

## 《2026“乐购新春”春节特别活动方案》发布

## 鼓励各地增加消费品以旧换新补贴数量

中新社电 商务部等9单位近日印发《2026“乐购新春”春节特别活动方案》，活动时间为2026年2月15日至23日(春节9天假期)。其中提到，鼓励各地增加春节期间消费品以旧换新补贴数量，加大线下实体零售支持力度。

根据方案，活动围绕“好吃”“好住”“好行”“好游”“好购”“好玩”六方面内容展开，如结合开展中华美食荟、老字

号嘉年华活动，组织餐饮名店、老字号餐饮企业、地方特色小吃等，推出美食增值服务；联动家居卖场、家电品牌、家装企业，推出“新春焕新家”惠民促销；民航、铁路部门增加运力，优化空铁联运产品。

同时，指导重点商圈(步行街)、品牌门店、离境退税商店等线下实体备足优质货源，联动开展惠民促销；鼓励热

门博物馆、美术馆等文博场馆在春节期间适当延长开放时间、扩大接待规模，支持符合条件的公共体育场馆因地制宜免费或低收费开放等。

方案提出，指导有奖发票试点城市精心设计方案，在春节期间加大奖金投放力度；鼓励各地增加春节期间消费品以旧换新补贴数量，加大线下实体零售支持力度；鼓励金融机构与

重点商户合作，策划春节专属活动，推出消费红包、消费立减等优惠，扩大活动覆盖面。

在便利入境消费方面，方案提出根据市场需求，在国际航线上增加运力投入，提供入境游“民航+文旅”组合产品。聚焦重点场景，持续完善银行卡、移动支付、现金服务等支付环境，便利入境游客支付。(尹倩芸)

预计超1.8亿人次！  
2026年春运首日出行火热

新华社电 记者2月2日从综合运输春运工作专班获悉，根据专班数据显示，2026年春运首日(2月2日，农历腊月十五)，全社会跨区域人员流动量预计为18791万人次，比2025年春运首日增长13%。

具体来看，公路人员流动量预计为17312万人次，比2025年同期增长13%，其中高速公路及普通国省道非营业性小客车人员出行量预计为14308万人次，比2025年同期增长13.5%；公路营业性客运量预计为3004万人次，比2025年同期增长10.3%。

铁路客运量预计为1200万人次，比2025年同期增长15.5%；水路



2月2日凌晨，旅客在南京火车站乘车出行。(新华社发)

客运量预计为60万人次，比2025年同期增长12.7%；民航客运量预计为

219万人次，比2025年同期增长5.3%。(叶昊鸣)

## 十部门发文推动低空经济标准体系建设

到2030年，低空经济领域标准超过300项

新华社电 记者2月2日从市场监管总局获悉，近日市场监管总局会同中央空管办、国家发展改革委等十部门联合发布《低空经济标准体系建设指南(2025年版)》。

指南明确，到2027年，低空经济标准体系基本建立，基本满足低空经济安全健康发展需求。到2030年，低空经济领域标准超过300项，结构优化、先进合理、国际兼容的低空经济标准体系基本形

成，为低空经济安全健康发展提供有力支撑。

指南坚持“安全为基、创新驱动、产业协同、国际接轨”，重点围绕低空飞行器、低空基础设施、低空空域交通管理、安全监管和应用场景五大核心领域，建立技术标准与管理规范融合、国内标准与国际规则融合、强制性标准与推荐性标准融合、基础标准与场景标准融合的“四维融合”标准供给体系，强化

标准全生命周期管理，构建央地协同、产学研联动的标准化创新生态，为低空经济安全健康发展提供有力支撑。

据介绍，低空经济标准体系涵盖低空飞行器、低空基础设施、低空空域交通管理、安全监管和应用场景等全链条。当前，我国低空经济已进入产业化加速期，形成贯穿技术研发、装备制造、运营服务、基础设施的全链条生态体系。

2026年医保基金飞行检查  
将实现全覆盖

新华社电 记者2月2日从国家医保局获悉，2026年将持续加大飞行检查力度，实现飞行检查覆盖全国所有省份，覆盖定点医药机构、经办机构、参保人、参保单位等各主体，覆盖基本医保、生育保险、大病保险、长护险等各险种。

国家医保局将全面推动飞行检查扩面提质。其中，年度飞检重点聚焦医保基金运行风险高、住院率畸高、医保支付率异常、飞检问题整改不力的统筹地区，聚焦基金使用量大、举报和大数据筛查问题线索较为集中的定点医药机构，聚焦骨科、肿瘤、检查检验、眼科、口腔、普通外科、神经内科等重点领域；专项飞检重点聚焦社会关注焦点、群众反映强烈问题等违法违规使用医保基金突出问题；探索开展长护险专项飞行检查；“点穴式”飞检重点聚焦大数据筛查异常线索、举报投诉问题线索、自费率畸高机构等开展短平快检查。

此外，国家医保局将会同相关部门继续开展专项整治，针对欺诈骗保问题，“减存量、遏增量”；继续开展应用药品追溯码打击医保领域违法违规问题专项行动，巩固打击倒卖医保回流药高压态势，精准打击倒卖回流药、串换医保药品、空刷套刷医保凭证、超量开药等涉药违法违规行为；持续加大各类大数据监管模型的研发应用力度，以典型违法违规行为、药品耗材、诊疗项目、重点人群、病种、险种等为重点，不断丰富健全大数据监管模型矩阵。

为推动监管关口前移，强化事前提醒，国家医保局将加快推进事前提醒系统落地应用，力争2026年年底实现定点医药机构接入率达到70%以上。(彭韵佳)



## 杜绝“神药”忽悠需监管下猛药

张悦

重庆一公司发布的普通食品广告打出“国宝级密药”等噱头；广州一公司发布的普通商品广告中含有“有效预防近视，去检查视力已经4.9了”等内容；内蒙古一公司以直播形式发布的普通食品广告中含有“改善、缓解、抗癌”等内容……近日，市场监管总局发布十起违法广告典型案例，涉及儿童护眼“神器”、抗癌“神药”、长寿“圣品”等。

只看广告，这些商品的确实挺“神”。“国家级密药”“10个诺贝尔奖得主证实”，搬出诺贝尔奖得主背书，自封国家级抬高身价，“密药”更是让人浮想联翩；“去检查视力已经4.9了”，亲身经历的语气，让视力骤然提升的可信度大增；“改善、缓解、抗癌”，按此说法抗癌可谓轻而易举。市场监管部门的查处表明，“神器”“神药”没有神效，不过是商家忽悠消费者的话术。

医疗、药品、儿童近视防护等跟老百姓的健康息息相关，这些领域的违

法广告直接影响消费者的选择和判断，甚至危害消费者身体健康。拿抗癌等治疗功效来说，选择相关产品的往往是正在遭受病痛折磨、急切想要治病的患者。若听信“神药”噱头下单，即便不会对身体造成直接损伤，延误治疗时间、影响正规药品的药效，同样会给健康造成风险。“神药”广告横行，不仅侵犯消费者的权益，也会让本分经营的商家利益受损，以致劣币驱逐良币。

为打击“神药”“神器”等违法广

告，市场监管部门持续开展整治行动，取得显著效果。但也要看到，相较于通过违法广告获得的利润，罚款的震慑作用往往有限。平台监管不到位，也给了违法广告生存空间。监管部门杜绝“神药”忽悠不仅要“发现一起、查处一起”，更要在整治机制上下猛药，多方合力拔除“神药”的病根。

“神药”没那么神，广告也不该神乎其神。消费者在选购医药等产品时，务必擦亮眼睛、谨慎辨别，别被“神药”广告迷倒。