

我省推出2026年“两新”实施方案

推动大规模设备更新和消费品以旧换新

本报讯(记者 袁帅)日前,我省发布《河南省2026年推动大规模设备更新和消费品以旧换新实施方案》,提出到2026年底,力争完成个人消费者汽车报废和置换更新50万辆左右,家电产品以旧换新500万台左右,并进一步释放数码和智能产品等消费潜力。

购买新能源汽车最高补贴2万元

在设备更新方面,《方案》提出,支持工业、电子信息、能源电力、交通运输、物流、教育、文旅、医疗、设施农业、粮油加工、安全生产、住宅老旧电梯、节能降碳环保,以及老旧小区加装电梯、养老机构、消防救援设施、检验检测等领域设备更新。支持商业综合体、购物中心、百货店、大型超市等线下消费商业设施设备更新。

在消费品以旧换新方面,支持汽车报废

更新和置换更新,支持家电以旧换新,支持数码和智能产品更新。

汽车报废更新补贴标准为:购买新能源乘用车补贴车价的12%(最高2万元);购买2.0升及以下排量燃油乘用车补贴车价的10%(最高1.5万元)。在置换更新方面,购买新能源乘用车补贴车价的8%(最高1.5万元);购买2.0升及以下排量燃油乘用车补贴车价的6%(最高1.3万元)。

每位个人消费者在一个自然年度内最多可享受一次补贴,购买同一辆新车只能选择报废更新补贴或置换更新补贴其中之一。个人消费者购买冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器等6类家电中1级能效或能效标准的产品,按产品销售价格的15%给予补贴,每位消费者每类产品可补贴1件,每件补贴不超过1500元。

个人消费者购买手机、平板、智能手表手环、智能眼镜等4类产品(单件销售价格不超过6000元),按产品销售价格的15%

给予补贴,每位消费者每类产品可补贴1件,每件补贴不超过500元。

支持郑州建设集中规范的二手商品交易市场

汽车和家电消费品的以旧换新,需要畅通回收循环利用网络,对此,《方案》也提出了明确要求。

完善废旧设备和消费品回收网络。完善再生资源交点、中转站、分拣中心三级回收体系,畅通废旧设备和消费品交售渠道。支持省内有关企业加快建设全省性、功能性资源回收再利用平台。支持省供销社系统健全覆盖县以下基层的回收网络。引导“互联网+回收”企业拓展品类,提升废旧设备和消费品回收能力。

规范二手商品交易和废旧设备再制造。鼓励“互联网+二手”模式发展。支持郑州、洛阳等有条件的地区建设集中规范的

二手商品交易市场。推动旧货交易管理、评估鉴定等制度落实。提升废旧机电设备、汽车零部件等再制造产业水平,再制造产品质量特性和安全环保性能应不低于原型新品。

壮大资源循环利用产业。支持符合条件的高水平资源循环利用项目积极申报国家超长期特别国债资金。加强资源循环利用重大技术装备科技攻关。推广应用再生材料。加强对报废回收拆解企业的监管,提升废旧设备回收利用规范化水平。

同时,发挥标准提升牵引作用,对标国际国内先进水平,提升重点行业节能降碳标准和污染物排放标准,严格实施废弃电器电子产品处理污染控制技术规范。强化家电、电子等消费品能效和水效标准应用。加强标准执行监督,严格执行机动车强制报废标准规定和车辆安全环保检验标准,依法依规淘汰达到强制报废标准的老旧汽车。鼓励达到推荐使用年限的家电产品及及时报废。

聚焦春节假期

河南春节假期旅游收入376.3亿元

接待人次增长9.1% 旅游收入增长9.6%

本报讯(记者 秦华)记者昨日从河南省文化和旅游厅获悉,2026年春节假期,我省接待国内游客6281万人次,旅游收入376.3亿元,与2025年同期相比(按可比口径,即2026年假期9天总和与2025年假期总和除以8乘以9之后的数据进行对比),接待人次增长9.1%,旅游收入增长9.6%;全省公共文化场馆(含文博场馆)进馆943.4万人次,惠民文化活动2.3万场次(线上+线下),观看和参与群众1252.7万人次。

春节假期,全省深挖中原文化根脉,将传统文化、非遗民俗、文博研学与马年生肖元素、现代潮流深度融合,推出系列特色活动,让群众在沉浸式体验中感受传统年味与文化魅力。

文化演出精彩纷呈。各地聚焦马年新春主题,推出形式多样、内涵丰富的文艺演出,丰富群众精神文化生活。郑州举办马年新春戏曲晚会、民俗歌舞展演,让群众在家门口享受文化盛宴;洛阳围绕牡丹文化、古都底蕴,联动景区打造“演艺+游览”沉浸式体验;商丘整合豫剧、四平调等地方戏曲资源,穿插非遗技艺展示,吸引大量群众驻足观看;鹤壁浚县古城舞狮、高跷、竹马、秧歌等传统社火表演依次登场,将“社火火千年”的市井繁华展现得淋漓尽致。

非遗民俗焕新出彩。开封、安阳、南阳、周口、驻马店等地,推出实景演出、社火表演、杂技大联欢、非遗手作等活动,再现传统非遗民俗的魅力,活动现场人气火爆。

文博研学掀起热潮。假日期间,全省博物馆、纪念馆进馆680.0万人次,惠民文化活动超1万场次(线上+线下),观看和参与群众366.2万人次。

9天假期,全省坚持“全域联动、上下协同、文旅融合”思路,优化产品供给,推出惠游举措,强化宣传推广,推动旅游市场量质齐升,短途游、休闲游、体验游成为主流。

产品供给丰富多元。省文旅投资集团整合银基国际旅游度假区、只有河南·戏剧幻城等13家景区,每日推出2000余场特色活动,其中,只有河南·戏剧幻城戏剧排期拉满,建业电影小镇《穿越德化街》一票难求;依托冬季资源优势,新乡南太行、焦作云台山、三门峡黄河滑雪场等推出冰雪嘉年华、冰瀑奇观等产品;乡村旅游持续升温,信阳鸡公山、济源那些年小镇、驻马店黄石头庄等推出围炉煮茶、农耕体验、怀旧互动等项目,成为短途出游首选。

惠游惠民精准发力。省级发放5000万元文旅、住宿类消费券,许昌、三门峡等多地发放文旅消费券,覆盖景区、住宿、餐饮等领域,推动文旅消费持续释放。各地也纷纷推出门票减免、年卡优惠、消费满减等举措。

全省消费潜力加速释放

本报讯(记者 成燕 孙婷婷)以旧换新拉动大宗消费,扩容提质;有奖发票激发消费热情,释放活力;商圈商场推出多元活动,汇聚人气……2月24日,记者从省商务厅获悉,春节长假期间,全省组织开展“乐购新春”春节特别活动,营造“全域联动、普惠让利、品质升级、欢乐祥和”的浓厚氛围,打造多业态融合、多场景联动的消费热潮,助力一季度经济火热开局。

政策上新,多点发力成效显著。全省各地举办汽车联展、家电节、年货团购会等特色活动,让政策红利直达消费者,有效拉动大宗消费提质扩容。据监测,节日期间,全省参与以旧换新活动的家电订单9.1万台,销售额3.1亿元。全省重点监测家用电器、通信器材类商品销售额分别同比增长5.5%、4.1%。与此同时,有奖发票作为春节期间促消费、惠民生的重要举措,河南多点开花,郑州、开封两市启动国家有奖发票试点。郑州有奖发票试点总奖金2.6亿元,特设“马年迎春”春节专场,活动覆盖零售、餐饮等八大行业,广大市民积极参与,营造了“消费有奖、索票有礼”的良好氛围。

活动纷呈,消费热度持续高涨。春节期间,全省各地市围绕“乐购新春”精心策划、密集发力,累计举办各类重点促消费活动109场。全省各商贸企业抢抓马年新春消费旺季,密集推出打折满减、互动抽奖、非遗展演、国潮体验、文艺市集等多元促销活动,营造浓郁的新年氛围和过年仪式感,吸引大量客流。如,郑州丹尼斯大卫城、郑东万象城等大型综合体紧扣马年主题,布置多元创意的马元素美陈;正弘城灵活调整营业时间,推出零售5折起、黄金克减等优惠,助力新春消费。

场景焕新,激发假期消费活力。马年春节恰逢9天超长假期,返乡、旅游、探亲、休闲多重出行场景叠加共振,全省文旅市场消费全线升温,景区、商圈、酒店、影院人气爆棚,多地再现“人从众”火热景象。全省各地以“豫豫美食”“食在河南”等为亮点,组织餐饮企业深入挖掘特色菜品,丰富供给品类,吸引食客前来打卡体验消费。其中,郑州等地整合线上线下餐饮门店与美团、抖音等线上平台资源,开设预订专区、推出线上优惠,满足消费者个性化、多样化、品质化的需求。

财经观察

通勤路上解锁城市文化消费新场景

郑州地铁文创首店“圈粉”不停

本报记者 张倩 文/图



乘客在郑州地铁文创店选购商品

在每日川流不息的“地下之城”,除了步履匆匆的赶路人,能否生长出新的商业与文化生态?郑州地铁给出一个充满活力的答案。位于地铁1号线与4号线换乘站会展中心站厅层的郑州地铁首家文创实体店,自开业以来迅速走红,成为市民与游客争相打卡的热门站点。

“等地铁的工夫,淘一枚专属冰箱贴,通勤路突然就有了仪式感!”今年春节期间,这家小店持续“圈粉”,为郑州城市文化消费解锁了全新场景。

“小切口”撬动“大生意”:通勤场景的价值深挖

小店虽小,“五脏”俱全。它巧妙利用了乘客换乘的碎片化时间与站内空间。其产品策略清晰指向“情绪价值”与“在地文化”的深度融合。店内三大核心文创系列人气高涨,每一件产品都镌刻着郑州的独特印记。

城市地标系列:以地铁沿线地标建筑、经典街景及知名景区为灵感,创作出栩栩如生的主题冰箱贴,让城市风景化为可珍藏的记忆切片;地铁IP系列:围绕地铁列车、线路图、站点标识等元素,推出场景积木盲盒、毛绒玩偶、帆布袋等趣味产品,让通勤过程平添温度与乐趣;文创计次票系列:涵盖传统文化、非遗文物、节气热点等多种主题,兼具实用乘车功能与收藏价值,成为连接出行与文化的特色载体。

据介绍,这种“小快灵”的商业模式,核

心在于对流量的精准截取与转化。地铁站日均数以万计的客流,构成了天然的庞大潜在消费群体。与需外部引流、承担高昂获客成本的商业体不同,地铁文创店坐拥稳定、高频的“过路”流量。小店虽规模不大,却精准捕捉了乘客的碎片化时间——候车的几分钟里,一次好奇的驻足,一次有趣的端详,便可将单纯的“人流”有效转化为“客留”,实现价值变现。

从“赶路人”到“体验者”:地铁里邂逅文化新惊喜

这家文创小店被市民亲切地称为“城市记忆微展厅”。在这里,乘客无须专程前往

博物馆或文创园,在换乘的间隙,便能沉浸式感受中原文化的底蕴,触摸郑州发展的活力。

“我们希望地铁不只是交通枢纽,更能成为传递文化的载体。”店内工作人员介绍,此次文创店的尝试,是“地铁+文化+生活”模式的落地实践,旨在让人们在碎片化的出行时间里,就能近距离接触优质文创,真正实现“出门即见文化,通勤也有乐趣”。未来,郑州地铁还将打造更多具有站点特色的文化空间,让每一次地铁出行,都能遇见不一样的郑州。

乘客马先生表示,郑州地铁这种商业模式实现了多方共赢。对运营方而言,文创店是拓展非票务收入、盘活站内闲置空间的有

效探索,有助于优化营收结构;对消费者而言,无须刻意安排时间,在通勤间隙即可触摸城市文化,满足了日益增长的精神文化消费需求;对城市文化传播而言,地铁作为城市流动的脉搏,成为天然的、覆盖面极广的文化展示窗口,让抽象的城市文化有了具体、可触摸、可带走的载体。

前景与挑战:从“网红”到“长红”的进阶之路

开业首月,郑州地铁文创店推出九折优惠,每日前20名进店顾客可免费获赠精美站点钥匙扣一枚,吸引了大量尝鲜者,初步证明了这一商业模式的吸引力。然而,要将短期的“打卡热”转化为可持续的商业模式,仍面临诸多考验。

相关专家指出,文创产品的核心竞争力在于其文化内涵与设计感。如何避免同质化,不断挖掘更具深度和新意的郑州故事、地铁故事,并快速响应市场变化,是保持消费者新鲜感和复购率的关键。同时,如何平衡商业属性与文化属性,避免过度商业化冲淡文化体验,也需要审慎把握。

当千万级人口的日常通勤网络,叠加了文化体验与消费的功能,它所撬动的将不仅是文创产品的小众市场,更可能催生城市公共空间运营与城市文化传播的新范式。郑州地铁运营分公司相关负责人表示,地铁文创首店的“圈粉”只是一个开端,未来将打造更多富有站点特色的文化空间,持续解锁城市文化消费的新场景,让地铁真正成为流动的城市文化名片。

再添1家 郑州“商转公贷款”直还签约银行扩容至64家

本报讯(记者 孙雪菲)2月24日,记者从郑州住房公积金管理中心获悉,中国工商银行股份有限公司郑州商都路支行已与该中心签订《商转公贷款业务合作协议》,成为郑州第64家“商转公贷款”直还签约银行。

据悉,新增“中国工商银行股份有限公司郑州商都路支行”支持范围为郑州市主城区,该商业银行出具“两函”(即《同意提前结清商业贷款函》和《同意办理顺位抵押函》)后,申请者可前往二七区政务服务中心、金水区政务服务中心公积金分厅使用公积金“直还”方式办理商转公贷款业务。

400个展位 展出产品5000余种

这场阀门展销会邀您参加

本报讯(记者 史治国 通讯员 李佳晨)2月21日,2026第三届“阀门之乡”河南濮阳阀门展销会在濮阳市高村镇阀门产业园区开幕。本次展销会由河南省泵阀业商会、濮阳市阀门业商会联合主办,濮阳市委、市政府协办,延续前两届展销会的强劲态势与办展理念,精心搭建行业核心对接平台,精准赋能当地阀门产业转型升级,助力破解行业发展瓶颈,推动濮阳阀门产业向规模化、规范化、高端化方向稳步迈进。

据悉,此次展销会将持续至2月26日,占地逾20000平方米,共计400个展位,展出产品5000余种。展销会以“展会为桥、产业为核、合作共赢”为宗旨,搭建起政企联动、产销对接、产学研融合的高端交流合作平台——既是返乡客商回归故里、共谋发展的温馨港湾,也是濮阳阀门产业“走出去”展示实力、“请进来”吸纳资源的重要窗口。活动现场宾朋云集、商机涌动,

行业精英齐聚一堂,共话阀门产业发展新趋势、新机遇;参展客商面对面洽谈、点对点对接,在交流中凝聚共识,在洽谈中挖掘商机,生动展现了濮阳阀门产业从“单兵闯天下”到“集群筑高地”的华丽蝶变。

本次展会兼具专业性与实效性,不仅集中展示了濮阳阀门产业的最新成果、优质产品和创新技术,更成为行业资源链接、技术革新、供需对接的重要载体,为推动阀门产业高质量发展注入新活力。



一个纸箱一棵树

倡导绿色包装 节约生态资源

中宣部宣教局 中国文明网