

每周商务动态

2026 年第 47 期

武汉市商务发展促进中心

2026 年 6 月 26 日

本期提要

【政策发布】	1
1. 商务部等：发布《关于加快“人工智能+消费”发展的实施意见》	1
2. 商务部等：发布《关于培育壮大汽车后市场消费若干措施的通知》	2
3. 商务部等：发布《关于开展报废机动车非法回收拆解专项整治行动的通知》	5
【商务视野】	6
1. 装置艺术，如何成为杭州“青春经济”的新引擎？	6
2. 智能体消费新模式何以带来消费增量？	10
3. 从解压到陪伴：情绪消费正在催生 10 类新爆品	13
【商务动态】	16
1. 汽车流通消费改革试点确定	16
2. 世界经济论坛第十七届新领军者年会（2026 大连夏季达沃斯论坛）6 月 23 日开幕	16
【他山之石】	17

1.天津：出台《天津海关支持促进会展经济发展措施》	17
2.深圳：2026 深圳之夏消费季暨服务消费季全面启动	19
附：信息来源（公众号及网站）	22

【政策发布】

1.商务部等：发布《关于加快“人工智能+消费”发展的实施意见》

商务部等 8 部门于 6 月 18 日公布《关于加快“人工智能+消费”发展的实施意见》。意见围绕人工智能+商品消费、扩大人工智能+服务消费等五方面，提出 17 项具体举措，以充分发挥我国超大规模市场、消费场景广阔、消费数据资源丰富优势，加快人工智能新产品新服务新场景示范应用，促进人工智能进千家万户、进千商万店，培育形成消费新增长点新动能，带动人工智能新技术新产品迭代升级，开辟人工智能新产业新赛道，更好满足人民美好生活需要。

在提升人工智能+商品消费方面，提出扩大智能终端供给，推动消费电子产品从功能型向智能型转变。布局人形机器人消费新赛道，加速机器人从工业场景向消费场景渗透。搭建商品首发平台促进新产品触达。打造“人、车、家”全场景联动生态，并将 AI 与脑机接口、增强现实等前沿技术融合，研发推出一批国际领先的新产品。

在扩大人工智能+服务消费方面，围绕居家、养老、文旅、住宿餐饮、教育五大场景，提出多项务实举措。比如，研究将智能家居及服务应用纳入“好房子”建设指南。指导养老服务机构运用人工智能技术，布局信息化管理、智能安防等技术系统，配备智能护理机器人、康复机器人等产品。

推动人工智能赋能旅游，与行程规划、票务办理、导游导览、酒店预订等全链条深度融合。应用人工智能技术提升境外人员酒店入住服务便利性。

在推动人工智能+商业创新方面，聚焦零售、电商和物流三个关键环节，提出将技术创新嵌入既有商业体系改造升级，进一步发挥电商在人工智能应用中的场景优势，将智能商业建设与城市更新和乡村流通体系完善相结合，进一步提升流通组织效率和消费履约能力。

此外，在加强“人工智能+消费”推广和优化“人工智能+消费”环境方面，提出建设“人工智能+消费”集聚区和AI体验中心，并且要求与数码产品购新、以旧换新等现有政策衔接配合，推动人工智能技术在消费领域普及应用。同时，要加大财政等资金支持力度，完善消费基础设施，健全“人工智能+消费”标准体系，筑牢安全防线。（国际商报）

2.商务部等：发布《关于培育壮大汽车后市场消费若干措施的通知》

近日，商务部等9部门印发《关于培育壮大汽车后市场消费若干措施的通知》，主要内容：**①规范有序发展汽车改装**。建立健全汽车改装管理制度。制定促进汽车改装市场发展的政策文件，明确对汽车改装实施分级分类管理。完善汽车改装标准体系。研究建立全国汽车标准化技术委员会汽车改装分技术委员会，梳理拟制修订的标准清单。提升改装产

业优质供给能力。研究建立改装用汽车零部件准入许可制度。研究完善汽车零部件 CCC 认证制度，加强产品质量、安全和环保监管；②**支持发展房车露营产业**。完善房车通行使用环境。支持各地优化房车上路通行管理政策。简化房车营地用地审批流程。提升房车营地配套服务水平。结合区域文旅资源，鼓励在风景道沿线、城市近郊等区域，建设一批高标准、多功能的房车营地，完善维修补给、水电保障、医疗救援、餐饮住宿等配套服务。推动房车制造产业链升级。支持有条件的地区建设房车产业聚集区，培育具有核心技术、全产业链整合能力和国际竞争力的龙头企业；③**培育传统经典车新业态**。完善传统经典车管理措施。依据《传统经典车通用要求》（GB/T 45194-2024）制定传统经典车认定细则与操作规范，对符合条件的传统经典车开展认定工作。丰富传统经典车使用场景。鼓励各地将传统经典车纳入文旅资源体系。支持举办传统经典车赛事、品牌沙龙、收藏品鉴会、文化节等特色活动；④**优化汽车维修和保险服务供给**。健全汽车维修政策标准体系。强化机动车维修备案管理，健全完善新能源汽车维修标准规范。强化维修服务支撑能力。健全完善机动车维修信用管理制度，支持汽车经销商、维修企业建立“线上预约+线下维修”服务体系。鼓励引导维修企业集约化、专业化、品牌化连锁经营。加大保险服务支持力度。落实《关于深化改革加强监管促进新能源车险高质量发展的指导意

见》，进一步提升车险保障能力和服务水平，建立保险车型综合分级制度；⑤**积极发展汽车赛事运动**。构建多层次汽车赛事体系。推动构建知名赛事引领、职业赛事推广和体验赛事普及的多层次汽车赛事体系。发挥新能源汽车产业发展优势，培育一批具有核心竞争力的新能源汽车赛事民族品牌，加强知识产权保护。支持相关汽车流通消费改革试点城市因地制宜引进国际知名汽车赛事，完善便利化的赛车进出口流程和模式，加强引进赛事的本土化运营和创新；打造若干国家级汽车运动消费场所，强化场地设施、技术服务、赛事运营等综合支撑能力。优化赛事服务管理机制。制定公布汽车赛事办赛指南，提升安全办赛能力水平，强化办赛标准流程。培育汽车运动消费新场景。依托各地资源禀赋因地制宜发展拉力赛、越野赛、集结赛、卡丁车赛、场地赛等，打造面向大众的体验式赛事活动。加强赛车人才队伍建设。支持普通高校、职业学校开设汽车运动相关专业，培养车手、技师、教练、裁判、赛车运营等专业人才；⑥**推动汽车租赁创新发展**。支持汽车租赁产业融合升级。培育壮大经营主体，推动租赁企业与汽车产业深度融合，通过集采、回购、二手车经销、二手车出口等模式打通产业链。提升汽车租赁供给能力。鼓励汽车租赁企业品牌化、连锁化、规模化发展，完善小微型客车租赁服务网络，支持“异地还车”“以租代购”等多元化服务模式创新，以及汽车租赁保险产品创新，完善

保险服务，降低消费者用车成本。（商务部网站）

3.商务部等：发布《关于开展报废机动车非法回收拆解专项整治行动的通知》

近日，商务部等7部门办公厅发布《关于开展报废机动车非法回收拆解专项整治行动的通知》，重点整治内容如下：

- ①**整治非法回收拆解报废机动车行为。**依法查处假借“二手车收购”名义回收报废机动车，并转售至非法拆解窝点或自行拆解的违法行为。对查处的非法回收拆解窝点，要倒查车辆来源，斩断非法回收链条；
- ②**整治无资质从事报废机动车回收拆解行为。**强化对汽修厂、城乡结合部、废弃厂区、闲置院落、废旧物资集散地、二手车交易市场周边、零配件交易市场等非法拆解高发区域的执法检查，依法查处未取得回收拆解资质认定擅自从事报废机动车回收拆解活动的行为；
- ③**整治违规出售报废机动车零部件行为。**依法依规查处将废旧新能源汽车动力电池交售给回收服务网点或综合利用企业以外的组织或个人、拒不报送溯源信息或报送虚假信息等行为，以及向无处理资质的企业出售和转卖拆解的废旧三元催化器等行为；
- ④**整治使用虚假材料办理机动车注销行为。**对以“灭失”原因申请办理车辆注销登记的，要严格审核相关证明、凭证，纳入重点业务监管，加强嫌疑车辆预警拦查；
- ⑤**整治不规范拆解行为。**依法查处未在资质认定场地内或在分支机构内拆解报废机动车，并随意丢弃或排放废矿物油、

废铅蓄电池、废有机溶剂等危险废物，随意排放制冷剂，污染土壤和水体等违反环境保护法规和强制性标准的行为。

各地要建立商务主管部门牵头，发展改革、工业和信息化、公安、生态环境、交通运输、市场监管等部门参加的报废机动车非法回收拆解专项整治行动工作机制。商务主管部门要发挥报废机动车回收行业监督管理牵头作用，做好专项整治行动统筹协调工作，组织开展问题排查和整改处置。此外，会同相关部门兼顾光伏组件、风机叶片回收规范工作。（商务部网站）

【商务视野】

1.装置艺术，如何成为杭州“青春经济”的新引擎？

近日，共青团中央、国家发展改革委、住建部等15部门联合印发《关于深化青年发展型城市建设助力建设现代化人民城市的意见》，提出“培育发展以青年群体创意型供给和成长发展型消费为主要内涵的‘青春经济’。”

装置艺术（Installation Art）是艺术家在特定的时空环境里充分利用“场地+材料+情感”对自身艺术观进行综合展示的一种形式。当前，随着二次元、IP及NPC等经济形态的火热，作为一种打破传统界限，极具创意性、互动性和沉浸感的当代艺术形式，装置艺术正通过不断满足青年群体情绪价值，带动其线下消费体验，成为了重构城市消费空间、激活“青春经济”的“新引擎”。



图：法国巴黎艺术装置“新桥洞窟”，新华社记者 鄂惠我 摄

杭州在发展装置艺术与青年消费融合方面，已经具备了良好的产业基底和初步的探索成果。一是**产业与政策双轮驱动**。杭州拥有强大的数字文创和动漫游戏产业基础，如游戏科学的首款现象级作品《黑神话：悟空》就诞生于杭州。政府还设立了专项资金扶持原创项目，并积极推动“文艺赋美”工程，评定了一批“演艺新空间”。二是**商圈与街区的艺术化尝试**。湖滨 88、大悦城等商圈已自发形成了二次元商业集聚地，通过场景改造实现了客流与销售额的翻倍增长。同时，东巢·碾米厂当代艺术中心等工业遗址改造项目，也成功将历史记忆转化为青年追捧的文化新地标。三是**科技赋能艺术的独特优势**。依托阿里巴巴等头部平台及浙江大学等高校资源，杭州在人工智能、数字交互等领域具备领先优势，为“科技+艺术”的融合提供了广阔空间。比如光影汇 M511 就以“光

影+科技+艺术”为核心，聚焦数字文娱领域，打造出了集沉浸式体验、文化消费、产业孵化于一体的新型文化空间。



发展装置艺术，成为杭州“青春经济”新引擎对策建议：
①实施“国际 IP 引进+本土超级 IP 孵化”双轮驱动战略。建立“城市艺术策展人”制度并设立国际招引专班。借鉴北京、上海经验，建议由市级文旅部门牵头，聘请国内外顶尖策展人担任“城市艺术顾问”，负责制定杭州年度装置艺术引进清单。成立国际赛演与艺术项目招引专班，争取将国际顶级的光影艺术节、大地艺术展的“中国首站”落户杭州。打造“宋韵元宇宙”与本土超级 IP 实体化。依托西湖、良渚、大运河、宋韵等世界级文化名片，鼓励本土艺术家与科技团队合作，用先锋装置艺术语言进行现代化转译；**②打造“AI+装置”的标准化产品与互动消费闭环。**推动“文化 IP+智能硬件”的模块化落地。充分发挥滨江高新区“文化+科技”的产业优势，鼓励网易、大丰实业等头部科技企业与装置艺

术家跨界成立“联合实验室”。重点研发可复制、可租赁的标准化互动装置产品（如具身智能机器人互动区、AI漫剧影视互动体验中心），将技术从单纯的“展示”转化为游客可参与、可交互的“火热现场”。构建“云-端-场”一体化的数字消费场景。利用杭州数字经济优势，支持企业开发“技术+内容+消费”全链条闭环的创新生态。例如，在装置艺术现场部署AR/VR体验终端，游客通过手机或穿戴设备即可触发隐藏剧情或获取数字藏品（NFT）；**③实施“主理人全周期孵化+沙盒监管”的生态松土计划。**深化“八大美院+杭州”校地共建，优化空间供给。充分利用八大美院与杭州团市委的战略合作，持续扩充“青年主理人人才库”，强化装置艺术创作“在地化”的人才密度。结合城市有机更新，盘活城市闲置空间（如老旧厂房、桥下空间、闲置商业体），为入库的青年艺术家提供低租金甚至免租的“创业胶囊仓”或“快闪盒子”，配足创作空间。推行“沙盒监管”与柔性执法。针对街头装置艺术及与其联动的夜市市集、快闪活动等新兴业态，探索引入“沙盒监管”模式，设立“行业观察期”。对信用良好的青年主理人和商业体推行“负面清单”管理和“无事不扰”原则，简化项目审批流程，推行“一窗联办”；**④建立“全链条金融赋能+跨界消费联盟”的商业闭环。**推出“青春经济加油包”与知识产权金融创新。整合政策、培训、运营、金融四大维度，为装置艺术项目提供全生命周期

支持。激活“票根经济”与跨界消费乘数效应。将装置艺术展纳入全市统一的赛演与艺术信息平台。充分利用“票根经济”，鼓励装置艺术展与周边的餐饮、零售、酒店推出联名套餐或折扣联动。支持在装置艺术现场增设体验消费新业态（如主题咖啡、限量衍生品自动贩卖机、IP联名快闪店等），将单一的门票或打卡流量，转化为“吃住行游购娱”的全方位消费增量，实现从“流量”到“留量”再到“销量”的转化。（上海华略智库）

2.智能体消费新模式何以带来消费增量？

今年以来，智能体经济持续火爆，其中“AI智能体+消费生态”的智能体消费新模式备受社会各界关注。在这种模式之下，AI智能体提供理解世界、规划行动的能力，成熟的商业基础设施（电商、支付、物流、本地生活等）则提供服务落地的场景和数据，二者协同构成完整的消费体系。人们不禁要问：智能体消费新模式比电商业态更高级吗；它只是替代电商成为消费入口、实现消费场景转移，还是能够真真切切地带来消费增量？

①**智能体消费新模式**。过去20年，中国消费互联网的商业逻辑建立在一个隐含条件之上：平台负责提供商品信息，人负责做决策和完成交易。推荐算法把“可能感兴趣的”推到眼前，但决策链条仍由人完成：点进去、比较、加购物车、结算、付款。平台始终是“信息中介”，而非“任务执行者”。

这种模式存在一个潜在的天花板：通过平台撮合的交易信息，触达可以无限接近全量市场，但消费者决策链条的摩擦成本却无法彻底消除。每一个跳转节点都是潜在的需求流失点。摩擦积累到一定程度，本可兑现的消费意图就会被放弃。2025 年以来，AI 智能体开始应用于消费领域。历经不到一年的时间，从为消费者提供商品研究对比的“信息推荐”，到通过不断接入各大电商 App 和生活服务 App，实现了自然语言交互驱动完成“交易闭环”的关键性跃迁，初步形成了智能体消费新模式。智能体消费新模式突破了上述消费互联网的潜在天花板。当用户说“帮我安排下周去杭州两天一夜亲子游”，智能体不再只返回一页搜索结果，而是正在不断接近“直接调用飞猪、高德、闪购等完成机票、路线、餐饮的全链路执行，还能通过调用支付宝、微信完成结算”这个终极消费体验的目标。AI 智能体的角色从“给你信息”变成了“替你办事”。

②更好打通消费市场。智能体消费新模式的价值在于打通了“自然语言意图—跨生态调度—交易执行—支付结算”这个消费市场的完整链路。这条链路的闭合，实现了规模化落地，具体可从三个层次理解。一是在消费行为层面，它系统性地消除了需求信息的摩擦。摩擦成本的降低，不只是让购物变得“更方便”，而是让大量原本会“半途放弃”的消费需求真正落地成交。这在经济学上不是价格弹性的变化，

而是需求曲线本身的右移——这是消费增量最核心的来源。今年春节期间，全国消费者在千问下单超 2 亿次，60 岁以上老年人通过千问下单的人数超过 400 百万人。二是在商业生态层面，它结构性地重塑了一个超级入口。原本分散在多个独立 App 的用户决策，被统一汇聚到一个对话窗口。每一个用户意图都成为撬动整个生态协同响应的杠杆。入口的价值从“引流”升级为“统一调度”。三是在基础设施层面，它验证了一套强大的程序化商业底层网络。这是最深远也最容易被忽视的方面。部分数字平台通过“AI+”打造智能体消费新模式，在其生态内部实际上已经具备了一套新型商业基础设施的雏形：统一的意图理解与调度层、跨平台的能力连接机制，以及可信赖的支付与安全体系。这套基础设施一旦形成网络效应，其价值将远超任何单一业务线的增量。

③何以创造消费增量。传统的消费路径是：产生需求—想到去哪买—打开 App—搜索—比较—下单。智能体消费新模式的具体路径是：用自然语言表达意图—Agent 直接调度各入口完成交易。这种改变不只是某一步变快，而是整条链路的跳跃次数接近零。这在经济学上不仅是效率问题，更意味着大量原本因“链路太长”而放弃的消费需求得以被激活和兑现，具体可以体现为三类消费增量来源。一是摩擦降低，激活“沉睡需求”。很多潜在的消费需求，并不是因为“没钱”而未能转化，恰恰是因为跨品类需求组合的认知成本太

高。比方订机票酒店、找景点和接送，涉及“飞猪+高德+淘宝”，用户很容易半途放弃某些项目。智能体消费新模式的一站式整合，能将这类“想过但没做”的需求大规模兑现。这在经济学上对应需求曲线向右平移，而非仅是价格效应。

二是场景组合和需求联想，带来“消费篮子”的膨胀。智能体在完成一个主需求时，会自然带出关联品类的推荐，且推荐基于真实场景而非纯算法猜测。例如，当用户说“帮我安排一个朋友聚餐”，智能体消费新模式的理想形态，是可以根据用户的历史偏好，联想出聚餐后的酒吧、桌游等消费需求。

三是从单次交易到持续服务，提升复购频次。传统电商消费是“买完即走”的单次交易模式。智能体因其对话的可连续性，能够形成基于用户生活状态的持续跟踪。例如，“你上次买的咖啡机差不多该买豆了”可能触发即时复购；“你收藏的那双鞋降价了”可能唤醒潜在消费意图。这使消费频次从被动触达转向主动陪伴式运营，对应用户粘性和复购率的持续提升。

目前，我国服务消费占社会总消费的比重约为 45%，尚低于发达国家的 65%至 70%。这个缺口正是消费智能体最大的施展空间，也是其对消费结构升级最具战略价值的方向。

（经济观察报）

3.从解压到陪伴：情绪消费正在催生 10 类新爆品

如果说过去的新消费，拼的是“有没有更好用、更便宜、

更方便”，那么这几年，一个更明显的变化正在出现：越来越多年轻人买东西，不只是为了功能，而是为了某一刻的情绪被接住。下面这 10 种情绪产品，正在成为年轻人最容易上头的新消费样本。

①奖励型产品：给自己一点“我值得”。奶茶、咖啡、甜品、小蛋糕、香氛、鲜花、轻奢小物，都属于这一类。花二三十块钱，换来一小段“我对自己还不错”的感觉。这个情绪成本不高，但满足感很快，所以非常容易复购；**②陪伴型产品：一个人生活，也要有回应。**毛绒玩具、潮玩公仔、宠物用品、香薰灯、陪伴型小家电、桌面摆件，都在满足一种新需求：年轻人并不一定缺东西，但很缺“被陪着”的感觉。它们像一个情绪分身。不说话，但在场；没功能，但有陪伴感；**③治愈型产品：把疲惫感慢慢放下来。**香薰、助眠喷雾、泡澡产品、蒸汽眼罩、精油、睡眠灯、软糯零食、治愈系家居用品，都属于这一类。它们不一定解决一个实际问题，但能缓解一种情绪状态：累、烦、焦虑、睡不着、想逃离；**④仪式型产品：普通日子也要被认真对待。**鲜花、香槟杯、生日蛋糕、节日限定礼盒、露营装备、餐桌摆盘、节气产品、季节限定饮品，都在制造仪式感。很多品牌现在越来越重视节日、季节和节点，不是因为这些时间点本身有多大销量，而是因为它们天然带有情绪触发力；**⑤社交型产品：买的不只是产品，是可以被分享的话题。**联名款、限定款、

打卡款、颜值饮品、话题零食、城市限定、IP周边，都属于社交型情绪产品。这类产品的关键不是“我用了之后有多大改变”，而是“我发出去有没有人懂、有没有人回应、有没有人想问”；⑥**身份型产品：我买什么，也是在表达我是谁。**运动服饰、瑜伽服、精品咖啡、轻养生产品、设计师香水、小众包袋、户外装备、功能饮料、无糖茶，都有明显的身份表达属性。身份型产品的底层逻辑是：年轻人买东西，不只是为了拥有这个物品，而是为了让别人和自己都更清楚地看见“我想成为哪种人”；⑦**掌控型产品：在不确定生活里找一点确定感。**轻食、低卡零食、无糖饮料、功能食品、运动装备、健康监测设备、收纳产品、计划本、效率工具，都在满足年轻人对“掌控感”的需求。当外部环境不确定，工作节奏不稳定，很多年轻人会通过消费重新建立一点秩序：控制热量、控制糖分、控制作息、控制空间、控制身体状态；⑧**松弛型产品：不卷的时候，也要有东西接住自己。**它对应的产品也越来越多：露营产品、Citywalk装备、轻户外服饰、懒人家居、精酿饮品、低度酒、咖啡馆、生活方式集合店、度假风穿搭。这类产品背后的需求，不是效率，而是暂时退出效率；⑨**猎奇型产品：越无聊，越需要一点新鲜刺激。**奇怪口味零食、跨界联名饮品、盲盒食品、地域特色小吃、网红新品、季节限定、反差包装，都属于这一类。这类产品未必能长期复购，但非常容易制造第一次购买；⑩**归属型产品：**

不是我一个人在这样生活。二次元周边、宠物用品、饭圈周边、运动社群产品、户外装备、城市限定文创、小众兴趣消费，都属于这一类。这类产品的核心不只是“我喜欢”，而是“还有一群人跟我一样喜欢”。归属型产品的上头点在于，它让消费者不再是孤立的买家，而是某个群体的一员。当一个产品能让人找到同类，它就不再只是交易关系，而是关系入口。（新消费 HOT）

【商务动态】

1.汽车流通消费改革试点确定

在各地申报基础上，经专家评审并向社会公示，确定并公布汽车流通消费改革试点城市 40 个，其中，湖北省武汉市和十堰市进入试点城市名单，武汉市重点改革创新方向为汽车信息平台，十堰市重点改革创新方向为汽车文化。（国际商报）

2.世界经济论坛第十七届新领军者年会（2026 大连夏季达沃斯论坛）6 月 23 日开幕

世界经济论坛第十七届新领军者年会（2026 大连夏季达沃斯论坛）6 月 23 日至 25 日在大连举行，来自全球 90 余个国家和地区超 1700 位商界、政界、学术界领袖以及创新者相聚于此，围绕“规模化创新”主题，聚焦人工智能与前沿技术驱动的全新工业时代，为世界经济发展贡献创新智慧、探索合作发展路径。

整场展览旨在把创新转化为可亲身感知的体验，探讨创新如何超越技术层面，参与塑造文化结构和认知方式。在这里，创新不再是线性递进的发展轨迹，而是过往与当下、物理现实与数字空间、人类个体与智能机器之间，交融共生的动态进程。

本届年会以“全程绿色、全员参与、全域低碳”为核心，将绿色办会理念深度融入每一个环节：论坛主会场等核心场馆实现 100%绿电直供，预计减少碳排放约 800 吨；会场空调系统延续“海水源热泵”技术，预计节能 30%以上；会场搭建材料回收率达 85%以上，废弃物资源化利用率达 90%以上，真正实现“无废办会”；论坛服务保障用车中，新能源汽车占比超 80%，其中引入 16 台氢能巴士，更有 6 台无人驾驶巴士在本届论坛中首次亮相。（新华社）

【他山之石】

1.天津：出台《天津海关支持促进会展经济发展措施》

近日，《天津海关支持促进会展经济发展措施》正式对外发布，以海关制度创新和服务升级，为天津会展经济高质量发展保驾护航、赋能增效。

天津海关始终高度重视支持会展业高质量发展，将保障重大展会活动举行、助力会展经济发展纳入“津关 24 条”，精准对接需求、靠前服务，圆满完成夏季达沃斯论坛、上海合作组织天津峰会等重要会议的通关保障工作，保障重要航

班百余架次、参会人员 4200 余人次、价值 4500 余万元展览品顺利通关。在总结前期重大展会通关保障经验基础上，天津海关深入实地走访调研，主动对接市商务局、津南区相关部门单位，摸清会展经济发展的堵点难点，最终形成 12 条旨在促进天津会展经济高质量发展的便利措施。

下半年，天津海关将持续优化保障机制，全力做好中国国际农业机械展览会等国际展会展品通关监管工作。

一是主动靠前服务，构建展会服务保障体系。依据展会类型、主题及办展方需求，提供定制化通关指引，对暂时进境展览品实施现场监管，提供通关咨询服务。同时，充分依托海关信息化管理系统、视频监控平台，天津海关将对展会备案、展览品通关等全流程实行数字化、便利化、集约化监管，全面提升展会监管规范化、便利化水平。

二是精简审批环节，提升展品通关便利水平。天津海关始终以“减环节、压时限、降成本、优服务”为核心，聚焦展品快速通关需求，压缩进境动植物及其产品、特殊物品检疫行政审批时限。大幅简化医疗器械等展品参展备案、注册、核查要求。延长海关签注 ATA 单证册项下暂时进境展览品复运出境期限，与 ATA 单证册有效期保持一致。进一步丰富税款担保方式，切实缓解企业资金占用压力，有效激发境外企业和中小微企业来津参展积极性。

三是深化业态联动，释放会展经济带动效应。立足“会

展+产业”融合发展方向，天津海关针对参展车辆转进口业务，在企业完成相关认证、环保信息公开后，海关优先办理相关手续。创新拓展“保税+会展”融合模式，大力支持国家会展中心配套设立保税仓库，拓展保税功能。（央广网）

2.深圳：2026 深圳之夏消费季暨服务消费季全面启动

6月20日，“深圳之夏，全球畅享”2026深圳之夏消费季暨服务消费季启动。本次活动以“深圳之夏，全球畅享”为主题，紧抓2026年深圳APEC峰会等重大机遇，依托有奖发票、广东优品购暨深圳之约、深圳市消费品以旧换新等系列促消费政策，组织全市各重点企业、商圈及深圳本土品牌，打造国际化暑期消费新场景，全面开启为期三个月（6月-8月）的夏日促消费活动。

①12大消费热点全域发布，共绘夏日消费新图景。2026深圳之夏消费季暨服务消费季促消费活动以“1+2+4+12+N”的体系开展，即围绕“深圳之夏，全球畅享”为主题，打造1份“深圳之夏本地消费指南”，围绕“深圳之夏全球宠粉计划”“深圳之夏畅享购”2大主题，推出深圳之夏迎峰会促消费嘉年华、国际时尚潮玩季、鹏城优品新风尚、盛夏票根畅享汇4大特色系列活动；精选国际消费、AI消费、首发经济、以旧换新、暑期消费、服务消费、数字消费、IP消费、绿色健康消费、国货非遗、餐饮美食、文娱旅游12大暑期消费热点，结合各类市场主体开展近500场特色系列活动，点燃

夏日商文旅消费活力。

②四大标杆消费场景出圈，多元业态点亮鹏城活力。本次启动活动聚焦场景创新、业态融合、惠民让利，打造四大标杆消费场景，联动商圈、体育、科技、文旅多领域发力，全方位激活市场消费潜能。**潮流沉浸式：后海核心商圈**作为本次深圳之夏消费季活动的主会场，南山海岸城依托后海核心商圈区位优势，打造城市级夏日潮流消费聚集地，配套推出系列重磅特色活动。商圈落地 2026 FIFA 世界杯联想嘉年华、泡泡玛特 LABUBU 复古理发店&FIFA 联名 IP 主题美陈、超级巨乐部巨物嘉年华等潮流场景，打造沉浸式观赛、打卡、休闲体验。**赛事 IP 赋能：**作为 2026 年 FIFA 世界杯官方技术合作伙伴，联想在启动现场分享“世界杯嘉年华”的全国布局。深圳站活动于 6 月 18 日至 20 日在南山海岸城海德广场精彩呈现，现场设置世界杯赛事大屏观赛、足球电竞体验、颠球 PK 等趣味互动环节，更有神秘球员空降、AI 球赛预测、集章兑换周边好礼、音乐派对、竞猜抽奖等惊喜不断。活动期间，联想还推出“一球千金、千元神券天天抽”等促消费活动，市民凭观赛或购物小票即可参与抽奖，赢取购机礼、世界杯周边等惊喜，激发赛事消费活力。**科技优品出圈：拓竹**作为深圳本土科技企业，依托全球领先的消费级 3D 打印技术，打造鹏城优品科技消费新标杆。拓竹消费级 3D 打印机国内累计销量已突破百万台。本次消费季期间，拓竹科技

持续推动“科技+消费”融合，将工业级硬核技术转化为大众潮流消费品，拓宽科技消费场景，助力鹏城优品出圈，展现深圳科创产业赋能消费升级的强劲实力。**票根经济加持：**空气湃推出专属票根活动。场馆依托 18000 m² 超大室内空间，打造 99+ 运动娱乐项目，全新升级太空舱、魔方攀岩、真人水弹对抗、非遗陶艺、科学魔法秀等多元体验场景，动静结合覆盖全年龄段消费需求。同时，推出暑期专属优惠，毕业季学生四人畅玩套餐、亲子家庭套餐超值让利，消费者凭游玩票根可享立减 30 元专属福利。（深圳商务）

编辑：张炎丰

校对：汪尚

审核：胡向强

附：信息来源（公众号及网站）

- 1、中国政府网
- 2、商务部门户网站
- 3、新华社
- 4、人民日报
- 5、中国网
- 6、国家统计局
- 7、统计微讯
- 8、武汉发布
- 9、极目新闻
- 10、零售商业财经
- 11、第一财经
- 12、财联社
- 13、赢商网
- 14、上海转型发布
- 15、湖北省人民政府网
- 16、智谷趋势
- 17、湖北日报
- 18、长江日报
- 19、荆楚网
- 20、国际商报
- 21、湖北省商务厅

- 22、武汉市人民政府网
- 23、未来智库
- 24、商务微新闻
- 25、电子商务研究中心
- 26、浙江商务
- 27、江苏商务
- 28、成都商务
- 29、重庆商务委
- 30、广州商务
- 31、广东商务
- 32、上海商务
- 33、上海商业网
- 34、今日头条
- 35、深圳商务
- 36、新商业 LAB
- 37、红餐网
- 38、和桥机构
- 39、上观新闻
- 40、加得商业
- 41、武汉国资
- 42、中国商报