

吃购玩超划算，周末去打卡旅博会吧

50万元消费券现场派发，八大特色展区、数十场主题活动打造惠民消费盛宴

12月12日，外国友人在现场学习苗族鼓。当天，2025湖南文化旅游产业博览会暨首届“12·12”文旅消费购物节在湖南国际会展中心(芒果馆)开幕。

湖南日报全媒体记者 田超 摄



12月12日上午，湖南国际会展中心(芒果馆)内人潮涌动，由湖南省文化和旅游厅指导、湖南日报社主办的2025湖南文化旅游产业博览会暨首届“12·12”文旅消费购物节在此隆重开幕。本届博览会以“‘惠’聚精彩·乐游湖南”为主题，通过八大特色展区、数十场主题活动及重磅惠民举措，全面展示湖南文旅融合新成果。



扫码看视频

主题展区全景呈现，构筑沉浸式文旅乐园

走进展厅，裸眼3D与全息投影技术将“三湘四水”的壮美山河动态呈现，观众仿佛一步踏入画中。数字文旅展区内，VR/AR元宇宙体验、无人机及低空飞行器展示着未来旅行的模样。文旅新装备区，智能房车、新能源旅行车与精致露营装备勾勒出绿色、智能的出行新风尚。

国潮动漫游戏展区化身年轻人的聚集地，深度挖掘湖湘IP，通过Coser巡游、宅舞表演和潮玩市集，点燃全场热情。一旁的湘菜美食文化展区更是烟火气十足，“聪厨杯”湖南省首届名店名厨健康湘菜厨艺大赛正在这里火热上演。64位湘菜大师接连登场，在“减油、减盐、减糖”的健康新标下重塑湘菜风味。大赛还特别设置“人机大战”环节，AI炒菜机器人挑战湘菜大师，展现科技与传统的碰撞。观众还可在此品尝到来自全省十四市州的特色食材与小吃，从黑色经典臭豆腐到茶颜悦色文创甜品，味蕾与视觉同步获得满足。

天天有活动：电竞、动漫、国风轮番登场

为期三天的展会，活动密度高、覆盖领域广。开幕式当天下午，首届“12·12”文旅新品推介会接连举办多场，为各类文旅新品提供集中首发平台。

12月13日，湖南省电竞产业发展大会及

电竞表演赛聚焦新兴产业，探讨电竞与文旅融合路径；“跟着动漫去旅行”推介会则推动动漫IP与旅游资源深度结合。12月14日，“湘超，超好玩”2025“湘超”足球联赛文旅促消费活动颁奖盛典，旨在将体育流量转化为持续文旅消费；万人国风大秀启动仪式彰显传统文化魅力；当天下午的闭幕式暨旅游商品大赛颁奖典礼，将对展会成果进行总结，并为2025湖南省文化旅游商品大赛的获奖作品及优秀展商、主播等颁发奖项。据悉，本届旅游商品大赛参赛作品达1200件(套)，规模创历史新高。

真金白银：50万元文旅消费券现场发放

“惠民”是本届旅博会的核心理念。组委会联合各方，推出了总额高达50万元的文旅消费券，涵盖门票、住宿、购物、美食等多重场景，现场向观展用户发放。用户通过银联平台(云闪付、中国银联云网平台、银行App)领券，在旅博会商户进行核销。优惠券一天有效，先到先得，领完为止。

此外，“这湘有礼”首届电商消费节贯穿展期全程，不仅设有“这湘有好物”电商集市，汇聚非遗、文创、轻食、湘超等特色摊位，更搭建了多个透明直播间，由“网红主播天团”进行全天候走播和专场带货，实现“边看展、边下单”的一站式购物体验。

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 罗艾敏

链接

“电竞+文旅”融合项目落子长沙县 共建松雅湖电竞产业生态圈

三湘都市报12月12日讯 今天，在2025湖南文化旅游产业博览会暨首届“12·12”文旅消费购物节上，长沙县人民政府与星竞威武集团旗下的红鲤文化签订战略合作框架协议，双方将围绕电竞俱乐部落户、电竞商业综合体建设、全国电竞职业技能大赛举办及电竞产教融合等领域深度合作，共建松雅湖电竞产业生态圈，标志着“电竞+文旅”融合在湖南进入实质性项目落地阶段，为区域产业升级注入强劲新动能。

据悉，星竞威武集团2024年登陆纳斯达克，系“中国电竞第一股”。红鲤文化作为旗下

领先电竞城市运营商，业务遍及全国255个城市，开创电竞与多业态融合发展新局面。

谈及此次合作与电竞产业的发展前景，星竞威武集团董事长何猷君说，他对湖南的电竞人才储备充满信心，直言电竞是讲天赋的，相信湖南也有和北京一样厉害的选手。谈及未来的合作落地，何猷君说出了自己的计划：未来会极力把电竞相关比赛IP带到长沙来，甚至打造属于湖南的比赛IP，以助力湖南构建独具特色的电竞文旅品牌，让电竞产业成为湖南文旅融合发展的新亮点。

■全媒体记者 蔡银

实施多元复合式医保支付方式 精神疾病医保支付办法调整



扫码看视频

三湘都市报12月12日讯 12月12日，记者从湖南省医保局了解到，为了进一步规范精神疾病参保患者的用药和诊疗服务，该局制定出台了《湖南省精神疾病医保支付管理办法》(以下简称《办法》)，将于2026年1月1日起施行，有效期五年。

《办法》提出，精神疾病参保患者在医保定点医疗机构和定点零售药店发生的医保目录范围内的药品、医疗服务项目等门诊和住院相关医疗费用，按政策规定享受医保报销待遇。

对全省精神疾病参保患者实行以按病种付费、按床日付费相结合的多元复合式医保支付方式，不再按项目付费。对纳入精神疾病急性期治疗的参保患者实行按病种付费；对纳入精神疾病慢性期治疗的参保患者实行按床日付费和门诊慢特病付费两种方式。逐步补充和扩大慢性期精神疾病门诊特殊病种范围，推进门诊统筹共济方式合理分担精神疾病参保患者的医疗费用。

《办法》要求，省级医保部门科学确定精神疾病全省统一的慢性期按床日付费医保支付标准。该标准根据医疗机构级别、住院天数(为同一医疗机构连续住院天数)分级分段制定，不设起付线。

■文/视频 全媒体记者 高煜棋 通讯员 乔木

市场监管总局等发文要求 直播电商应明确选品机制

记者12月12日从市场监管总局获悉，市场监管总局联合中央网信办、工业和信息化部等部门近日印发《关于提升网络交易平台产品和服务质量的指导意见》。

指导意见聚焦新兴业态，针对直播电商这一热门领域，专门明确了选品机制、培训要求和“黑名单”制度，既保障新业态健康成长，也守住质量安全底线。

据介绍，指导意见把提升消费者满意度、增强消费安全感作为出发点和落脚点，围绕提升网络交易平台产品和服务质量，推动从“量大”到“质优”转变，部署了多方面举措。

着力畅通质量提升的内生循环，指导意见提出了一系列创新举措，包括支持平台利用数据优势，发展按需生产、以销定产等新型制造模式，让制造跟着消费走；鼓励平台建立首席质量官制度，引导平台算法逻辑向优质侧重。着力铲除阻碍高质量发展的顽瘴痼疾，指导意见提出，引入“产品数字护照”计划，在重点产品领域试点开展质量安全赋码核验，打造全链条溯源机制。

■据新华社

市场监管总局发布征求意见稿 小字免责式广告要凉了

市场监管总局12月12日发布《广告引证内容执法指南(征求意见稿)》，在为期一个月时间内向社会公开征求意见。

广告是广大经营主体参与市场竞争的重要手段之一。据介绍，部分经营者以“量身定制”的研究报告等为依据，在广告宣传中进行“萝卜坑式引证”，人为制造“首创”“第一”等噱头；部分经营者在广告中采用“大字吸睛、小字免责”等手段，在着力突出商品或服务卖点的同时，显著弱化可能影响消费购买决策的不利信息。这些行为扰乱市场秩序，加剧“内卷式”竞争，损害消费者合法权益，需要进一步加以规范。

征求意见稿对“广告引证内容”“引证广告”的概念、广告引证内容应当遵守的一般性原则和合规要求进行细化；对群众反映集中的“销量第一、市场占有率第一”等广告宣传用语是否属于违法使用绝对化用语作出回应；对引证广告中广告经营者的认定和法律责任进行明确。

■据新华社