

用户“捡漏”，酒店“去库存”，记者实测220元订到275元客房

“用户出价，酒店抢单”！新型订房模式引关注

本报北京1月22日电(记者姜雨晴)“住酒店，价格您说了算！”一款主打“用户出价，酒店抢单”的新平台“惠选订房”最近引发市场关注。为验证实际预订效果，记者今天定位重庆选择某酒店，按照230元出价，叠加10元优惠券以220元下单，几分钟后收到了酒店接单通知，而该酒店在其他平台标价为275元左右。不过，由于该平台目前合作酒店数量有限，用户出价后没有酒店接单的情况也较为常见。

据悉，该平台宣称是国内首家C2B“用户定价”模式的酒店预订平台，用户只需输入日期、位置、预期价格等条件，平台即可通过大数据和AI智能推荐市场价50%~80%的出价，

用户也可按心理价位出价，酒店将自主决定是否抢单。

在辽宁大连深耕酒店行业14年的孙女士表示：“这种模式对酒店提升淡季入住率、消化空房库存很有帮助。”她强调，入住率对酒店经营至关重要，特别是旅游季节性显著的城市，酒店往往要靠旺季几个月的收入支撑全年运营。此外，孙女士还补充说：“酒店服务的核心是提供超值体验，这种模式恰好满足了消费者追求超预期服务的心理。”

北京消费者林先生十分认同，“能低价订到高品质酒店，确实是‘捡到漏’了。”不过，林先生心里也难免打个问号：酒店为何不直接

降价呢？

对此，孙女士解释，一方面，连锁酒店及中高端酒店有自身品牌调性，不愿轻易降价，怕影响品牌价值。另一方面，酒店与在线旅游平台签约后会受到平台控价限制，若擅自降价可能导致平台曝光度下降。而自负盈亏的单体酒店、民宿等定价相对更灵活。

记者注意到，作为一家上线仅1年多的新平台，上述平台目前合作酒店数量有限，用户出价后没有酒店接单的现象较为常见，记者在此次实测中也多次遇到出价后未获接单的情况。对此，平台客服反馈，目前平台正在积极推动酒店入驻进度。

抛开合作酒店规模尚待扩充，这种订房模式本身是否具备可行性？中国社会科学院财经战略研究院教授魏翔表示，酒店想降低客房空置率，而用户想以更低的价格订到房间，该模式的出现有其必然性，但这类新模式盈利的关键首先在于平台能否突破前期高昂的营销与获客成本，能否推动更多酒店加入以及达到一定的用户规模。

魏翔同时强调，该模式下，酒店抢单主要依赖价格优势，空房率高、定价较低的酒店更青睐此模式。但价格无法反映服务质量，这一模式若想持续发展，平台需为合作酒店建立统一的服务质量评级体系，解决信息不透明的问题。

内蒙古出口连续5年保持增长

本报讯(记者邹亚章)记者日前从2025年内蒙古自治区外贸进出口情况新闻发布会上获悉，2025年，内蒙古全区出口898.7亿元，增长5.4%，连续5年保持增长。其中，12月份单月出口105.1亿元，刷新月度最高纪录。

2025年，内蒙古出口农产品139.1亿元，增长15.4%，占全区出口总值的15.5%，拉动出口增长2.2个百分点。其中，中东、东南亚等新兴市场对籽仁类产品(如葵花籽)需求旺盛，带动出口增长。高新技术产品带动效应明显，出口121亿元，同比增长24%。同时，市场多元化进一步拓展。2025年，内蒙古与199个国家和地区有出口贸易往来，较2024年增加11.8%，与其中140多个国家和地区实现贸易额增长。

政策支持与通关便利化持续提升，为出口增长提供了有力保障。据介绍，呼和浩特海关提升对外开放平台能级，扎实开展“支持农食产品出口三年专项行动”，支持特色产业发展；持续优化口岸营商环境，深化助企行动，深入开展“关长送政策上门”，创新实施“一站式服务包”，帮助外贸企业稳订单、拓市场。系列措施有力提升了通关便利化水平，促进外贸提质增效。

浙江衢州首个千亿元产业诞生

本报讯(记者王佳琪)记者近日从浙江省衢州市经信局获悉，2025年，衢州六大标志性产业链产值达2294亿元，其中新材料产业链产值达1061亿元，成为该市首个突破千亿元大关的产业，标志着衢州产业集群化发展迈入新阶段。

作为衢州重点培育的首位产业，新材料产业已构建起涵盖高端氟硅新材料、高端电子化学品、新一代电池材料和高端功能材料四大领域的完整产业体系。巨化集团、衢州华友、中天氟硅、中巨芯等一批行业龙头与成长型企业协同发力，形成了“链主引领、梯队协同”的发展格局，为产业规模突破提供了坚实支撑。

“这是‘五链’融合特别是创新链与产业链深度相拥的结果。”衢州市新材料产业链链长王良海表示，新材料产业的跨越式发展，是当地通过产业链赋能制造业高质量发展、因地制宜培育新质生产力的生动实践。

据了解，衢州六大标志性产业链还包括新能源、集成电路、高端装备、生命健康、特种纸等领域。2025年，六大标志性产业链实现2294亿元的总产值，超额完成年初设定的2200亿元目标，为区域经济高质量发展注入强劲动能。



逛大集 买年货

1月22日，北京市民在全国农业展览馆购买“福”字，为即将到来的春节准备年货。

当天，第三十届“老北京年货大集”在农展馆正式拉开帷幕。从年画春联到锅碗瓢

盆，各类年货一应俱全，让市民能够一站式购齐。许多商家推出“先尝后买”“买即赠礼”等促销活动，吸引了大量市民前来采购。

本报记者 王美茹 摄

推动从传统药品销售向综合性健康服务转型

9部门发文促进药品零售行业高质量发展

本报北京1月22日电(记者时斓娜)今天，商务部、国家发展改革委等9部门联合发布《关于促进药品零售行业高质量发展的意见》(以下简称《意见》)。《意见》是我国首个专门针对药品零售行业的政策文件，围绕完善药事服务、强化应急保供等五方面，提出18项具体举措，推动药品零售行业专业化、集约化、数字化、规范化发展，增强内生动力，激发市场活力，促进药品零售行业高质量发展。

商务部消费促进司负责人表示，当前，我国医药零售行业正处于创新转型的关键时期，需要推动其从传统药品销售向综合性健康服务转

型，强化专业服务、健康促进与应急保供等功能，将其打造成贴近社区、服务百姓的“健康驿站”，提升全民健康保障体系的韧性与可及性。

在完善药事服务方面，《意见》提出，要提升药学服务能力，鼓励药品零售企业配备执业药师团队，允许药品零售连锁企业总部自建药学服务平台，依法开展远程处方审核和合理用药指导。同时，持续推进处方外配和电子处方流转，优化医保结算和门诊统筹等政策，让群众在家门口买药更加便捷、高效。

围绕创新健康服务，《意见》支持零售药店拓展用药指导、健康咨询等服务功能，鼓励

与社区、医疗机构联动，提供适老、助残等健康照护服务。

在应急服务方面，《意见》鼓励大型连锁药店健全库存监测和预警机制，发挥药品供应“哨点”作用。针对行业结构和市场秩序，《意见》支持零售药店依法开展兼并重组，推动批零一体化发展，降低流通成本。

商务部有关负责人表示，随着系列举措落地实施，药品零售行业将更好融入医疗卫生服务体系，在保障用药安全、促进健康管理、强化应急服务中发挥更加积极的作用，为群众提供更加便捷、可及、有温度的医药健康服务。

云南楚雄创新推行服务型执法模式，让“小摊”在规范中成长

“微服务”守护城市“烟火气”

本报记者 赵黎波

夜幕降临，走进云南省楚雄彝族自治州楚雄市彝人古镇，一排排小吃摊整齐地沿街摆放，鲜花饼、苦荞粑粑、凉卷粉、炸洋芋等小吃在暖黄的灯光下散发着诱人的香味，吸引众多市民游客前来打卡品尝……近年来，楚雄州“夜间经济”兴起，成为活跃市场、服务民生的重要力量。

为规范夜市摊点集中区域经营秩序，防控食品安全风险，楚雄州市市场监管局立足市市场监管职能，创新推行“微服务”监管模式，通过精细化管理和服务化服务，为城市“烟火气”保驾护航。

从“管住”向“服务+监管”转型

夜市、地摊、小吃街人流如织，成为市民休闲消费的“流量高地”。然而，摊点流动性强、管理不规范、食品安全隐患突出等问题，也曾让“烟火气”里夹杂着“烦心事”。

面对群众的期盼，楚雄州市市场监管局主动转变思路，从“管住”向“服务+监管”转型，将夜市食品安全作为切入点，打出“错时监管+科技赋能+多方共治”组合拳，让“烟火气”升腾得更有序、更安心。

具体而言，楚雄州市市场监管局创新推行

“信用承诺+动态管理”机制，鼓励摊贩签订《食品安全与文明经营承诺书》，纳入信用档案。对守法诚信经营的，给予优先选址、评优推荐等激励；对屡次违规、恶意投诉的，实施重点监管或劝离，形成“守信受益、失信受限”的导向。同时，积极推进经营主体信用修复，推行容缺受理信用修复申请，帮助经营主体重塑信用。

此外，执法人员深入夜市“送法上门”，发放《食品安全风险提示》《规范经营指南》等资料，面对面讲解操作规范、健康要求和维权渠道，提升经营者自律意识。通过“柔性执法+精准服务”，既守住安全底线，又呵护创业热情，让“小摊”在规范中成长，成为城市就业的“蓄水池”、创业的“孵化器”。

数据显示，楚雄州累计创建放心消费单位1202家，线下购物7日无理由退货承诺企业(店铺)48家，实现10县市全覆盖；创新消费纠纷解决模式，累计建立“12315消费维权服务站”1129个。

提升经营主体获得感

城市建设不仅是“面子”，更是“里子”。营商环境的优化，直接关系到经营主体的生存发展和群众的幸福感。楚雄州市市场监管局

聚焦群众和企业办事的“堵点”“痛点”，以“一件事一次办”改革为牵引，推动政务服务从“能办”向“好办”“快办”升级。

据介绍，楚雄州市市场监管局持续推行企业无干预智能化登记改革试点工作，压减企业开办时间至0.5个工作日，全程网办率达99.31%。推行“六办”模式，实现更多政务服务事项从“最多跑一次”向“一次不用跑”转变。

依托全国市场监管行政执法办案系统，楚雄州市市场监管局实现行政处罚案件全流程线上办理，确保录入案件信息及时、准确、完整、规范，有效提升公文明执法水平。大力推进包容审慎执法，切实做到宽严并济、法与情相融。创新推行“刚柔并济”服务型执法模式，构建“前置指导、审慎监管、长效帮扶、队伍淬炼”四维协同机制，推动执法服务质效提升。

近3年来，楚雄州新登记经营主体增长64%。如今，在楚雄州，开一家小店更便捷了，经营一家夜市摊位更安心了，创业创新的氛围也更浓厚了。

从群众最关心、最直接、最现实的问题入手，楚雄州市市场监管局以“小切口”撬动“大民生”，用“微服务”守护城市“烟火气”，提升了城市治理效能，让城市既有“高颜值”，更有“好气质”。

我国全面面向中度以上失能老年人发放养老服务消费补贴

民政部、财政部近日联合印发

《关于全面启动实施向中度以上失能老年人发放养老服务消费补贴项目的通知》

决定在前期试点工作基础上
于2026年1月1日起

在全国范围内组织实施向中度以上失能老年人发放养老服务消费补贴项目
实施周期为12个自然月

新华社发(宋博 制图)

预制菜国家标准将公开征求意见

本报北京1月22日电(记者蒋蓝)记者今天从市场监管总局获悉，为切实维护消费者合法权益，促进产业高质量发展，国务院食安办组织国家卫生健康委、市场监管总局等部门起草了《食品安全国家标准 预制菜》《预制菜术语和分类》草案；会同市场监管总局、商务部等部门起草了关于推广餐饮环节菜品加工制作方式自主明示的公告，将于近日向社会公开征求意见。

下一步，相关部门将在充分吸纳各方意见建议的基础上，进一步修改完善，按程序发布。

2025年邮政行业寄递业务量创新高

本报北京1月22日电(记者甘蓝)今天，国家邮政局公布2025年邮政行业运行情况：2025年，邮政行业寄递业务量完成2165.1亿件，同比增长11.8%，创下新高。其中，快递业务量完成1989.5亿件，同比增长13.6%。2025年，邮政行业业务收入(不包括邮政储蓄银行直接营业收入)累计完成1.8万亿元，同比增长6.1%。其中，快递业务收入累计完成1.5万亿元，同比增长6.5%。

从业务类型看，2025年，同城快递业务量累计完成157.9亿件，同比增长1%；异地快递业务量累计完成1789.4亿件，同比增长15%；国际/港澳台快递业务量累计完成42.2亿件，同比增长8.8%。

2025年，同城、异地、国际/港澳台快递业务量分别占全部快递业务量的7.9%、90%和2.1%。与去年同期相比，同城快递业务量的比重下降1个百分点，异地快递业务量的比重上升1.1个百分点，国际/港澳台业务量的比重下降0.1个百分点。

重点行业大气环境绩效实现分级管理

本报讯(记者周峰)近日，生态环境部联合中国人民银行、国家税务总局，共同发布《关于加强重点行业大气环境绩效分级管理的指导意见》，进一步完善管理体系，严格开展绩效分级，推进差异化管理，促进空气质量改善与行业高质量发展双赢。

根据绩效指标水平先进度，原则上将绩效分为“A/B/C/D级”，A级指所有指标均达到行业先进水平，B级指相关指标达到行业中等水平，C级指相关指标达到行业中等水平，D级指相关指标符合法律法规及相关标准的最基本要求。对一些装备、工艺、治理等较简单的行业，将绩效分为“A/B/C级”，C级指相关指标符合法律法规及相关标准的最基本要求。绩效等级评定按照“短板原则”，以各指标最低等级确定企业绩效等级；企业涉多个重点行业时，按行业分别评级，以所涉行业的最低等级作为企业总体绩效等级。

生态环境部门基于绩效分级实施差异化管理：在重污染天气应急响应期间，A级及以上企业可自主采取减排措施，B级企业可少采取应急减排措施，绩效等级低的企业依法依规严格采取应急减排措施。符合条件的绩效等级先进企业被优先纳入生态环境监督执法正面清单，一般不进行现场执法检查。

2025年近六成连锁餐饮门店数量增长

本报北京1月22日电(记者杨召奎)中国连锁经营协会今天发布的2025连锁餐饮发展情况概览显示，2025年，受访样本连锁餐饮企业门店数量总体保持增长态势。参与调研企业累计净增门店合计14588个，59.8%的调研企业门店数量增长。餐饮连锁发展正在集中化，头部企业拥有强大的品牌力和开店能力，成为开店的主力军团，1000家门店以上规模的企业成为增长主力。

2025年，受访样本连锁餐饮企业销售总额在大量新开店的加持下保持增长，66.3%的企业门店销售额呈现稳步正增长。

调研显示，2026年，品牌升级、管理优化、稳扎稳打成为受访样本连锁餐饮企业关注的重点。其中，正餐类企业普遍把内功修炼、品牌与文化创新、提升品牌附加值等作为重点，更关注“品牌年轻化”“情绪设计”“文化IP打造”。茶饮咖啡企业则将市场扩张与下沉、数字化运营、供应链升级作为重点。火锅烧烤类企业多选择保持平稳发展，强调优化管理、提高效率、降低成本。

此次调研对象以连锁餐饮企业为主，且集中于中大型品牌，在餐饮行业连锁化率仅约24%的背景下，这类企业在运营、抗风险及扩张能力上通常优于行业平均水平。因此，数据更多反映的是连锁化程度较高企业群体的表现，并不代表全行业状况。