

假日消费多点开花 多元场景释放活力



汽车



科技



电影



银发

车市门店客流回升：“试驾车基本全天约满”

证券时报记者 梅双

国庆假期，车市迎来传统“金九银十”的关键窗口期。证券时报记者走访上海多个新能源汽车品牌线下门店获悉，依托新车上市、地方购车补贴，叠加车企假期限时促销，门店客流回升明显。

记者了解到，国庆假期前夕，区级补贴升级进一步释放了汽车消费潜力。以上海市嘉定区为例，嘉定区于9月24日推出“金秋焕新‘嘉’速启程”2026年嘉定区第二轮汽车促消费补贴活动，个人消费者在嘉定区购买符合要求的私家车新车可获得最高10000元/辆的消费补贴。政策红利进一步降低市民购车成本，不少有置换需求的消费者专门趁着国庆假期到店看车对比。

“国庆这几天试驾车基本全天约满，经常出现刚结束一组试驾，下一组客户已经在等候的情形。不少家庭全家结伴而来，大部分客户都是冲着置换补贴、区级补贴过来的，先让我们帮着算清楚全部优惠再作决定。”嘉定某蔚来体验中心销售人员告诉记者，国庆假期期间，门店接待客户量较普通周末上涨约三成，油换电的置换需求较为突出。

车企层面则纷纷推出国庆限时权益，形式涵盖现金直降、选装优惠、金融贴息、置换礼等多种类型。“国庆期间门店优惠力度很大，Model 3尾款立减5000元，Model Y部分车型减7000元，可叠加5年0息、车漆、保险补贴。”上海浦东一特斯拉门店销售人员告诉记者，“现在购车还能享受市级置换报废补贴等，名额先到先得，假期预约试驾的客户明显增多。”

“小米汽车首销限时权益相关福利将在10月7日24时正式截止。”上海浦东商圈小米汽车门店销售人员向记者介绍，国庆假期到店看车的家庭客户占比很高，不少顾客专门冲着国庆首销权益过来咨询，门店销售人员也会提醒意向客户一定要留意截止时间，避免错过福利。

另外，小米增程SUV澎湃系列等新品也吸引了不少消费者打卡咨询。小米汽车门店销售人员表示：“新车展出之后到店量明显上涨，很多消费者提前在网上做足功课，假期专门过来试驾体验，重点关注智驾、空间以及补贴之后的落地价格。”

门店客流回暖，但订单转化仍存在一定周期。多位销售人员向记者表示，当下消费者普遍比价理性，会走访多家门店横向对比报价、核对补贴申领条件。部分热门新车现车紧缺，订车需要数周等待周期，也在一定程度上影响即时成交。“最怕客户看好之后要长时间等交付，其他品牌如果有现车，很容易把订单抢走。”一位合资品牌销售经理表示。

假期消费热潮中也不乏持币观望的消费群体。走访中，准备置换新车的消费者李先生告诉记者：“现在趁着假期可以多比较，待年底再看有没有更大的优惠。”

中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会认为，车市已进入传统的“金九银十”消费旺季，终端客流有望持续回暖，地方促消费政策与车企促销活动持续，利好消费者需求释放。



启元机器人全球首店在上海开业。

科技消费点亮国庆 AI产品加速嵌入日常场景

证券时报记者 聂英好

今年国庆假期，杭州良渚博物院内，游客戴着人工智能(AI)眼镜漫步展区，随时与文物“对话”；上海核心商圈的机器人体验店里，孩子们围着人形机器人互动体验；深圳华强北的AI眼镜柜台前，海外游客与国内消费者络绎不绝……这个假期，AI产品不再是实验室里的概念和发布会上的参数，而是实实在在走进了商场柜台、景区展馆和消费者的日常生活。

商务部数据显示，10月1日至3日，全国消费品以旧换新累计带动销售额196.3亿元，惠及348.3万人次。其中，数码和智能产品购新达170.9万件，带动销售额49亿元。

手机市场的智能化转型在这个假期进一步提速，国内市场AI手机正在从概念阶段进入大规模普及期，国庆假期叠加全国以旧换新政策落地，数码家电迎来消费旺季。广东佛山一家手机线下门店的店主表示，今年国庆假期前三天新售出的旗舰手机中，具备完整侧端生成式AI功能的机型占比已经超过七成，消费者对于AI手机的接受度正在快速提升。位于深圳的荣耀阿尔法旗舰店国庆期间门店客流环比提升100%，销售额实现翻倍增长，其中高端智能机型成为销售主力，9月底新发布的荣耀旗舰手机Magic9销售额较上代机型增长58%。

AI眼镜、机器人的体验式消费热度则在今年国庆假期持续攀升。多地文旅景点推出AI眼镜智慧导览项目，例如广东民间工艺博物馆(陈家祠)提供场馆点位自动讲解、实物拍照识别、多轮自由问答、团体同传导览等服务；浙江杭州良渚博物院联合乐奇Rokid正式上线全馆AI眼镜智能导览服务，讲解覆盖全馆、能对话且支持多语种等。

机器人的体验式消费吸引了众多带着孩子的市民或游客。国庆前夕，上纬新材启元机器人发布启元Q1、启元T1两款个人机器人，全球首店落地上海核心商业街区，并在广州、深圳、西安、厦门、杭州、武汉等7城开启线下体验店。在体验店里，两款机器人现场展示了行走、交互、抓取等能力，消费者还可以亲手定制机器人皮肤、头盔等配件。

上述科技产品在国庆期间消费热情升温，折射的是背后旺盛的产业发展态势。全球技术市场研究咨询机构Omdia最新数据显示，2026年上半年全球AI眼镜出货量达到420万台，同比增长127%。AI眼镜仍处于新兴品类的发展阶段，随着市场从较低基数持续扩大，增速正逐步趋于稳定。此外，2026年1—7月，华强北AI产品全品类销售额同比增长55%以上，其中AI眼镜销量激增100%，无人机、机器人销量增长60%—70%。

科技与文旅的融合也在这个假期走向深入，各地景区纷纷推出机器人表演、无人机灯光秀等，将前沿技术转化为可观赏、可互动的旅游体验。北京天文馆开放月壤展览，延时营业并推出星空夜宿活动；中国航天博物馆开展航天科普讲座；北京越野、小米汽车智能工厂开放公众参观，游客可实地观看机器人造车流程、体验越野路况。“机器人奇妙夜”全国巡演在云南昆明展开为期一周的表演，这是迄今云南省规模最大的机器人展演，演出时长近50分钟，智元机器人50台远征、灵犀系列人形机器人与四足机器狗轮番上场，巧妙融合科技、国风与民族文化。科技不再只是货架上的商品，也成为假日出行的目的地和体验内容。

过去，AI是互联网上的科技概念，是产品上的一个附加卖点；如今，AI正以越来越具体的形态，嵌入普通人的消费场景。随着大模型能力向端侧迁移，国内供应链成熟带动硬件成本持续下降，AI产品的价格门槛不断降低，功能体验持续升级。未来，或将会有更多“看不见的AI”加速融入日常消费之中。

观影补贴持续发力 电影消费活力释放

证券时报记者 吴志

2026年国庆档已收官。灯塔专业版数据显示，截至2026年10月7日21时，2026年国庆档票房超过11.6亿元(含服务费)，观影人次(总出票数)约3187万。《神探之痕迹》《什么意思夫妇》《生化危机：爆发夜》位居国庆档票房前三。

今年国庆档期共7天，较2025年减少1天。虽然缺少与往年体量相当的重磅商业大片，但在较低的票价和各地推出的电影惠民活动的加持下，今年国庆档电影市场仍不乏亮点。

影片方面，由陈思诚导演，张译、马丽等主演的犯罪题材电影《神探之痕迹》以超过4.2亿元的票房位列国庆档票房榜首。上映首日，该片就以14.21万场打破了过去三年国庆档影片首映日场次纪录。

小沈阳、沈春阳夫妇主演的喜剧、家庭题材电影《什么意思夫妇》则成为今年国庆档的一匹“黑马”。上映初期，该片并不被市场看好，但其票房及预测票房却持续走高。10月7日晚，该片票房已升至2.43亿元，预测票房接近4亿元，并已打破“中国影史国庆档家庭片首映日票房纪录”等多项纪录。

此外，多部高口碑老片在国庆期间展现出较强的“长尾效应”，《欢迎来到龙餐馆》《八仙！》两部上映已久的影片，国庆档期内均收获超过5000万元票房。

相对较低的票价，一定程度上提升了今年市场的热度。灯塔专业版数据显示，2026年国庆档平均票价约36.4元，较2025年国庆档下降0.2元，较2024年国庆档下降4元，系2018年以来票价最低的国庆档。

票价下降，与片方主动让利密切相关。以《神探之痕迹》为例，该片在全国执行三类结算标准，除在四个一线城市执行35元结算价、部分重点城市执行30元结算价外，其余城市均执行25元的结算价。这意味着，全国多数地区的观众可以以低于30元的价格观看该影片。

除了片方和影院主动让利，不少地区也推出了电影惠民活动，提振电影消费。例如，河南省自2026年10月1日至2027年2月28日在全省开展“光影故事 美好生活”2026年电影消费惠民活动。此次河南省电影消费补贴发放总金额约1600万元。数据显示，今年国庆档河南省共产生票房约5500万元。

10月1日，由广东省电影局主办的“影惠万家·‘粤’享精彩”电影惠民消费活动正式启动。此次活动将从今年10月1日持续至11月20日，共计送出1560万元观影补贴。今年国庆档，广东省共产生1.42亿元票房，继续稳居全国第一。



影迷来到电影院观影。

老年人假期有了新去处 银发消费新场景持续涌现

证券时报记者 陈雨康

银发经济，既关乎民生福祉，也蕴藏着广阔市场机遇。近些年来，从综合商业体到社区嵌入式养老站点，各类银发消费新载体如雨后春笋般涌现，一个多元立体、全域覆盖的银发消费服务体系正在逐步构建起来。今年国庆假期，“银发族”及子女们纷纷走进这些银发消费特色场所，亲身感受看得见、摸得着的品质养老体验。

国庆假期期间，记者来到不久前开业的苏州人民商场银发生活馆。暖黄色的木质风格下，整个空间让人放松愉悦，吸引着络绎不绝的老年人前来参观。不同于普通卖场的货品摆放，这里更多是可逛可试的居家体验空间：一侧由适老卫浴设施、多功能居家床、智能感应安防设备等组成，1:1还原家庭实景；另一侧陈列着电动轮椅、代步辅具、康养日用产品等，一应俱全，依次排布。

在适老卫浴实景样板间，一对老夫妻正向工作人员咨询家居改造。这个样板间完整复刻了适老化卫生间的场景：马桶旁、洗手台边都加装了安全扶手，一旁摆放可移动淋浴椅。

“家里洗澡最怕滑倒。”只见阿婆伸手触摸防滑扶手，坐上淋浴椅亲身感受舒适度。一旁的工作人员则将适老化改造的设计逻辑讲给老人听，并解答了老人关心的牢固度、安装难度、预计费用等问题。

据工作人员介绍，银发生活馆不是简单的商品陈列，而是通过适老家居改造、代步辅具等功能模块，让老年人和子女可以现场感受、对比体验，破解线上选购“看不见、摸不着”的痛点。例如，卫生间是改造中难度最大、容错率最低的空间。不仅防水层重做后要通过闭水试验，还要结合干湿分离、智能卫浴、壁挂马桶等手段在有限面积内实现功能最大化。

去年12月开业的上海银发商店，不仅成为了沪上老年人享受国庆假期的网红打卡点，更吸引了全国各地的银发从业者前来交流“取经”。

上海银发经贸发展有限公司总经理马智雯在接受证券时报记者采访时表示，尽管银发经济前景广阔，但业内同仁切勿急于落地银发实体店。实体店投入成本高、试错成本大，除了专业的运营主体，新入行者盲目开店风险极高。建议行业新手可借鉴上海银发商店的“快闪模式”，先通过商圈快闪活动完成选品测试、模式打磨、市场调研，再进行具体的开店决策。

作为全国老龄化程度最深的城市之一，上海在银发消费特色场所建设上走在了全国前列，银发消费新场景层出不穷。《上海市民政事业发展“十五五”规划》明确，到2030年，建设银发消费特色场所不少于50个。上海去年10月发布的《银发友好型商场建设指引(试行)》《银发特色商店建设指引(试行)》也为银发消费特色场所画好了“施工图”。在此背景下，上海银发商店的成功经验将裨益甚广。

马智雯对记者表示，单店盈利并非核心目标，上海银发商店的实践意义在于探索可复制的银发商业运营模式。未来，团队将进一步梳理、沉淀上海老博会的优质供应链资源，力争将上海银发商店的经验形成标准化解决方案，向全国各类商业空间、消费场景输出，助力整个银发业态高质量发展。

各地大力培育银发消费新场景的背后，是银发经济市场规模的快速增长，以及品质型银发产品和服务的潜在增量空间。毕马威数据显示，预计到2030年，中国银发经济市场规模将达到25万亿元；到2035年，我国60岁及以上人口数量将超4亿人，银发经济规模有望突破30万亿元。

毕马威中国零售及消费品行业主管合伙人林启华对证券时报记者表示，老年群体的消费结构正从日常需求型向品质追求型转变。随着社会经济的发展以及老年人自身条件的改善，新一代老年人的消费观念正在发生转变，这类人群不再满足于基本的生活需求，而是更加注重社交娱乐、健康养生、养老理财等方面的消费，对产品品质的要求也随之提升。

本版供图:梅双 聂英好 吴志 陈雨康 受访公司 中新社

国庆假期消费观察