

如何保障和满足群众春节消费需求？ 这场发布会回应关切

春节是传统的消费旺季。国新办1月24日召开新闻发布会,商务部、文化和旅游部、国家体育总局有关负责人围绕保障春节市场供应、满足群众消费需求等话题回应关切。

节前全国生活必需品市场供应充足

“据商务大数据监测,节前全国生活必需品市场供应充足、价格总体平稳。”商务部市场运行和消费促进司司长李刚介绍,1月中旬,全国200家大型农产品批发市场粮食、食用油、猪肉、鸡蛋、蔬菜等库存比2024年底不同幅度增加。1月23日,鸡蛋、牛肉的平均批发价格比月初分别下降1.5%和1.1%,粮食、食用油、猪肉、羊肉与月初基本持平。

李刚说,节日期间,各级商务部门将加强应急值守,密切关注市场形势,

持续做好生活必需品保供工作。

强化货源组织,指导各地组织商贸流通企业拓宽货源渠道,加强产销衔接,增加库存备货数量,提高补货上架的频率,保障市场循环畅通。北京在新发地农产品市场启动“第三届年货节”,进一步拓宽供销渠道;上海用好平价菜专柜机制,丰富节日期间市场供应。

做好储备调节,持续加大生活必需品保供力度,积极发挥储备吞吐调节的作用,指导各地统筹肉菜储备投

放,增加节日市场供应。青岛市在市区121个投放点投放政府肉菜储备1.7万吨;新疆乌鲁木齐、宁夏银川等地有序投放平价蔬菜,增加市场供应。

保障便民服务,引导商贸流通企业节日期间正常营业,鼓励重点商超适当延长营业时间。四川协调电商平台增加骑手保障春节期间配送,指导100家重点大型连锁超市春节期间每日正常营业;湖北推动农批农贸市场、商超电商、外卖快递企业“能开尽开”。

消费市场年味浓 人气足 消费旺

蛇年春节临近,李刚介绍,近期消费市场年味浓、人气足、消费旺,总体呈现以下特点:

商品消费亮点多。年货市场供需两旺,各大商超举办了丰富多彩的年货促销活动,特色食品、年俗商品、应季服饰、鲜花等商品受到青睐。以旧换新政策加力扩围,手机、可穿戴设备、绿色智能家电等商品热销。

餐饮消费活力足。年夜饭预订火热,老字号传统美食、地方特色名菜成为餐饮消费热点,北京、上海、四川等地部分热门餐厅年夜饭“一桌难求”“一厢难求”,一些餐饮平台年夜饭订量量同比增长一倍以上。

服务消费需求旺。冰雪游、避寒游、文博游广受欢迎,逛灯会庙会、赏民俗表演成为热门选择。哈尔滨冰雪旅游热度依旧,旅游订单量同比增长超三成。一批优质的国产影片带动观影热潮,截至1月23日,2025年春节档上映新片预售总票房突破4亿元。

1月7日农历腊八节,“2025全国网上年货节”正式启动,据商务大数据统计,活动开展至今,各地围绕春节餐饮购物、文娱旅游等消费热点,组织配套活动已经超过400场,网络零售额超过7000亿元。

李刚说,下一步,商务部将创新打

造“购在中国”活动品牌,聚焦首发经济、国货潮品、文娱旅游、体育赛事等消费新增长点,组织开展精品消费月、国际消费季等系列活动,创新拓展多元消费场景,促进商旅文体健深度融合,激发消费活力。

国家体育总局体育经济司司长杨雪鸪介绍,近日,体育总局发布11条春节假期户外运动精品线路,既有冰天雪地的筑梦亚冬冰雪户外线路,也有绿水青山的环漓江户外运动线路,可满足不同人群的体育消费需求。“各地在丰富体育消费场景方面出实招,创新赛事与文旅商融合消费场景,推动体育消费扩容升级。”

备好备足精神食粮 欢欢喜喜过个文化年

“2025年是春节申遗成功后的首个春节,放假调休增至8天,群众出游热情更高,文化旅游等消费需求将集中释放。”文化和旅游部产业发展司司长缪沐阳说,目前“欢欢喜喜过大年”2025年春节主题文化和旅游活动已经在全国全面启动,传承弘扬春节文化、丰富人民群众精神文化生活。

在丰富节日文旅供给方面,推出惠民演出、非遗体验、文博展览等系列活动。比如推出“文艺中国”新春特别节目,举办迎新春美术作品展、“古城过大年”、文博馆里过大年、欢乐冰雪旅游季、海外“欢乐春节”等活动。同时,丰富入境游产品,优化入境旅游服务。

在促进节日文旅消费方面,1月至2月持续开展2025年全国春节文化和旅游消费月,助力中小文旅企业拓展销售渠道,实现“惠企利民”。推出冰雪旅游路线、避寒康养好去处;实施“百城百区”文化和旅游消费行动计划,上线景区门票、演出、餐饮、购物等优惠活动;实施“百城千站”文化和旅游消费行动计划,推出自驾游优惠措施,打造综合性旅游服务驿站。

“我们将备好备足精神食粮、旅游产品,以暖人心、聚人气、接地气的文旅活动,让大家在欢度新春佳节的同时畅享文旅乐趣。”缪沐阳说。

据新华社电

我国呼吸道疾病 流行水平下降

1月26日,在国家卫健委举行的新闻发布会上,中国疾控中心病毒病所研究员陈操介绍,当前我国呼吸道传染病流行情况已经下降,目前仍处于流感季节性流行期。

陈操介绍,我国呼吸道传染病流行情况已经下降,流感样病例占比有所下降,肺炎支原体阳性率持续下降,新冠病毒等其他呼吸道疾病继续处于低流行水平。本次冬春呼吸道传染病均由已知病原体引起,没有出现新发传染病。

根据中疾控既往监测结果看,我国流感冬春季流行期大多是在每年的11月到次年2月或3月。目前,我国仍处于流感季节性流行期,疾控部门将继续密切监测,及时发布监测结果。“现在接种流感疫苗依然非常必要,及时全程接种流感疫苗,能够有效降低感染风险,减少重症和并发症的出现。”陈操说。

国家卫健委新闻发言人米锋表示,春节期间走亲访友、聚会聚餐增多,公众在合家团聚的同时,要始终做好个人防护,坚持勤洗手、常通风,科学佩戴口罩等良好卫生习惯。

据气象部门预报,近期我国将有大范围雨雪和寒潮天气,气温变化剧烈,公众要注意增添衣物,预防感冒和心脑血管疾病的发生;注意合理膳食,规律作息,适量运动,外出游玩做好防护。

据《北京晚报》

瞄准投保难题

我国首个新能源车险指导意见出招

新能源车险投保难、投保贵问题将迎来“破局”。

1月24日,金融监管总局等四部门联合发布《关于深化改革加强监管促进新能源车险高质量发展的指导意见》,提出了一揽子政策举措。这是我国首个新能源车险指导意见,将对维护消费者权益、促进行业健康发展产生重要意义。

行业数据显示,2023年,新能源汽车车均保费比燃油车高63%,扣除车龄等因素,新能源新车保费仍比燃油车新车高约10%。但同时,全行业2024年新能源车险承保亏损57亿元,呈现连续亏损。

指导意见将如何“破局”?

指导车险供给思路,化解投保难题——

指导意见创新提出,建立高赔付风险分担机制。这一举措将在指导意见发布的第二天落地实施,1月25日,“车险好投保”平台将上线运行,帮助高赔付风险车辆顺利投保,参与该平台的险企不能拒

保。

针对新能源网约车和换电等模式车辆的多样化需求,“基本+变动”新能源车险组合产品和“车电分离”模式汽车商业车险产品将研究推出,提供更加科学合理的保障。

此外,“稳妥优化自主定价系数浮动范围”“优化商业车险基准费率”等一系列政策举措,也将优化车险供给,促进价格与风险更匹配。

降低维修使用成本,让保费更加合理——

“丰富新能源汽车维修零部件供给渠道和类型”“鼓励推动新能源汽车企业和动力电池企业通过技术开放,提升动力电池的维修经济性,支持其自营或授权网络向社会销售‘三电系统’配件”……一系列举措意在打破新能源车“维修壁垒”,降低保险赔付成本。

指导意见还提出,探索建立保险车型风险分级制度。综合考虑低速碰撞试验结果、易损零部件价格、常见维修项目工时等因素,及时优化保

险车型分级等级,推动其与商业车险保费相挂钩。

多领域共同发力,确保政策有效落地——

新能源车险的高质量发展,离不开保险、汽车、交通、贸易等多领域共同发力。指导意见着力加强统筹协调,压实各方责任,确保政策有效落实。

例如,由四部门建立常态化联系工作机制,指导多家单位建立数据共享机制,依法依规开展新能源汽车相关数据共享;为降低消费者零部件使用成本,由中国汽车工业协会加快构建完善新能源汽车零部件生态系统……

新能源车险高质量发展“路线图”已绘就。

作为深化车险综合改革的重要一步,相信指导意见的发布将助力提升新能源车险保障能力,更好维护消费者权益,促进保险业和新能源汽车产业协调共赢。

据新华社电