巷、什刹海风景区、天坛公园、首钢园。

在广州工作的谢欣怡,提前购买了前往北京的机票,与朋友们相约1月1日到天安门广场看升旗仪式。谢欣怡对北京商报记者表示,自己和朋友们先后前往天坛公园、什刹海、雍和宫等多个景区,既感受北京的冬日,也体验了烟火气。

从整体境内游来看,元旦假期核心城市群短途游与“南北互换”长线游交织并行,不



2026年首个假期,旅游市场迎来“开门红”。1月4日,北京商报记者从文化和旅游部获悉,元旦假期,全国国内出游1.42亿人次,国内出游总花费847.89亿元。多家在线旅游平台数据显示,北京旅游热度领跑全国,“南北互跨”成为假日主旋律,南方游客北上赏雪、北方游客南下避寒,短途游与长线出行交织升温。与此同时,出入境旅游呈现“双向热”态势:出境游中,亚洲短途目的地持续受宠,免签政策推动新兴市场崛起;入境游则因海南封关红利与多元化体验吸引境外游客大幅增长,其中三亚入境订单量同比增长170%。这个假期,旅游市场在复苏中展现出结构丰富、活力迸发的新格局,为2026年全年旅游消费注入强劲信心。



开罗、广州—奥克兰、北京—伊斯坦布尔等。多个平台的数据均表明,元旦假期的出境游游客更偏爱海岛游、免签游、避寒游以及极光游主题。

根据途牛提供的数据,前往马尔代夫、巴厘岛、普吉岛、亚庇、仙本那等方向的海岛避寒游,澳大利亚、新西兰等方向的反季游,俄罗斯、北欧方向的冰雪旅游等人气高涨。

免签国家的不断增多、国际航班的不断加密,也让境内游客走得越来越远。去哪儿旅行数据显示,2025年底航线加密后,2026年元旦期间,飞往巴西的机票增长近3倍;飞往格鲁吉亚、乌兹别克斯坦、哈萨克斯坦等免签国家的机票量增幅均位于前10名,增幅均在1倍以上。

此外,2025年12月31日,土耳其政府宣布,自2026年1月2日起,对持普通护照的中国公民实施免签入境政策。同程旅行相关负责人表示,元旦假期中国赴土耳其旅游已呈现火热态势,土耳其宣布对华免签后,将进一步简化出行手续、降低出游门槛。免签政策的利好,再叠加2026年“史上最长春节假期”,中国游客前往土耳其旅游的热情将被进一步激发。

资深旅游专家王兴斌表示,元旦假期,年轻人成为出游主力军。随着年轻人的出游意愿进一步加强,一些更加新鲜、小众的玩法将不断涌现。2026年春节假期为9天,旅游市场有望进一步升温。

北京商报记者 关子辰 牛清妍

少跨省游客青睐“4小时交通圈”。

木鸟民宿数据显示,在京津冀、成渝以及长三角等各大核心城市圈,游客们更青睐“互相串门”。以南京为例,元旦假期南京民宿订单中,长三角用户占比47.5%。

海南入境机票量增长最快

作为封关后的首个假期,海南在元旦假期受到不少境外游客的青睐。

海南封关后,“免税购物+海滨度假”模式成为吸引境外游客的亮点。根据携程数据,三亚入境订单同比增长170%,万宁同比增长近4倍。去哪儿旅行数据也显示,元旦期间海口和三亚是全国入境机票量增长最快的2个城市,增幅分别超过3倍和5倍。马来西亚、泰国、

韩国、越南、澳大利亚、俄罗斯的游客最爱去海南跨年。

事实上,在240小时过境免签政策利好下,越来越多的境外游客选择到中国内地跨年。携程数据显示,元旦假期入境游门票预订量同比增长110%,入境体验型玩乐产品预订量同比增长超30倍。热门目的地包括上海、北京、深圳、广州、成都、哈尔滨、重庆、杭州、昆明、厦门,主要客源地及国家包括中国香港、马来西亚、泰国、新加坡、韩国等地。去哪儿数据显示,沙特阿拉伯、乌兹别克斯坦、美国、澳大利亚游客数量增幅明显。沙特阿拉伯游客同比增长5.3倍,乌兹别克斯坦游客同比增长4.7倍。

此外,境外游客的旅游偏好正向深度化、差异化拓展,多家平台数据显示,理县、黑河、

湛江等城市成为入境游增长突出的“黑马”目的地。

首尔、曼谷成热门出境目的地

元旦假期,在“请3休8”的“拼假”模式带动下,出境游市场亦呈现火热局面。

去哪儿旅行数据显示,元旦期间,平台出境用户飞往近千个城市,预订了全球近3000个城市的酒店。飞行时间短、气候又适宜,元旦假期,最受旅客欢迎的Top10出境游目的地城市全部位于亚洲,其中,韩国首尔、泰国曼谷是最热门出境目的地。

在长线游方面,同程数据显示,热门长途出境航线Top10包括北京—莫斯科、上海—悉尼、杭州—迪拜、上海—赫尔辛基、成都—

北京商业:优质活动运营拉动商业体人气

北京交出2026年首份消费成绩单。1月4日,北京商报记者从各大商场获悉,元旦期间,各类主题活动接连不断,部分商场单日累计客流量超40万人次。北京市商务局发布的元旦数据显示,假期三天,全市重点监测的百货、超市、专业专卖店、餐饮和电商等业态企业累计销售额达40.4亿元,日均同比增长16.3%;60个重点商圈客流量累计突破2822.6万人次,消费市场呈现平稳有序、活力充沛的良好态势。值得关注的是,在全域促消费氛围下,各大商场连续不断的主题活动成为拉动人气的核心引擎,印证了优质活动运营对商业体发展的关键支撑作用。

北京商报记者从多家商场获悉,超极合生汇跨年夜全天客流突破40万人次,最大瞬时客流超5万人次,10余活动场地持续4小时爆满,单日销售超2300万元,超200家品牌销售额创开业新高,会员消费占比提升45%,新注册会员数量同比提升215%;位于昌平的北京小站公园在跨年夜及元旦假期中,4天销售额环比增长15%,元旦当日客流、销售额均突破项目自试运营以来新高,成为消费者节日聚会、休闲逛街的热门之选。

第三方大数据模型测算显示,全市60个重点商圈实现销售额84.6亿元,日均同比增长5.6%;笔均消费金额437.9元,日均同比增长19%,其中百货

类商品笔均消费金额1631.6元,日均同比增长1.2倍;珠宝类商品笔均消费金额6982.3元,日均同比增长1.1倍。

主题活动轮番上演,跨年氛围聚集人气。跨年夜,朝阳蓝色港湾、海淀华熙LIVE·五棵松等多地迎来跨年盛况,CBD、蓝色港湾等20余商圈延长营业时间,跨年音乐会、主题灯光秀等特色活动轮番上演,有效带动多商圈消费热度显著提升。元旦假期,CBD商圈笔均消费日均同比增长72.2%,双井商圈笔均消费日均同比增长25.1%。超极合生汇“超极奇迹狂欢月”、祥云小镇“冰雪季美陈展”、八达岭奥特莱斯“冬季灯光节”等特色主题活动注入强劲消费动能。元旦假期,蓝色港湾销售额日均同比增长18.3%,朝阳大悦城销售额日均同比增长8%。

首店首发激发消费活力,推动商场客流与销售的双重提升。朝阳大悦城在2025年12月31日—2026年1月3日迎来“开门红”,推出百万补贴超值团购、满额礼赠、会员福利等多重优惠,覆盖时尚零售、黄金珠宝、美容美体等全业态,进一步激发新年消费活力;国漫《灵笼》全国首展、中国邮政x哈利波特邮票限定首发、Suili潮流·全国首发等首展首发齐聚,甬江烟火北京首店、胡椒厨房北京首店、泰柯茶园、伯希和、影石等新店开业,共同带动商场客流同比提升40%。此外,北京apm“mini-

ni 2025冬季假日”全国首展、东方新天地“香港迪士尼乐园20周年”主题活动等首展类活动,有效带动王府井商圈消费金额日均同比增长84.5%。

应季商品成为提振消费的主力军。贺岁金饰备受青睐,菜百首饰“抱抱马”“五福马”足金转运珠、中国黄金“财运马来”足金串珠火热上市激发购买热情,元旦假期重点监测的菜百销售额日均同比增长2倍。老字号礼盒销售表现亮眼,张一元“年货节”龙毫茉莉花茶经典礼盒热销,稻香村“年味礼盒”印章打卡提升互动体验。元旦假期,重点监测的张一元销售额日均同比增长18.5%。文创潮玩成假日新宠,徐悲鸿纪念馆联名马年主题首饰、智化寺“天马琉璃”冰箱贴等文创产品广受欢迎,潮玩品牌“HERE 奇梦岛”落地朝阳合生汇,限定盲盒等创新设计吸引消费,欧特欧数据显示,元旦假期潮玩类商品消费日均同比增长82.6%。

元旦期间的系列促消费活动有效激发市场潜力,为春节消费做好铺垫。业内人士分析认为,随着体验经济的深入发展,商场活动运营已从单纯的促销手段升级为综合性发力,未来通过精准把握消费趋势、强化数据驱动的活动策划,将成为商业体实现差异化竞争、提升长期盈利能力的关键所在。

北京商报记者 刘卓瀚

电商平台:“国补”带动3C热销

2026年“国补”上线,激发新一轮消费热。1月4日,北京商报记者从多家电商平台获悉,假期叠加“国补”政策红利,各平台的3C家电如手机、冰箱、洗衣机等品类在元旦期间热销,部分电商北京线下门店客流环比增长超一倍。同时,为了抢占流量,即时零售平台也在跨年夜、年货节等节点发放优惠券包刺激消费。

当前,多省市“国补”已上线京东、淘宝、苏宁等电商平台。以北京为例,2026年1月1日起,北京接续实施家电、数码等领域消费品“以旧换新”补贴。

据了解,按照全国统一的品类和标准,北京市对在京个人消费者购买一级能效或水效标准的冰箱、洗衣机、电视、空调、热水器、电脑6类家电产品,以及单件销售价格不超过6000元的手机、平板、智能手表(手环)、智能眼镜4类数码和智能产品给予补贴。

在补贴领取步骤方面,消费者可通过京通小程序完成实名认证后,进入“家电、数码以旧换新专区”领取线上或线下补贴资格,并前往政策参与企业线上商城或线下门店购买政策补贴范围内商品。

1月1日零时,“国补”在京东上线后,北京“国补”资格当即秒空,很多蹲守预约的消费者也没有抢到国补资格,只能在“国家补贴预约提醒”页面提交“心愿清单”。有消费者留言希望增加名额,以便更顺畅以旧换新。

值得注意的是,2026年“国补”的覆盖品类包括冰箱、洗衣机、电视、空调等十大品类,其中智能眼镜为新增品类。

为了竞争“国补”流量,天猫在元旦期间举行“国补焕新季”活动,在国家补贴基础上,消费者额外可领950元国补焕新季消费券。京东也表示,购家电、3C数

码单人至高可省1.1万元。

同时,线下消费场景也被“国补”红利带动。元旦期间,北京苏宁易购门店客流环比增长超过110%,一级能效产品占比达到92%,冰箱、洗衣机、空调等多品类环比销售额倍增。苏宁易购北京大区总经理章艳光表示,元旦期间销售的主流几乎都是一级能效、智能化的产品,本次的“国补”政策加速了市场向高端、绿色、智能方向的转型。

除“国补”消费热外,即时零售平台也紧抓跨年消费、年货节等促销节点。美团数据显示,多类满足年轻人对“悦己”和仪式感追求的商品热销。元旦假期前一周,精酿啤酒、白葡萄酒销量同比增长超100%,智能手表销量同比增长610%。节日期间,美团闪购发放最高2026元的跨年闪购券包,覆盖酒类、鲜花、水果等商品。

淘宝闪购则是抢先启动2026年货节,围绕团聚、出行、礼赠、装扮玩乐四大高频场景推出年货购物解决方案。通过整合盒马鲜生、天猫超市的商品供给,并联合大润发、沃尔玛等大型连锁商超和知名品牌,淘宝闪购推出多款新年节日爆款及冬季时令大单品,包括智利车厘子、红颜草莓礼盒、鲜活波士顿龙虾等。

淘宝闪购认为,随着年轻用户成为消费主力,年货采购正从过往以家庭为单位的“集中囤货”,转向更个人化、场景化的“即时满足”。如今的年货不再是节前统一备货的“库存商品”,而成为融入日常、随时可得的品质选择。

章艳光表示,元旦假期后,北京苏宁也会启动年货节,届时将推出“免费验房、衣物护理”等福利,并联合工厂落地多场体验活动。

北京商报记者 何倩

北京餐饮:多家餐厅等位约400桌

在元旦假期助燃下,京城餐饮市场的烟火气更加浓厚。1月4日,北京商报记者了解到,元旦假期,多家餐饮门店迎来客流高峰,不仅有品牌元旦当天营收同比增长超10%,还有多家餐厅同时段等位约400桌。

在北京什刹海风景区,元旦期间游人如织。“在什刹海拍照,到马凯餐厅买糖饼,这才是京味元旦。”一位带孩子游玩的家长表示。不少游客在游览景区后,便直奔附近的老字号就餐。据介绍,位于北京鼓楼地区的马凯餐厅,元旦当天营收同比增长超10%,午、晚餐包间全部满员。同时,同和居和同春园等老字号及惠丰酒家等,元旦假期均座无虚席。据统计,元旦期间,华天集团所属餐饮品牌营收超往年同期。

除老字号外,部分新餐饮品牌也再创新高。北京商报记者了解到,元旦期间,费大厨辣椒炒肉在北京的30余家门店持续火爆,朝阳合生汇、西单大悦城、西直门凯德等多家门店同时段等位桌数约400桌。多家门店均开启全天营业仍一号难求,跨年夜当晚,北京大兴荟聚店更打破纪录,最高峰等位桌数近1500桌。来自门店的统计数据 displays,该店当天取号桌数接

近8000人次,平均等位时长超过2小时。

同时,呷哺集团相关负责人表示,元旦假期,湊湊门店总营收超2000万元,客流量达14万人次,平均翻台率为4.6翻。呷哺集团旗下呷哺呷哺品牌,元旦假期的全国累计净销售超3000万元,同比增长超三成,其中单日销售额较高的门店,销售额同比增长300%。另外,据西贝相关负责人介绍,元旦期间,西贝全国门店客流约50万人次。其中,西贝北京祥云小镇店1月1日午餐上座率达144.9%,全天外卖订单约300单;西贝北京五棵松万达店1月1日开台量为361桌,平均等位时长40—50分钟。

苏商银行特约研究员武泽伟表示,元旦假期的餐饮消费热潮有效激活市场活力,不仅直接带动门店营收的显著增长,更反映出节日背景下聚集性消费与体验性需求的强劲释放。不仅如此,客流高峰在提升企业单日运营效率与品牌曝光的同时,“等位长龙”等现象也折射出消费者对品质餐饮与节日仪式感的重视。从行业角度来看,假期消费不仅为餐饮企业提供即时的现金流补充,也为后续消费趋势预判提供了观察窗口,激励餐饮经营者更主动地把握消费节点,优化供给结构。

值得一提的事,距离2026年春节仅剩一个多月的时间,马年除夕年夜饭预订已全面升温,甚至有老字号餐厅除夕的包间已经订满。据北京华天集团方面介绍,同春园、同和居两家名店除夕午、晚两餐共四个时段的所有包间均已订满,大厅也近乎满座;马凯餐厅两堂包间更是早早告罄,一桌难求;西四惠丰饺子楼春节年夜饭预订也已全满。为满足居家团圆需求,多家老字号还同步推出“到家版”年夜饭礼盒,例如同春园的“江南年味礼盒”,包含清炖蟹粉狮子头、松鼠鳜鱼预制装、豆沙包等经典菜品,上线两周预订即超200份。

春节将至,年夜饭无疑成为餐饮企业即将面临的又一客流高峰考验。武泽伟认为,餐饮企业需系统规划以确保服务品质与运营稳定,首先要统筹预订管理与产能设计,合理设置堂食、外卖与礼盒产品的供给比例,避免超负荷接单影响体验。供应链方面应提前锁定优质食材货源并制定应急预案,以应对冬季可能出现的物流波动与价格变化。另外,餐厅还需加强人员安排与培训,保障假期服务流程顺畅,并适度设计融合年节文化的菜单与服务环节,提升消费体验的情感价值。

北京商报记者 张天元