

每周商务动态

2026 年第 49 期

武汉市商务发展促进中心

2026 年 7 月 3 日

本期提要

【政策发布】

1. 商务部等：共同复核前三批中华老字号 1

【商务视野】

1. 实数融合、数智融合，武汉打造全国数字经济一线城市的
路径分析 2
2. 如何释放服务消费潜力 5
3. 如何将商场打造成“微度假”目的地？ 11

【商务动态】

1. 汉江·云赫河之洲 HANZONE 商业街正式开街 14

【他山之石】

1. 北京：“京彩宜夏”系列促消费活动正持续开始 15
2. 天津：2026 购在中国·天津专场暨海河国际消费季启幕 17
- 附：信息来源（公众号及网站） 20

【政策发布】

1.商务部等：共同复核前三批中华老字号

6月29日，商务部等5部门办公厅（室）发布关于开展中华老字号复核工作的通知。通知要求，商务部认定的现有前三批中华老字号企业须按照《中华老字号示范创建管理办法》规定参加复核。各省级商务主管部门要组织本行政区域内的中华老字号企业（含中央企业）通过商务部中华老字号信息管理系统填写《中华老字号复核申报表》、上传相关佐证材料，并会同同级文化和旅游、市场监管、知识产权、文物主管部门对企业提交的材料进行核查，分门别类出具“通过”“附条件通过”“不通过”复核建议。商务部将会同相关部门对复核建议进行确认。其中，在核定中华老字号企业基本信息方面，各省级商务主管部门要会同相关部门对照商务部公布的中华老字号名录，根据中华老字号企业历史脉络、所属行业、主营业务等真实情况，逐项核实更新企业基本情况、注册商标、品牌名称、经营情况等信息。通知明确，各省级商务主管部门要坚持公平公正、公开透明原则，与本行政区域内的中华老字号企业逐一联系、加强指导，严格做好复核材料审核工作，确保相关信息真实准确、完整有效，必要时应采取现场调查、档案调阅等方式进行核实。要尊重历史文化、遵循发展规律，对争议较大的问题“一事一议”，避免引起矛盾纠纷，确保稳妥严密。（国际商报）

【商务视野】

1.实数融合、数智融合，武汉打造全国数字经济一线城市的 路径分析

近年来，武汉大力实施创新驱动发展战略，加快推进数字产业化、产业数字化，数字经济规模持续壮大，综合实力稳步提升。但与杭州、苏州、成都等数字经济一线城市相比，武汉在核心产业规模、占 GDP 比重、龙头企业培育和人工智能与实体经济深度融合等方面仍存在明显差距。如何充分发挥自身优势、加快补齐短板弱项，全面实施“人工智能+”行动，推动人工智能与经济社会的广泛深度融合，打造全域数智化的人工智能城市，成为武汉实现能级跃升、进位争先的重大战略课题。

①数智经济发展势头强劲，综合实力稳步提升。当前，武汉市数字经济规模已占地区生产总值比重超 50%，数据要素市场发展稳居中部城市首位。从 2025 年发展态势来看，武汉数字经济发展持续提速。在《2025 年中国数字城市竞争力研究报告》发布的数字经济百强市榜单中，武汉居全国第 9 位，较上年再提升一个位次，连续两年进位。基础设施建设方面，武汉每万人拥有 5G 基站数达 40 个，初步实现 5G-A 网络规模覆盖。全市已建成 8 个智算中心、1 个超算中心，投用高性能算力达 5274P。开放智能网联汽车测试道路总里程突破 3829 公里，辐射面积约 3000 平方公里，触达人口超

770 万，开放里程和开放区域数量保持全国第一。产业培育方面，武汉拥有 5 个国家级创新中心、8 个国家级重点实验室、16 个国家级工程研究中心。全市数字经济规上企业达 2540 家，数字经济存续企业总数超过 20 万家。武汉还成功入选全国首批“数据流通利用建设试点示范城市”，承担隐私保护计算先行先试任务。2025 年 12 月，“汉数通”平台上线发布，已完成公共数据授权运营、数据产权登记、数据要素流通交易等平台功能开发，与 18 个试点城市完成互联互通，702 家流通利用主体接入，上架 1248 个数据产品。

②与标杆城市相比仍存差距，进位赶超任重道远。一是核心产业规模差距较大。2025 年，杭州市数字经济核心产业增加值达 6780 亿元，苏州数字经济核心产业增加值接近 5000 亿元，成都市数字经济核心产业增加值为 3788.6 亿元。武汉 2024 年数字经济核心产业增加值为 3087 亿元，2025 年全年数据虽尚未公布，但从上半年开票额增速来看，全年核心产业增加值预计在 3500 亿元左右，与杭州差距近乎一倍，与苏州有 1000 多亿元差距，与成都也有一定距离。二是占 GDP 比重偏低。杭州数字经济核心产业增加值占 GDP 比重已达 29.5%，苏州为 16.6%，成都为 15.3%、重庆为 10%。武汉 2024 年数字经济核心产业增加值占 GDP 比重约为 15%左右，高于重庆，与苏州、成都基本处于一个水平，但明显低于杭州，在核心产业对经济的贡献度上仍需大幅提升。三是缺乏

具有全国影响力的龙头企业。杭州拥有阿里巴巴、网易等数字经济巨头，在电子商务、云计算等领域占据全国领先地位；苏州在工业互联网、智能制造领域集聚了一批行业标杆企业；成都在游戏动漫、数字文创等领域培育了现象级产品。相比之下，武汉虽有达梦数据、黑芝麻智能等细分领域领军企业，但在平台经济、消费互联网等领域的龙头企业培育方面仍有较大提升空间。四是人工智能与实体经济融合深度有待加强。虽然武汉在智能网联汽车测试道路里程等方面全国领先，但在垂直行业大模型、人工智能应用中试基地建设等方面，与北京、上海、深圳等先导区相比仍有差距。苏州已培育工业垂类大模型 139 个，获批制造领域国家人工智能应用中试基地等重大试点。武汉在“人工智能+生物医药”“人工智能+高端装备”等特色产业的规模化应用方面仍需进一步突破。

③全面实施“人工智能+”行动，加快建设全域数智化的人工智能城市。一是发展壮大智能经济，打造特色产业高地。聚焦“人工智能+”特色产业。以行业场景应用为主要牵引，以高质量数据集为关键突破口，以光电子信息、存储芯片、软件产业为基础，重点发展“人工智能+生物医药”“人工智能+智能网联汽车”“人工智能+高端装备”等特色产业。建好用好垂直行业大模型。聚焦教育、医疗、交通、能源、制造、城市治理等优势领域，建设具有全国影响力的垂直行业大模型，打造智能体产品矩阵。壮大市场主体梯队。持续

深化数字经济应用场景“揭榜挂帅”行动，重点聚焦人工智能和大数据、区块链、工业互联网等领域，鼓励技术突破与创新。二是加快人工智能技术创新，突破关键核心技术。提升核心算法技术水平。重点提升感知识别、认知推理、深度学习、运动执行、人机交互等算法技术水平，突破新一代神经网络、知识图谱、机器学习等核心技术。推动大模型向智能体演进。支持行业企业联合人工智能企业打造垂直行业大模型，重点推动大模型向智能体演进，构建从模型到应用、从技术到产品的完整创新链条。强化标准研制和安全治理。强化人工智能标准研制和安全治理，构建良好发展环境。三是强化关键要素供给，夯实数智发展底座。构建多层次算力供给体系。强化算力、算法、数据等高效供给，加强算力服务区域协作，构建“云—边—端”多层次算力供给体系。打造可信数据空间和高质量数据集。高水平建设国家数据流通利用建设试点示范城市。优化数字经济发展生态。持续强化顶层设计，推进《武汉市加快推进数字经济高质量发展实施方案（2025-2027年）》《武汉市数字贸易创新发展三年行动计划（2025-2027年）》落地。到2027年，全市数字经济核心产业增加值年均增长10%，全市软件业务收入突破5000亿元，努力打造全国数字经济一线城市。（珞珈智库）

2.如何释放服务消费潜力

提振消费是推动我国经济高质量发展、构建新发展格局

的关键举措。当前，我国居民消费结构加速从商品消费为主向商品消费与服务消费并重演变，服务消费已成为释放消费新动能和拓展消费新空间的重要源泉。面对服务消费发展的新机遇和新挑战，要深刻认识释放服务消费潜力的战略意义，深入查找制约服务消费潜力释放的短板弱项，以更加有力有效的行动推动服务消费结构优化和能级提升。

①**深刻认识释放服务消费潜力的重要意义。**服务消费一头连接经济循环和产业升级，一头连接人民生活。从需求端看，服务消费是释放内需潜力、增强国内大循环内生动力的重要支点。从供给端看，服务消费升级能够牵引服务业扩能提质和现代化产业体系建设。从民生端看，服务消费直接关系群众生活品质 and 就业增收。当前，外部环境复杂严峻，国际市场不确定性高，增强国内大循环内生动力的必要性更加突出。服务消费具有频次高、黏性强、乘数效应大、增长可持续等特点，是扩大内需的重要增量来源。统计数据显示，2025年全国居民人均服务性消费支出13602元，增长4.5%，占居民人均消费支出的比重为46.1%；服务零售额增速为5.5%，高出同期商品零售额增速1.7个百分点。2026年1至4月，全国服务零售额同比增长5.6%，快于商品零售额增速；网上服务零售额24123亿元，增长8.3%，高于网上商品零售额增速。这些数字充分说明，服务消费已经成为居民消费结构中最具活力的领域之一，也正在成为拉动消费扩容升级的

重要引擎。推动产业升级的重要支撑。服务消费不仅发生在居民生活端，而且其影响会沿着需求变化传导至服务业供给和现代化产业体系建设。随着居民的服务消费需求由满足基本生活需要转向品质体验、精神文化、休闲旅游、健康养老和数字服务，也必将牵引服务业供给体系从一般性规模扩张转向质量提升和结构优化。同时，释放服务消费潜力也有助于增强我国服务业国际竞争力。依托超大规模市场和丰富消费场景，服务消费需求越充分、越多样、越讲品质，就越能推动服务业供给在场景中改进、在竞争中成熟、在迭代中形成标准和品牌优势，为“中国服务”走向更广阔国际市场积累能力和塑造口碑。从更深层次看，释放服务消费潜力不仅会推动餐饮、住宿、文旅、体育、健康、养老、家政等生活性服务业融合发展，也会通过个性化、品质化需求带动相关制造环节和生产性服务业协同发展，如健康消费有利于带动智能穿戴、康复器械、适老化产品发展，文旅体育消费有利于带动运动装备、数字内容和沉浸式设备应用，为中国式现代化提供更加坚实的产业支撑。增进民生福祉的重要载体。具体到消费领域，人民群众对美好生活的向往，越来越体现为对高品质服务的需求。高质量发展基础性、普惠性、兜底性服务消费，有利于更好满足“一老一小”、中低收入群体、新市民群体等的现实需要；发展健康、教育、技能培训等发展型服务消费，有利于更好回应居民对自身全面可持续发展

的新需求；发展文化娱乐、旅游休闲等改善型服务消费，有利于回应人民群众对精神生活的更高期待。服务消费扩张还具有明显的就业带动和增收效应。餐饮、住宿、家政、文旅、社区服务等领域，与大量中小微企业、个体工商户和灵活就业人员紧密相连，需求增加往往会带来客流增长、经营改善和岗位扩容

②**深入查找制约服务消费潜力释放的短板弱项。**生活服务便利化水平尚显不足。生活服务消费与群众日常生活联系最紧密，既包括餐饮、维修、社区零售等高频业态，也包括养老托育、家政服务等重点民生服务。“十五五”规划纲要提出，发展社区嵌入式服务和一刻钟便民生活圈，推进传统商圈焕新，优化养老、托育、家政等领域服务消费体验。从现实看，生活服务消费频次高、覆盖广，但供给的便利性和稳定性仍需提升。部分城市社区便民服务网点布局合理性欠缺，老旧小区、新建居住区、城乡接合部等区域生活服务配套相对滞后；县域和农村地区商业设施、物流配送、养老托育等服务供给仍有短板，群众获取服务的时间成本和搜寻成本较高。发展型消费占比尚待提高。发展型消费更多体现在居民对健康、教育、技能提升和自我发展方面的需要，是服务消费结构升级的重要方向。“十五五”规划纲要提出，规范发展教育和培训消费，培育壮大健康消费，积极引进国际优质服务资源。从实际情况看，居民对发展型消费的需求明

显上升，但优质供给不足、供需匹配不精准、服务规范性不强等问题仍较突出。教育培训领域既有终身学习、职业技能提升、兴趣素养培养等多样化需求，又在师资力量、课程品质和权益保障等方面需要完善。改善型消费活力尚待激发。改善型服务消费集中体现了居民对文体休闲和精神生活的更高期待。2025年国内居民出游人次65.22亿，同比增长16.2%；国内居民出游花费6.30万亿元，同比增长9.5%。2026年1至4月，文体休闲、旅游咨询租赁等服务零售额均保持两位数增长，显示出改善型服务消费的较快发展。不过，改善型消费还存在场景创新不够、融合程度不深等问题。一些地方的文旅项目同质化比较严重，存在“重建设、轻运营，重流量、轻体验”倾向，能够持续吸引消费者深度消费的优质产品仍然不多。冰雪旅游、邮轮游艇、房车露营、低空消费等新业态不断涌现，但商业模式还处于探索完善阶段。同时，服务消费新业态从“小众尝鲜”走向规模应用仍面临不少制约，容易出现短期热度较高、长期留存不足的现象。

③进一步挖掘释放服务消费潜力的路径和举措。释放服务消费潜力，是一项涉及需求释放、供给升级、市场畅通、品质赋能和治理优化的系统工程。2026年4月召开的全国服务业大会明确提出，要顺应消费结构升级趋势，围绕居民日常生活需要、对高品质生活的追求和多样化消费需求，扩大服务供给和提升服务水平。坚持需求牵引和供给创造相结合，

形成服务消费扩能提质长效机制。“十五五”规划纲要提出，要统筹促就业、增收入、稳预期，加快形成扩大居民消费长效机制。落实到服务消费领域，要把稳定和扩大就业、促进城乡居民增收、完善社会保障同促进服务消费结合起来，增强居民消费能力、改善消费意愿。以全国统一大市场建设畅通服务消费循环。服务消费受地域半径、场景供给和规则差异影响较大，地方保护、市场分割和监管尺度不一，都会影响优质服务供给扩展和居民跨区域消费体验。围绕建设统一开放、竞争有序的服务消费市场，推动市场准入、资质认定、监管规则等更好衔接，减少不合理限制和隐性壁垒，促进优质服务资源在更大范围内配置。以人才支撑和标准建设夯实服务品质基础。服务消费的品质，最终要落到具体从业人员的服务能力和行业标准上。加强职业教育和技能培训，推动院校培养、企业培训、岗位实践和社会评价有效衔接，培养更多懂专业、会服务、能适应新业态发展的高素质服务人才。以开放合作提升服务消费国际化水平。释放服务消费潜力，需要在更高水平开放中拓展空间、提升能级。稳步扩大服务业制度型开放，推动规则、规制、管理、标准等与国际高标准经贸规则更好衔接，吸引更多国际优质服务资源进入国内市场，丰富居民服务消费选择，带动国内服务业在竞争合作中提升管理水平和服务质量。以精准施策和协同治理提升服务消费政策效能。服务消费涉及领域广、链条长、主体多，

政策实施效果取决于工具运用是否精准、部门协同是否有力。要树立和践行正确政绩观，真抓实干促进服务消费潜力释放，提高政策工具的精准性，综合运用财政补贴、消费券、贷款贴息、税费优惠、政府购买服务等方式，聚焦重点领域和薄弱环节，更好发挥政策资金的撬动作用，带动居民服务消费需求释放和主体供给能力提升。（红旗文稿）

3.如何将商场打造成“微度假”目的地？

传统商业固化的售卖模式、同质化的场景布局、单一的经营内容，难以适配当下沉浸式休闲消费需求。在此背景下，微度假模式成为存量商业转型升级的重要突破口。依托城市成熟配套与便捷区位优势，商场可通过场景重构、内容升级与体验优化，承接城市居民短时休闲需求，完成从消费卖场到城市休闲体验空间的身份转变，为存量商业盘活客流、优化营收结构提供全新路径。

①精准锁定专属主题风格，构建差异化城市休闲心智。北京檀谷是城市微度假商业的标杆项目，依托城市近郊区位优势，摒弃传统购物中心同质化布局，深度打造自然休闲、轻度度假的专属主题场景。项目跳出纯商业售卖逻辑，结合周边生态资源，塑造“城市近郊半日微度假”的独特心智，不堆砌大众化网红业态，全程围绕松弛、治愈、短途休闲的核心调性统一场景与内容，精准匹配城市居民逃离城区喧嚣、短时放松的消费需求。清晰且独特的主题定位，让项目摆脱

商圈内卷竞争，成为北京都市人群周末半日休闲、短途放空的首选目的地，实现用户停留时长、复购率与社交传播率的持续攀升，完美验证主题差异化对微度假商业的赋能价值。



②优化空间场景节奏，弱化商业功利感，营造沉浸式度假氛围。青岛嘉年华海信广场 **VILLAGE** 在空间场景打造上极具代表性，项目彻底打破传统封闭商场的格局，以开放式街区、错落景观场景、沉浸式漫步动线为主，大幅弱化商铺密集排布的商业功利感。项目预留大量无消费压力的休闲步道、景观休憩区、户外观景空间，搭配全天候灯光氛围与场景造景，形成移步异景、松弛舒适的游览节奏。消费者无需强制消费即可沉浸式闲逛、休憩、打卡探索，彻底改变传统商场急促的购物氛围，成功将用户平均停留时长拉升至3小时以上，为多时段、复合型消费闭环打下坚实的空间基础。



③搭建复合型业态矩阵，构建全时段微度假消费闭环。上海天安千树精准契合城市微度假消费趋势，重构传统商业业态结构，打造多维度、全时段的休闲消费体系。项目跳出传统零售主导的布局思维，将艺术展馆、潮流体验、景观休闲、特色轻餐、主题正餐、夜间潮玩业态深度融合，按照用户半日微度假的游玩动线科学规划业态分布。以艺术展览、特色景观作为核心引流入口，吸引用户专程到访；以户外休憩、轻社交业态拉长用户停留周期；以正餐、特色零售、夜间活动完成消费转化。各业态互不割裂、相互导流，形成“逛景、体验、社交、用餐、夜娱”的完整消费链条，让用户可以一站式完成3小时以上的沉浸式微度假行程，高效实现体验流量向实际经营收益的转化，为商场业态闭环打造提供成熟范本。



城市居民的休闲消费习惯已经发生实质性转变，短时、便捷、松弛的城市微休闲，成为日常消费的重要组成部分。商业空间的核心竞争力，不再是品牌数量与地段优势，而是能否为消费者提供区别于日常工作、居家场景的沉浸式体验氛围。商场打造微度假目的地，核心是剥离传统商业的强交易属性，回归体验、社交、情绪治愈的休闲本质。通过精准的主题塑造、舒适的空间营造、多元的业态组合与持续的内容更新，商业空间可以完美承接城市居民短时休闲需求。这种转型模式，既盘活了存量商业闲置空间与客流潜力，也补齐了城市短途休闲场景短板，实现商业经营价值与城市公共休闲价值的双向提升。（飘马商业地产）

【商务动态】

1. 汉江·云赫河之洲 HANZONE 商业街正式开街

6月27日，汉江·云赫河之洲 HANZONE 商业街正式

开街，同步开启为期四天的“慢闪生活节”。这座约4万平方米的滨江开放式街区，面朝汉江、紧邻琴台中央文化艺术区，以“河滨艺文娱共生地”为定位，为汉阳沿江活力带添上浓墨重彩的一笔。街区由香港设计团队操刀，建筑曲面如流动琴弦铺展，江风与商业无缝交融。金逸影城、星聚会KTV、跃测网球学练馆、九头精酿等连锁与主理人品牌已率先亮相，满足多元消费需求。区别于传统购物中心，河之洲走“主理人新生态商业”路线——不做千篇一律的盒子，而是给有想法的主理人提供生长土壤。首批入驻品牌跃测网球正筹备网球咖啡俱乐部，并打造武汉首家温网风格草坪樱花网球场，与街区共同生长。（四新圈）

【他山之石】

1.北京：“京彩宜夏”系列促消费活动正持续开始

作为“购在中国·京彩四季”年度促消费活动体系的夏日核心板块，“京彩宜夏”系列促消费活动正持续火热推进，6月至10月期间围绕“越夜越嗨、赛场内外、艺聚潮购、盛夏童行、逛吃京城”五大板块持续落地千余项文商旅体展深度融合的主题活动，以全时段、多层次、沉浸式的夏日消费场景持续激活京城内需潜力，丰富市民游客夏日休闲选择，擦亮北京作为国际消费中心城市的夏日活力名片。

伴随“京彩宜夏”系列活动持续推进，全市各区立足地域资源打造了专属夏日消费的特色IP，形成差异化、多层次

的促消费活动矩阵，各区特色业态互补联动，进一步丰富了全城夏日消费供给。城六区深挖老城潮流、都市潮流资源：**东城**依托“五圈五节”铺开簋街不夜节、隆福寺“夏日限定·今夜有福了”潮集，培育露台经济；**西城**打造文化西城美食节、消夏啤酒节，叠加西单时尚促销与消费券福利；**朝阳**以“潮朝阳”打造啤酒节、花园节，推进消费与赛事、演艺、潮玩的跨界融合；**海淀**围绕“悦动海淀”联动多片区商圈落地IP快闪、文体市集；**丰台**推出夏季活力消费季，面向学生群体推出分时段专属优惠，落地商圈甜品节、全新首展；**石景山**依托“京西有惊喜”打造啤酒龙虾美食盛宴，配套专属PASS卡与消费券。

远近郊区域主打山野休闲、环湖度假、运河文旅、亲子戏水多元体验：**通州**深耕“运河上的通州”“运河有戏”两大IP，开办特色市集，投放活力票根消费券，释放运河沿线夏日消费潜力；**门头沟**“购To门头沟”推出山谷水乐园、爵士音乐节，串联骑行、商圈赛事消费场景；**昌平**深耕“把夏天的夜交给昌平”夜间消费IP，落地百场市集音乐活动，激活京北商圈活力；**房山**“乐购房山”主打山野研学亲子休闲，叠加折扣惠民福利；**顺义**以燕京啤酒文化节、伴夏音乐街为核心，同步推出汽车消费、机场旅客专属礼遇；**怀柔**“热夏消费季”以村咖生活集为亮点，融合咖啡赛事、街舞展演打造近郊微度假；**平谷**借力休闲大会打造乡村赛事、田园市

集；密云围绕“来密云看海”打造环湖啤酒音乐节，打通城乡消费双向流通；大兴打造9天啤酒美食嘉年华，联动商圈共享客流；延庆主打消夏避暑季，推出亲子嘉年华、观赛配套套餐。

这个盛夏，京城美食与潮流购物双向赋能，按月迭代的特色主题活动、全域覆盖的惠民促销、新旧交融的消费场景，全方位升级夏日逛吃体验，让市民游客沉浸式感受京城夏日烟火活力。依托北京国际美食荟特色IP，京城夏日美食活动有序铺展，7月畅嗨饮品狂欢月、8月食尚京菜推广月、9月环球风情美食月次第开启，10月持续上新夏日时令菜品、节庆限定套餐，月月有新意、季季有特色。（北京市商务局）

2.天津：2026 购在中国·天津专场暨海河国际消费季启幕

6月29日，由天津市商务局等部门主办的2026购在中国·天津专场暨海河国际消费季在和平区津湾大剧院启幕。活动整体框架为“5+10+16+X”，即开展政策赋能、融合创新、品质提升、夜间经济、优化服务等五大主题行动，举办2026天津米其林指南食遇美食节、“交通赋能 燃动消费”联动推广计划、“夏日清新 独爱天津”暑期文旅消费主题活动、2026中国天津投资贸易洽谈会、2026海河国际消费论坛、乐享津城艺术季、俄罗斯美食文化节、2026全国服务消费季天津站、第七届天津夜生活节、天津体育消费节等10场标杆活动，16个区按照“一区一主题”举办系列主题活动、推出特色消

费场景，带动各金融机构、商协会、商圈企业、线上平台等协同推出配套活动超千场。

2026 海河国际消费季突出四方面亮点：一是突出主题主线。本届海河国际消费季以“购在中国 津彩消费”为主题，以“扩大入境消费，激活服务消费新动能”为主线，消费季期间各类促消费活动将紧紧围绕主题、主线。二是突出政策赋能。用好以旧换新、有奖发票、消费贴息等消费者端政策，以及国际化消费环境建设、消费新业态新模式新场景、商贸流通试点等企业端政策，引导各区、金融机构发放汽车、零售、文旅等消费券近 1 亿元，做到“政策+活动”双轮驱动。三是突出多元融合。围绕商品消费、服务消费、入境消费多点发力，涵盖精品购物、精致美食、精彩旅游、精美展演等多领域，打造文商旅体展多元化消费场景，注重多业态跨界融合。四是突出协同联动。本届海河国际消费季由天津市商务局会同市文旅局、市体育局主办，市级相关部门、各级政府、金融机构、商协会共同发力，各类市场主体积极参与，市区联动、政企协同，合力奏响津城消费提振交响曲。

启动仪式现场，天津市商务局发布了 2026 海河国际消费季整体活动安排；全新打造的国际消费中心城市主题宣传片正式发布；现场通过潮流消费场景展示《到天津一起购》、情景式串联发布《津彩无界·六合共融》、津派文化展示《津门故里等你来》等多种形式，全面展示我市深厚商业底蕴与

旺盛消费活力；天津海河传媒中心多路记者深入商圈商街、旅游景区、交通场站等点位实地探班，城投资管公司、标杆环球集团、津药达仁堂、天津国旅、爱达邮轮等 11 家企业介绍消费季期间活动安排与新店新品首发计划；首次集合展示近年来全市重点盘活打造特色商业项目的《天津新消费场景 100+》，以及用中、英、俄、韩四种语言编写的《天津入境消费指南》正式发布；京津城际天津消费专列、海河国际消费季主题观光巴士精彩亮相，成为“交通+消费”新亮点。

（天津商务）

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