



市民游客在热闹喜庆的黄河市集游玩。 新华社发

市场如何保供？怎样促进节日消费？

——多部门解读春节促消费相关举措

节前全国消费市场平稳有序

春节是传统的消费旺季。在6日举行的国新办新闻发布会上，商务部、文化和旅游部、国家体育总局等多部门围绕保障春节市场供应、促进节日消费等介绍相关情况并答记者问。

商务部副部长盛秋平介绍，龙年春节来临之际，各级商务部门持续完善各项举措，加强节日期间民生商品的产销保供。总体来看，节前消费市场运行呈现出如下三个特征：
供应足。各地大型农副产品批发市场粮油肉蛋奶果蔬等生活必需品库存充足，重点批发市场、超市生活必需品备货量比平时增加10%至30%。主要电商平台春节期间均持续提供配送服务。
价格稳。2月5日相关统计数据显示，全国百家大型农副产品批发市场粮食、食用油、牛羊肉平均批发价格2月初以来保持稳定，蔬菜价格呈现季节性上涨。
销售旺。随着年味渐浓，各大商场、超市、线上平台均迎来销售高峰。1月下旬，商务部重点监测零售企业销售额环比增长19.9%。1月份，重点监测电商平台销售额同比增长20%。

确保节日市场供应不脱销、不断档是市场保供稳价的重点。在加强生活必需品保供体系建设方面，商务部市场运行和消费促进司司长徐兴锋表示，商务部将不断健全“监测、调度、储备”三张网，及时掌握生活必需品重点品种生产、流通、消费的基本情况，提高应急响应能力，因时因势增加商业库存，确保储备商品“储得足、调得出、用得上”。

多部门出台春节促消费举措

随着百姓生活方式的变化，我国消费市场呈现出诸多新特点。徐兴锋表示，这些特点主要包括更加追求绿色健康、更加凸显个性多样、更加彰显文化特色、更加青睐科技智能等四个方面。

基于这些特点，多部门纷纷推出有针对性的推动消费相关举措——
商务部推动城乡市场联动、线上线下联动，会同多部门共同举办网上年货节、“游购乡村 欢乐大集”等活动，组织展销促销、乡村旅游、技艺展示、文化传播等系列活动，围绕数字、绿色、健康等新型消费开展系列主题活动。
文化和旅游部组织开展“欢欢喜喜过大年”春节主题文化和旅游活动。文化和旅游部产业发展司司长缪湘阳介绍，相关活动包括推出“文艺中国”新春特别节目，联合各地推出系列“村晚”展示项目，推出一系列研学旅游的特色课程、精品线路和主题活动等，让节日更喜庆、更欢快。

国家体育总局体育经济司负责人王小朋介绍，国家体育总局将围绕“绿色健康”的消费特点，通过“户外运动 活力山水”行动计划系列赛事等，在深化商旅文体健康融合上做足文章。

持续满足百姓消费需求

盛秋平表示，商务部将2024年定为“消费促进年”。商务部将坚持“政策和活动”双轮驱动，办好系列消费促进活动，推出更多政策举措，推动消费从疫后恢复转向持续扩大。

盛秋平介绍，商务部将做到“季季有主题，月月有活动，周周有场景”，全年举办4大主题活动，开展12场重点活动，包括全国消费促进月、国际消费季等系列活动，优化消费供给、创新消费场景，充分满足老百姓多样化消费需求。

此外，围绕积极培育国货“潮品”消费增长点的目标，商务部将以老字号为重点，组织老字号和新国潮企业线上线下融合开展系列活动，促进国货“潮品”消费；同时以步行街为载体，倡导各地步行街、商圈、一刻钟便民生活圈等结合消费旺季，因地制宜加强国货“潮品”推广。

王小朋表示，为促进冰雪产业提质增效，满足人民群众多样化消费需求，国家体育总局将以举办高水平赛事、加快提升冰雪服务水平等为抓手，为人民群众参与冰雪运动提供更多更好的优质服务。

针对2024年元旦以来文化和旅游消费持续火热的现象，缪湘阳总结，要坚持供需两端发力，统筹推进一体推进，加强服务型政府建设，坚持主客共享理念。要扩大优质产品供给满足群众消费需求，又要顺应群众消费需求创新产品服务，夯实文化和旅游政策制度保障体系，规范整顿文化和旅游市场秩序，提升文旅供给质量和服务水平。

(新华社北京2月6日电 记者魏弘毅)

商务部：春节开展系列促消费活动

新华社北京2月6日电（记者魏弘毅）春节是传统的消费旺季。在6日的国新办新闻发布会上，商务部副部长盛秋平表示，针对春节消费市场呈现出的新特点，开展系列促消费活动。

商务部市场运行和消费促进司司长徐兴锋介绍，随着老百姓生活方式的变化，我国春节消费市场也呈现出如下新特点：更加追求绿色健康、更加凸显个性多样、更加彰显文化特色、更加青睐科技智能。

针对春节消费新趋势，商务部指导全国各地商务主管部门营造喜迎新春、热闹过年的欢乐氛围，主要突出国货“潮品”主题，突出商旅文体健康融合、突出城乡市场联动、突出线上线下联动等四个方面。针对以上四个方面，商务部与国家体育总局合作举办“全国冰雪消费季”系列活动，联合文旅部启动“游购乡村 欢乐大集”活动，组织展销促销、乡村旅游、技艺展示、文化传播等系列活动，满足百姓消费意愿。

节前全国消费市场运行平稳有序。盛秋平介绍，各地大型农副产品批发市场粮油肉蛋奶果蔬等生活必需品库存充足，重点批发市场、超市生活必需品备货量比平时增加10%至30%。2月5日相关统计数据显示，全国百家大型农副产品批发市场粮食、食用油、牛羊肉平均批发价格2月初以来保持稳定，蔬菜价格呈现季节性上涨。1月下旬，商务部重点监测零售企业销售额环比增长19.9%。节前全国消费市场整体呈现出供应足、价格稳、销售旺的特征。

展望2024年，盛秋平表示，商务部将通过办好“消费促进年”系列活动、稳定和扩大传统消费、培育壮大新型消费等举措，推动消费从疫后恢复转向持续扩大，更好满足人民美好生活需要。

公安部：严查春节期间酒驾醉驾行为



新华社北京2月6日电（记者任沁沁）临近春节，酒驾醉驾行为多发。为防范酒驾醉驾肇事肇祸，公安部交管局6日部署，在春节前、春节假期、春节后开展三批次全国集中整治行动，零容忍严查酒驾醉驾违法犯罪行为。

根据要求，各地公安交管部门将加大警力投入，加强路检路查，强化夜间时段、农村地区执法检查，零容忍严查酒驾醉驾违法犯罪行为，切实保护人民群众生命财产安全。

据悉，随着在外工作、学习人员陆续返乡过年，亲朋好友互相走访，聚餐聚会饮酒活动增多，酒驾醉驾风险突出。近期，山西、安徽、广西等地接连发生酒驾醉驾肇事导致的较大交通事故，造成严重伤亡、教训惨痛。

公安部交管局提醒广大驾驶人，酒后驾车安全风险高，为了自己、亲属、朋友和公共安全，牢记“开车不喝酒、喝酒不开车”，切勿心存侥幸、切勿以身冒险、切勿以身试法。亲朋好友也要劝阻酒驾醉驾行为，共同遵法守规、安全文明出行。

中华老字号上“新”，新在何处？

神州迎新春，老字号上“新”。商务部等5部门近日公布第三批中华老字号名单，正式认定382个品牌为中华老字号。至此，全国中华老字号数量达到1455个。认定新品牌、顺应新需求、展现新趋势，从时间中走来的中华老字号，也将在时光沉淀、市场历练中焕发新气象、开拓新市场。

A 品牌上“新”，老字号焕发新活力

创建于1953年的马凯餐厅在这新一批中华老字号中。

“哎哟，马凯不一样了！”近日，探索多元化餐饮市场的“马凯·1953”首家门店店庆试营业，前来就餐的张先生一进门便感慨。

踏入厅内，光影长廊展示着北京与湖南的人文地标，新中式的设计风格端庄典雅，让顾客沉浸式享受美食与人文的交互体验。

“为了保证食材的新鲜度和品质，部分食材是在用餐当天空运抵达，需要顾客提前3天预订。”店长陶然说，开业以来餐厅包厢预订一直火爆，也为今后增开门店增添了信心。

继去年55个中华老字号被“摘牌”后，新一批中华老字号出炉，新在何处？

中国商业联合会副会长张丽君表示，新认定的老字号品牌在管理层面表现出更为先进的理念和模式，使产品和服务更具市场竞争力。

2月1日，上海老字号品牌馆二期对外开放，上海老字号嘉年华同时开幕，其中不乏新晋中华老字号身影。

英雄牌钢笔、美加净牙膏、国光口琴……新一批中华老字号中34个品牌来自上海，上海中华老字号品牌达197个，全国居首。

三四年间，国光口琴年销售额翻了两番，出口占六成，远销东南亚、美国等地；英雄牌100升级版，笔身手工填漆、真空电镀；《繁花》主人公用过的美加净牙膏迅速涨粉……

上海市商务委市场体系建设处处长王纪升说：“新一批品牌近年来发展较快，技术含量更高，创新能力较强，品牌保护意识较好，而且不少品牌能够更好地参与国际竞争。”更加注重历史文化资源挖掘利用，更加聚焦服务百姓日常生活，更加强调发挥示范引领作用——商务部用三个“更加”总结新一批中华老字号品牌特征。据统计，新一批中华老字号2023年实现营业额平均较前两批进一步提升。

B 守正创新，老字号打开新市场

打开年轻人常用的潮流网购社区“得物APP”，海鸥手表、永久自行车、回力球鞋……一批中华老字号商品处于热销状态，评论区晒图、讨论一浪接着一浪。

去年8月，永久在得物APP限量首发联名款自行车，吸引大量用户关注和收藏。2023年，永久自行车在该平台销售额同比增长近5倍，超七成用户是“95后”。

美团数据显示，最近一周，“老字号年夜饭”的关键词搜索量环比一周增长超70%。为迎接龙年春节，京东超市上线了数百款由老字号品牌结合敦煌IP打造定制礼盒。截至目前，在京东超市已有18家老字号品牌销售过亿元，60余家突破千万元。

老字号“触网”，变身“新网红”，正是老字号顺应时代发展，创新传递品牌价值，守

正创新发展的一个侧影。

楼外楼的十二道非遗名菜，融入新口味和元素，做到既价格亲民又提升食材品质；内联升推出龙头宝宝鞋、麋鹿室内家居鞋；鱼跃龙门主题系列；鸵鸟墨水研发出国潮彩墨系列产品，再现中国传统色彩美学……

越来越多老字号正通过多元的营销方式、丰富的产品功能、跨界的品牌合作来重塑品牌定位、培育年轻市场、开拓未来市场。

商务部副部长盛秋平表示，老字号的创新应当是传承弘扬中华优秀传统文化的创新，是对标先进理念、顺应市场机制的创新，是符合企业长期规划、取得市场普遍认同的创新。只有定准群众认同、市场认可的“调子”，才能找到守正创新的“路子”。

C 秉持匠心，老字号方能历久弥新

黄酒、白酒、米醋、酱类产品……酱酒醋里飘出乡愁与佳节的味道。

在浙江省丽水市鱼跃酿造食品有限公司的鱼跃1919文化产业园，许多市民、游客体验捣酱、做甜酒酿等传统年俗技艺。最近一周这里单日游客量环比增长超20%，酱酒醋系列产品销售迎来小高峰。

鱼跃酿造技艺传承人、第十代掌门人陈旭东说：“‘鱼跃’品牌被认定为新一批中华老字号，离不开对于酿造工艺历经百年的传承与优化。事实证明，十代人的坚守，值得。”

时移易，而匠心永恒。匠心铸就的品质，让老字号赢得了世代相传的好信誉、好口碑，打造出传承至今的“金字招牌”。

天津杨柳青木版年画店铺旁，绵延400多年的木版年画技艺正吸引着南来北往的游客；浙江嘉兴五芳斋，代代相传的水吊浆工艺造就了汤圆香甜爽滑；庆丰包子铺引进智慧食品安全管理系统，对后厨操作、设备等进行24小时不间断监测……

筑牢品质之基，老字号方能举高品牌之旗。以质量塑造品牌生命，需要坚持不懈，久久为功。

在商务部等部门建立实施“有进有出”的动态管理机制下，全国多地出台老字号传统技艺保护传承举措。例如北京支持老字号企业积极申报北京市技师大师工作室；河南出台政策支持符合条件的老字号传统工艺传承人申报评审职称；山东通过提供传习场所、经费补助等形式，为老字号技艺传承人开展收徒传艺等提供支持。

2024年，商务部将办好“老字号嘉年华”和“老字号数字博物馆”，推动老字号保护和创新发展，为国货“潮品”消费厚植文化和商业基础，让优质国货激发出居民生活和消费的新热点。（新华社北京2月6日电 记者谢希瑶 魏弘毅 吉宁 周蕊 张旋 于典）



顾客在北京市西城区马凯餐厅地安门店的摊位上选购食品。 新华社发

我国编制首部脑机接口研究伦理指引

据新华社北京2月6日电（记者胡喆）记者从科技部获悉，国家科技伦理委员会人工智能伦理分委员会近日编制了《脑机接口研究伦理指引》，系我国在脑机接口研究领域的首部伦理指引，明确开展脑机接口研究应确保研究具有社会价值，应主要致力于修复型脑机接口技术，强调通过技术的发展服务公众的健康需求。

脑机接口是在大脑与外部设备之间创建信息通道、实现两者之间直接信息交互的新型交互技术，应用主要包括医疗健康、交流沟通、生活娱乐等方面，特别是改善神经性瘫痪疾病患者的运动、交流、感知功能。

此次发布的指引明确了“保障健康、提升福祉”“尊重被试、适度应用”“坚持公正、保障公平”“风险管控、保障安全”“信息公开、知情保障”“支持创新、严格规范”六项基本原则，指出脑机接口研究应适度且无伤害，研究的根本目的是辅助、增强、修复人体的感觉—运动功能或提升人机交互能力，提升人类健康和福祉；对严重危及生命且尚无其它有效治疗手段的罕见病，可在严格遵守国家关于医疗器械、临床研究等相关规定的条件下，经充分知情同意，开展脑机接口创新产品的临床试验。

指引强调，在人体上开展脑机接口研究，应根据《涉及人的生命科学和医学研究伦理审查办法》等相关法规申请并通过伦理审查，需根据手术植入物、有源植入物指导原则和相关标准，进行安全性和有效性充分验证，包括提供生物相容性检测报告、型式检测报告、大动物安全性有效性报告等。

指引还进一步明确了开展脑机接口研究的一般要求，强调开展脑机接口研究需符合我国相关法律法规规定，遵循国际公认的伦理准则，以及科学共同体达成的专业共识和公认的行为规范，不得通过脑机接口研究进行非法活动，侵害他人合法权益、破坏社会稳定。不得散播与脑机接口实际效果不符的虚假信息。