



商务部办公厅、中国人民银行办公厅、金融监管总局办公厅近日联合印发《通知》 加强商务和金融协同 更大力度提振消费

商务部办公厅、中国人民银行办公厅、金融监管总局办公厅近日联合印发《关于加强商务和金融协同,更大力度提振消费的通知》(详情请扫描下方二维码)。《通知》围绕商品消费、服务消费、新型消费、消费场景、消费帮扶等重点领域和强机制、抓落实、促合力等关键环节,提出3方面11条政策措施。

其中提到,升级商品消费。加强大宗耐用消费品、数码产品等消费金融服务,挖掘商品消费升级潜能。推动金融机构与平台、重点商户合作,走进商超卖场,完善分期付款、信用卡、手机银行、数字人民币等产品服务模式,更好满足消费者换新需求。根据客户还款能力和信用情况,合理确定贷款发放比例、期限和利率,落实好个人消费贷款额度、期限、利率差异化政策,加快推进个人消费贷款业务发展。适当减免汽车以旧换新过程中提前结清贷款产生的违约金。加强金融机构与内外贸一体化重点企业和平台对接,提供境内外交易撮合服务,完善跨境供应链融资模式,支持更多企业内外贸一体化经营,扩大内贸险承保规模,支持更多优质外贸产品进入国内市场。据新华社



正在滑雪的游客

新闻
纵
深

本地玩暖游,北上追深雪 重庆游客南征北战 瞄准7200亿冰雪消费

冰雪,正以前所未有的热度,改写着旅游经济的季节叙事,也悄然带动着山城重庆的消费新风向。12月14日,携程发布数据显示,今年11月至明年2月,国内滑雪及冰雪景区门票预订量同比激增约70%。以重庆游客为代表的南方市场热情高涨,正以“南征北战”的消费姿态,深度参与并塑造着中国冰雪产业的新周期。据行业预测,2024年至2025年冰雪季,全国冰雪休闲旅游收入有望达到7200亿元,重庆客群正成为其中一股强劲的消费新势力。

北上“追深雪” 重庆客源激活北方冰雪经济

向往“林海雪原”的重庆游客“北上”是冬季消费的重要选项。他们的热情,直接助推了相关目的地的热度与消费潜力释放。携程平台数据显示,今年11月至明年2月,国内滑雪及冰雪景区门票预订量同比激增约70%,其中来自重庆的预订量增长

尤为突出。在滑雪项目上,11月以来国内雪场门票预订量同比增幅高达近2.2倍,青睐套票产品的重庆游客,正追求从“一日打卡”到“多日沉浸”的深度体验。

这一消费偏好的变化,在酒店数据上得到印证。在华北、东北、新疆等重点冰雪区域,来自重庆游客的酒店连住订单(2晚及以上)占比显著提升。

本地“玩暖游” 山城创新破解冬季淡季难题

当一部分重庆人北上追逐“深雪”时,另一部分则在本土挖掘出了冬日“暖游”的独特乐趣,形成“南征北战”中的本土创新一翼。重庆并非传统冰雪资源富集区,但通过“冰雪+”融合与文旅场景创新,正有效破解冬季旅游淡季难题。

本地冰雪景区积极作为。拥有高山滑雪场的丰都南天湖,2024~2025冰雪季门票订单量周环比增长113%,较去年同期增长近两倍。武隆仙女山滑雪场通过举办COS异装滑雪会、冰雪T台秀等主题活动,上一个冰雪季接待游客同比增长超90%。南川金佛山则着力拓展“冰雪+研学”,自2022年12月推出“冰雪



运动体验课”以来,已接待研学学生超3万人次,创造了冰雪旅游的新增量。

还有重庆中心城区首家室内滑雪馆的重庆际华园,以及涪陵美心红酒小镇,成功营造出“淡季不淡,冬季不冷”的文旅新亮点,成为本地“暖游”经济的生动注脚。

内外双循环 枢纽重庆的冰雪流量与角色

重庆在冰雪经济版图中的角色不止于消费端。作为西南重要综合交通枢纽,重庆正成为冰雪旅游国内国际双循环的重要连接点。

在国内循环中,重庆是南客北上的重要集散地之一,其强劲的出行需求直接为北方冰雪目的地输送了活力。在国际循环中,重庆的机场枢纽功能也得以发挥。携程数据显示,今冬中国冰雪目的地入境游订单同比近乎翻倍,东南亚客源占比近七成,部分游客正是通过重庆等枢纽城市中转,前往新疆、河北、内蒙古等冰雪胜地。同时,重庆游客的出境冰雪游选择也更加多元,俄罗斯等新兴目的地受到关注。

以重庆游客为代表的市场力量,正通过“南征北战”的多元消费选择,为全国冰雪产业注入新动力,也促进了区域经济的互动与循环。

角逐7200亿赛道 重庆冰雪产业如何破局?

角逐7200亿元的“热经济”赛道,重庆冰雪产业如何探寻发展路径?重庆工商大学成渝地区双城经济圈建设研究院研究员莫远明指出,重庆可立足本土特色挖掘冰雪经济机遇,推动冰雪装备研发制造、冰雪旅游、冰雪技能培训等产业协同联动,构筑产业集聚优势。

在此基础上,需深化与国际冰雪产业的交流对接,引入前沿技术与管理模式,增强冰雪产业国际竞争力。同时,借助“世界火锅之都”“世界温泉之都”的品牌底蕴,打造“冰雪+”跨界融合场景,开发“冰雪+火锅”“冰雪+温泉”等特色业态,强化重庆冰雪经济的独特辨识度与核心竞争力。此外,重庆还可通过举办冰雪运动赛事、冰雪文化节等活动,提升市民对冰雪运动的认知度与参与热情,同步强化冰雪教育培训体系建设,培育冰雪运动人才与产业专业人才,为冰雪经济的长效发展筑牢人才支撑。

上游财经-重庆晨报记者 郑三波

飞天茅台酒一天内4次上调价格,发生了什么?

茅台酒价大反攻!

据经销商透露,12月13日,飞天茅台酒(2025年)的价格跳涨了4次,18点左右,拿货价格都达到了1580元/瓶。

究竟发生了什么?市场上流传的信息指出,茅台2026年的策略可能会发生一些变化,特别是在针对经销商的政策和产品投放上,可能有一些利好。其实,早在11月28日召开的股东会上,贵州茅台就表示,公司销售端的产品投放主要取决于不同时期的市场承载量,维护好渠道的韧性和市场稳定是重中之重。在生产端,公司也会科学地掌握产能释放的节奏。

飞天茅台酒跳涨

各平台报价显示,12月12日,原箱飞天酒报价低至1490元/瓶。12月13日,直接跳涨20元/瓶,至1510元/瓶。随后,价格窜升至1530元/瓶。可能中午时分还调过一次价格,加上傍晚时分的报价,已经来到了1580元/瓶。值得注意的是,二级市场上,贵州茅台股价亦拉出了三连阳。

有市场传闻指,贵州茅台2026年非

标减量/产品结构优化/价格体系市场化/考核指标将作出调整,减负力度比较大,体现管理层对于品牌调性和价盘稳定的高度重视。

从其11月28日的股东会来看,亦透露出类似的信号。茅台方面表示,科学统筹好短期和长期的关系,不会“唯指标论”,不会以牺牲长远发展换取短期利益,不会违背市场规律强压指标,不会损害投资者、渠道商和消费者权益。

茅台将做好产能投放节奏管控。供给端产能释放取决于新车间微生物培育周期与酒师成长周期,销售端根据市场承载量科学调整,行业低谷期加厚基酒储备、周期回暖时逐步释放。

据中银证券研报,2021至2024年公司基酒产量CAGR为-0.1%,按照基酒到成品酒的出酒时间判断,未来五年茅台酒在供给端或将不会有明显增加。茅台还将积极推进“三个转型”“三端变革”,破解供需不匹配的痛点,聚焦渠道生态与健康,维护好渠道韧性和市场稳定性。

行业机会或逐步呈现

行业层面,其实,最近关于促进消费

的政策也不少。

工信部等六部门此前不久联合印发《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》,从加速技术创新、扩大特色产品供给、精准匹配人群需求、培育消费新业态、营造发展环境五个维度部署19项任务。

爱建证券认为,酒企步入业绩快速出清通道。随着政策压力逐渐消退,在扩消费政策催化下,需求有望弱复苏。行业目前处于估值低位,悲观预期充分,预计后续行业出清方向会更加明确,底部愈发清晰。头部酒企带动提高分红比例,股息率提升,具备一定配置吸引力。

中信建投证券认为,行业底部信号清晰,把握低估值配置机会。白酒需求处于磨底阶段,动销仍承压但环比三季度逐步回升,预计白酒企业延续业绩出清趋势,主动为市场纾困,行业底部信号清晰。目前,白酒板块估值处于历史低位,具备较强底部配置价值,同时关注潜在消费政策催化。以业绩出清卸包袱+强品牌支撑动销+强运营赋能渠道+新营销模式探索的底部配置逻辑。

据证券时报网

国家医保局: 力争明年实现生娃 基本“不花钱”

12月13日,全国医疗保障工作会议在北京召开,国家医保局在会议上发布多项数据和措施。其中包括,力争2026年全国基本实现政策范围内分娩个人“无自付”。

国家医保局表示,“十四五”期间,全国生育保险参保人数达2.55亿人。全国均已将符合条件的辅助生殖项目纳入医保支付范围,7个省份实现政策范围内住院分娩医疗费用全额保障,近95%的统筹区将生育津贴直接发放给参保人。

2026年,医保部门将推动将灵活就业人员、农民工、新就业形态人员纳入生育保险覆盖范围。合理提升产前检查医疗费用保障水平,力争全国基本实现政策范围内分娩个人“无自付”。将适宜的分娩镇痛项目按程序纳入基金支付范围。全面实现生育津贴按程序直接发放给参保人。

据每日经济新闻