

40天95亿人次 2026春运预计创历史新高

1月29日,国家发展改革委副主任李春临在新闻发布会上表示,2026年春运将从2月2日开始,到3月13日结束,为期40天。综合研判,全社会跨区域人员流动量预计创历史新高,达到95亿人次。为有效保障群众出行平安顺利,将全力做好增加运力、错峰引导、服务保障等方面的工作。其中,公路出行保障上,继续加强新能源车充电保障,全国高速公路还将在春节假期对七座及以下小型客车免收车辆通行费;铁路、民航出行保障上,除增加运力外,国铁集团首次推出互联网限购限时免费退票的新举措,中国民航局针对“北上滑雪”和“南下避寒”等假期出行需求,重点增加连接境内、境外客源地至境内旅游目的地的航班等。



民航：“北上滑雪”“南下避寒”

“今年民航春运除了传统的返乡过年外,出境游、北方冰雪游、南方避寒游也将成为热点。”中国民航局运输司司长徐青表示,预计旅游航线将迎来新的出行高峰。民航系统在确保安全的基础上,重点在运力安排、优化服务、丰富产品等方面推出一系列有针对性的举措,更好地满足广大旅客多样化的航空出行需求。

据介绍,首先是科学安排航班运力。在深入分析研判的基础上,中国民航局将指导航空公司针对春节期间“北上滑雪”和“南下避寒”等出行需求,重点增加连接境内、境外客源地至境内旅游目的地的航班。同时,也鼓励航空公司不断丰富“干支通、全网联”航空运输网络服务体系,积极开发国内通程航班、航空快线等出行产品,让更多旅客能够享受到始发站一次值机、行李直挂至目的地等更多便捷中转服务,推动中小城市的航线网络更加通达,更好地满足旅客返乡、返岗、出游需求。

其次是提供更优质的出行服务。徐青表示,例如,鼓励航空公司、机场优化适老化无障碍出行环境,提供老年旅客引导陪伴、休息区、敬老候机座位等服务项目;为方便“家庭团”亲子出行,鼓励航空公司提供儿童机上餐食预订、益智玩具、儿童读物等服务,鼓励机场在航站楼设立儿童游乐区、亲子互动体验设施;以及鼓励各航空公司积极推出特色服务产品等。

针对当前机场已经成为文旅体验与消费的重要场景,徐青表示,中国民航局也将支持更多文创产品、特色商品、国货“潮品”、非遗好物、消费电子产品等进入航站楼和机上购物产品目录,鼓励各地机场联合景区、商圈、酒店等推出新春跨场景优惠,打造航空和文旅的组合产品。北京商报记者 程靛

公路：9天假期高速免费

“除客流规模有望创新高以外,今年春运还将呈现一些新的特点。比如,从时间分布看,出行整体呈现‘节前相对分散’‘假期旅游旺盛’‘节后相对集中’;从出行方式看,自驾出行规模高位运行,‘反向春运’‘先回家、再出游’等成为近年的新趋势。”李春临表示。

据介绍,自驾出行将继续处于2026年春运主体地位,占比达八成左右。为优化出行体验,交通运输部、公安等部门将强化道路疏堵保畅,加强充电、加油等自驾出行服务保障,及时多渠道发布出行实时信息。

随着纯电动汽车的加快普及,近年来,新能源车充电保障也是交通运输服务保障的重点。

截至2025年底,全国新能源汽车保有量已达4397万辆,其中2025年新注册登记的新能源汽车就有1293万辆。同时,截至2025年

底,全国高速公路服务区已建成电动汽车充电桩7.15万个,其中2025年新增2万个。

“2026年春运期间,初步预计,新能源汽车出行占比和平常相比还会进一步提高。”交通运输部新闻发言人、运输服务司负责人高博表示。

对此,交通运输部也提前做了针对性安排,例如,梳理形成了充电特别繁忙的服务区清单,“一区一策”制定了服务保障方案。春节假期期间,将综合采取增设移动式应急充电设备,利用高速公路出入口周边的充电设施进行充电,优化单车的充电时长等相关服务举措;对“e路畅通”小程序进一步升级,车主可以通过这个小程序,实时查询全国高速公路服务区充电桩的状态,同时,全国高速公路可变情报板、服务区信息屏、地图导航软件等也会动态发布服务区充电设施状态。

此外,2026年春节假期,从2月15日0时至2月23日24时(即农历腊月二十八、除夕、初一到初七9天假期),全国高速公路将对七座

及以下小型客车免收车辆通行费。

铁路：首次推出限购免费退票

李春临预计,2026年春运,铁路、民航客运量将分别达到5.4亿人次和9500万人次,总体规模和单日峰值均有望超过历史同期的峰值。“铁路、公路、水路、民航领域各单位将提升枢纽站场服务品质,优化购票、安检、换乘等服务,畅通旅客出行‘最先和最后一公里’。”

国铁集团客运部主任朱文忠在新闻发布会上表示,为保障春运铁路运力,国铁集团将充分发挥新开通线路作用。今年春运,西安至延安、包头至银川、广州至湛江、重庆至黔江等22条共3109公里线路,50余座客运车站首次投入春运,共增开和优化旅客列车560余列。同时,国铁集团将积极挖掘运输潜能,在确保安全的前提下,调整部分高铁线路维保作业时间,在京广、京沪、沪昆等主要高铁干线通道,开行夜间高铁近1000列。国铁集团还

将努力满足消费新需求,积极适应“探亲+旅游”“先探亲、后旅游”等需求变化,高度关注节中客流,围绕城际游、冰雪游、海岛游等新热点,适时在热门方向增加运力、加开列车、丰富产品供给等。

买火车票历来是广大旅客关注的焦点,国铁集团也在持续关注学生、务工人员及老年人等重点群体的购票需求。据了解,2026年1月20日起,国铁集团首次推出了60周岁及以上老年旅客电话订票服务,安排了人工座席,可以帮助老人选票、订票,并且可以选择线上或线下方式支付票款。

值得注意的是,2026年春运,国铁集团首次推出互联网限购限时免费退票的新举措。“如果旅客朋友们在12306客户端购票时,因时间紧、未看清、误操作等原因造成误购车票,在购票支付成功30分钟以内且在开车前4小时以上,退票时不收取退票费。这一举措也将成为今后常态化实施的一项政策。”朱文忠说。

强权总部与强化风控 房企迎密集调整

2026年伊始,房企组织架构调整动作频频。据北京商报记者不完全统计,仅1月内,中建八局、保利发展、中国武夷3家房企已相继推进组织优化,核心方向聚焦总部集权与风险管控强化,折射出行业深度调整期对稳健经营共同诉求。事实上,这一轮调整在2025年底已有端倪。去年12月,碧桂园、绿城中国、建发集团等超过10家重点房企也已启动架构与人事的协同调整,显示出行业整体步入以组织变革提质增效的关键阶段。

业绩承压下的主动调整

据北京商报记者不完全统计,保利发展、中建八局、中国武夷等房企在2026年开年,不约而同地启动了组织架构调整。

其中,保利发展新组建“不动产运营中心”,整合了原运营与产品管理职能;中建八局对其投资与运营类业务进行系统性重构;中国武夷则新增了安全质量部与成本管控部。业内人士分析指出,3家企业的调整路径,核心均指向在行业承压背景下,通过内部革新实现降本增效与挖掘新增长点的迫切需求。

2025年初,保利发展2024年度业绩说明会上,公司董事长刘平透露新阶段发展目标,计划未来2—3年推进企业自我重塑,通过推动不动产投资开发全面做优、不动产经营加速做大、不动产综合服务能力做强,加快构筑新的核心竞争力,而此次公司架构调整,正是该战略落地的表现。

此次架构调整,除落地战略布局外,也与保利发展近期业绩承压直接相关。从2025年半年报数据来看,在同属千亿销售额阵营的央企房企中,保利发展与中海、华润置地的归母净利润差距显著,三者分别为27.11亿元、85.99亿元、118.8亿元。其中,华润置地凭借经营性业务利润占比六成的亮眼表现,推动整体毛利率提升,归母净利润更是逆势增长16.2%。

中建八局的调整则着眼于解决内部协同问题。此次调整涉及中建东孚、八局投资发展公司等多家地产平台,旨在厘清业务重叠、资源分散的现状。中指研究院数据显示,中建东孚销售额

已从2023年的526.5亿元降至2025年的497.3亿元。通过明确各板块专业边界,企业意在减少内耗,强化专业化运营能力。

“房企的组织调整,短期内旨在构建集约化运营模式。”中国城市房地产研究院院长谢逸枫分析称,其直接目标是稳固经营、压缩成本,将节省的资源投向保交楼等关键任务,从而稳定现金流,为应对债务压力和行业长期稳健发展储备弹性。

中指研究院企业研究总监刘水进一步分析表示,房企组织架构调整是通过精细化管理降本增效,从而获得管理红利。调整的效果则取决于调整过程是否顺畅以及管理者的思路转变。

财务管控需求主导人事布局

组织架构的迭代,几乎同步牵引着人事布局的优化。据北京商报记者不完全统计,建发股份、碧桂园、荣盛发展等房企也在近期完成了核心管理层或关键岗位的调整,呈现出专业人才与战略需求精准匹配的鲜明趋势。

以建发股份为例,2026年1月,建发房地产原总经理林伟国升任董事长,并拟同步出任联发集团董事长。这一重大人事安排的背后,是公司业绩面临的严峻挑战。建发股份2025年度业绩预告显示,预计全年净亏损52亿—100亿元。公司解释称,亏损主要源于联发集团地产结算利润为负、存货跌价准备计提增加以及对美凯龙投资的公允价值变动损失等因素。

值得注意的是,建发股份旗下两大地产平台业绩分化明显。2025年前三季度,联发集团计提减值后净亏损10.4亿元,而同期由林伟国负责的

建发房地产,在计提减值后仍实现归母净利润14.5亿元。此番人事整合,无疑寄托了集团以强带弱、统筹改善地产业务整体表现的期望。

类似的逻辑也体现在荣盛发展的人事任命上。公司聘任擅长项目管理的王晓辉和精通财务管理的穆扬接任副总裁,意在精准补强当前最为核心的业务与财务短板。

加码销售回款

除了强化管控与降本增效,将资源向优势区域和核心赛道聚集,成为此轮人事调整的另一条清晰主线。

华发股份在2026年1月正式聘任向宇为公司总裁。此前于2025年11月,公司已启动区域架构调整,将原有布局整合为华东、华南两大核心区域,向宇当时即出任新华南大区董事长。财报显示,珠海片区与华南大区销售额合计占华发股份2024年总营收的54.11%,是其业绩的压舱石。向宇的晋升,被业界解读为华发将进一步深耕和巩固大湾区等核心市场,在存量竞争中强化基本盘。

其他企业的人事任命也紧密围绕业务攻坚展开。联发集团任命章翰为营销策划管理部总经理,首要任务即是推进房源去化与资金回笼;中建东孚引入原万科产品负责人王宾担任设计负责人,目标直指搭建全国统一的高标准产品体系,寻求在高端市场的突破。

上海易居房地产研究院副院长严跃进指出,此类目标导向极强的专项人事安排,是房企应对当前经营难题的直接策略。其作用一是短期内精准破解销售与回款梗阻,二是通过关键岗位推动产品力与组织能力的系统性升级,从而实现短期攻坚与长期发展的衔接。

谢逸枫总结认为,无论是架构重组还是人事换防,本质上都是房企在业绩压力下的主动应变。这些调整旨在通过精细化管理释放“管理红利”,其最终成效则取决于战略执行的顺畅度与管理团队思维转换的彻底性。在行业深度调整期,向内寻求变革已成为房企寻求安全与发展的首要共识。北京商报记者 李晗

4款新车亮相 岚图“补短”产品矩阵

在高端新能源赛道加速洗牌的关键节点,岚图汽车迎来产品与资本层面的双重关键进展。1月28日晚间,岚图汽车正式发布2026年产品计划,宣布将推出4款全新车型,包括中国首款量产L3级SUV岚图泰山Ultra、“庭院级大五座SUV”岚图泰山X8、代号为“FE”的全新FUV以及代号为“珠峰”的50万级豪华MPV。该局旨在覆盖SUV、FUV及MPV三大主流品类,全面强化品牌在高端新能源市场的竞争力。

岚图汽车CBO、销售公司总经理邵明峰表示,此次发布的4款新车均搭载L3级智能辅助驾驶硬件,4款重磅产品的组合,将成为岚图2026年提升市场份额、强化用户口碑、推动品牌体系全面进阶的组合牌。其中,岚图泰山L3级智能辅助驾驶测试车已进入最后冲刺阶段,该车型将于2026年3月开启交付。

与此同时,1月28日,中国证券监督管理委员会国际合作司发布关于岚图汽车境外发行上市备案通知书,公司以介绍方式在香港联合交易所上市。这也意味着岚图汽车赴港上市。这也意味着岚图汽车赴港上市。这也意味着岚图汽车赴港上市。

据此前公告,岚图汽车将以介绍方式登陆香港交易所,同时东风集团股份将通过“股权分派+吸收合并”的方式完成私有化退市。目前,岚图已具备盈利基本面:2024年四季度,岚图首次实现单季度盈利;2025年1—7月营收157.81亿元,同比增长90.2%,实现净利润约4.34亿元。2025年全年交付量达150169辆,同比增长87%,累计产销突破30万辆。

在产品布局方面,2025年,岚图汽车通过“三旗舰+双子星”5款产品覆盖市场,但仍存在明显依赖单一品类的现象。2025年前7个月,岚图梦想

家MPV销量占品牌总销量的60%;2025年全年,岚图梦想家MPV销量占比过半。不过,2025年11月岚图旗下首款大六座SUV岚图泰山上市后,岚图梦想家MPV在12月的销量占比已降至约40%。

此次的密集推新,本质是岚图对产品结构单一问题的针对性补课。2026年,岚图汽车将完成MPV系列化布局,加推一款“50万级最强豪华MPV”,代号为“珠峰”,与岚图梦想家形成组合,剑指全品类MPV冠军。该车型将全球首发12项黑科技,是全球首搭L3级自动驾驶MPV,将于2026年下半年上市。

从市场竞争来看,岚图新品仍面临多重挑战。当前,50万级MPV市场已有极氪009、腾势D9等竞品,起售价约40万元的智界V9也有望于今年3月上市;岚图泰山Ultra更是处于竞争白热化的大六座SUV市场,需直面问界M9、理想L9等热门产品的挤压。

经济学者、工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林认为,岚图2026年的新品布局,是为了让产品更加多元化,避免车型结构单一阻碍品牌扩张,通过多元化车型覆盖不同的消费群体,从而拓宽岚图的获客面,拓宽销售渠道。同时,也为其赴港上市增加定价筹码。

盘和林进一步指出,当前新能源汽车市场竞争激烈,技术迭代和成本压力升高,岚图品牌的认知度和用户黏性有待提升。此外,当前的国补政策有退坡,岚图的定价策略需要和以旧换新现行政策匹配,“下一步,岚图应继续谋求技术突破,发展智驾生态,完善智能座舱并改善车辆体验,同时加大营销投入,尤其是针对目标客群的营销”。北京商报记者 雷雨薇