



9月服贸会将全面展示京津冀交通一体化成果 2026服贸会首设出海服务专区

本报讯(记者 赵鸣)昨天,在第六届中国国际消费品博览会期间,2026年中国国际服务贸易交易会推介活动在海口市海南国际会展中心举行,旨在介绍2026年服贸会最新筹办情况并推介运输和商务服务专题。本届服贸会将首次设置“出海服务专区”,此外也将全面展示京津冀交通一体化建设成果。

北京市国际服务贸易事务中心副主任万薇薇介绍了2026年服贸会筹办最新进展及特色亮点。她表示,服贸会是全球规模最大的服务贸易领域综合型展会,是见证中国服务业开放创新的重要窗口。本届服贸会将于9月9日至13日在北京首钢园区举办,突出国家级定位、专业化特色、国际化特点,优化“小镇式会展”布局,聚焦服务贸易发展热点趋势,设置展览展示、洽谈推介、成果发布、配套活动等服务贸易特色活动,并同期举办全球服务贸易峰会、打造体系化、品牌化的论坛会议活动。

本届服贸会将首次设置“出海服务专区”,集中展示为我国企业“走出去”赋能的各类服务平台、服务内容、服务技术和服务机构;将继续设置主宾国、主宾省,邀请国际组织、服务贸易前30强国家和地区、

世界500强和行业龙头企业等设展办会;邀请境外国家和地区、省市区、国际组织及领军企业分享招商引资政策,推介产业优势,发布合作项目。

目前,已有挪威、世界知识产权组织等38个国家和国际组织计划设展办会,中远海运、沃尔玛、飞利浦、强生、礼来等近百家世界500强和行业龙头企业意向参展;将开展服务贸易发展论坛、首都国际医学大会、全球服务贸易企业家峰会等多场论坛会议活动,将发布中国服务贸易发展报告、数字贸易发展与合作报告等成果;将举办丰富多彩的配套活动和商务考察、投资推介等活动,展现北京市场化、法治化、便利化、国际化营商环境,为国内外企业创造投资发展机遇。

首都会展集团总经理助理刘云雪介绍了2026年服贸会运输和商务服务专题展最新筹办情况,以及服贸会招商招展优惠政策。专题展筹办方面,运输和商务服务专题展作为服贸会九大专题展之一,致力于打造连接全球产业链、供应链,助力经济全球化深入发展的关键纽带,将以全新面貌亮相本届服贸会。

其中,运输服务专题将聚焦综合运输与物流创新,集中呈现海陆空多式联运、智慧绿色跨境物流新

生态,全面展示京津冀交通一体化建设成果;商务服务专题则将重点展示新产品、新业态、新服务,涵盖人力资源、法律服务、商务咨询等多个类型,致力于打造高水平开放、高质量合作的商务服务对外平台。同时,将精心打造“出海服务专区、拓新运输服务、深耕行业发展、深化国际合作”四大核心亮点,为展客商带来全方位的体验和收获。招展措施方面,服贸会为参展企业提供海外买家对接活动、常态化宣传推广、成果发布及服务示范案例推荐、加入服贸会“展商联合会”、展位费优惠及展会服务等系列权益,吸引优质服务贸易企业参展办会。市场开发方面,服贸会重点打造冠名权益、优享礼遇、活动推介、媒体宣传、广告服务、会展服务、服务保障七大回馈体系,实行“一企一策”定制化方案,为各类合作伙伴提供全方位、多元化、高价值的合作支持。

在本次活动现场,各方积极参与洽谈交流,对参与服贸会表现出强烈意愿。此次推介会的举办,为相关行业企业、机构与服贸会双向赋能奠定了基础。2026年服贸会将携手更多优质企业共享服务贸易发展机遇,共谱服贸发展新篇章。

北京南站开行“风筝专列”

京津冀旅客可直达潍坊赴春日风筝盛会

本报讯(记者 张群琛 通讯员 许潇 郑思瑶)本周末,登上G1069次列车的旅客发现,原本朴素的车厢内多出了不少风筝元素。为配合第43届潍坊国际风筝会,G1069次列车化身“风筝专列”,京津冀区域的旅客可从北京南站乘坐高铁赶赴潍坊,共赴春日风筝盛会。

上午11时,北京南站候车室化身“文旅会客厅”。潍坊旅游形象大使与铁路工作人员,现场开展风筝非遗文化科普活动,通过趣味讲解、模型展示等形式,向旅客介绍风筝的历史渊源、制作工艺、流派特色以及民俗内涵,往来旅客驻足聆听、互动体验、拍照合影,记录下这段别具匠心的旅程,近距离感受非遗技艺的独特魅力,让候车时光变得趣味盎然。

在检票口和站台,潍坊旅游形象大使手持欢迎展板,热情迎接每一位旅客。工作人员引导旅客有序乘

车,贴心提醒乘车注意事项,形成温馨、愉悦、文明的出行氛围,让旅客踏上专列之初便感受到浓浓暖意。

列车8号车厢被精心打造为移动潍坊非遗文化展厅,车厢内布置风筝会主题宣传彩旗、蝴蝶风筝、沙燕风筝等特色装饰点缀其间,地域文化气息浓郁,营造出“人在画中游,车随风而行”的诗意氛围。旅客一踏入车厢,仿佛步入了移动的“风筝文化馆”,提前感受潍坊国际风筝会的热烈气息。行程中,列车开展文旅互动推介,向旅客发放宣传资料与风筝、年画等潍坊特色文创礼品;有奖问答环节围绕潍坊旅游资源展开,旅客踊跃参与,旅途氛围轻松愉悦。

为进一步惠民让利、激活文旅消费,国铁济南局在本届风筝会期间首次推出高铁票价打折政策。4月13日至19日,乘坐G1069次“风筝专列”的旅客,凭本次高铁车票游览潍坊市36家景区,可享受门票6折优惠。4

月18日至27日,购买国铁济南局开行的D6034次、D6088次、G5536次、D8185次列车(潍坊—济南,潍坊—青岛区间)一等座、二等座车票,均可享受6折优惠,以“以价惠民、以旅促消”举措,为春季文旅市场复苏与地方经济发展注入强劲“铁动力”。

为保障风筝会期间旅客顺畅出行,北京南站、潍坊站和沿线车站提前部署、细化措施,全方位筑牢服务保障防线。提前安排专人对接协调,优化客运组织方案,增派引导宣传人员,加强现场秩序维护;增设风筝会绿色通道,为团体及散客提供专人引导、快速进站服务;服务台增派志愿者,提供多语种咨询、出行线路规划等便民服务,让旅客既能享受文化盛宴,又能感受到铁路服务的温度。同时,铁路部门与地方交通协同联动,在潍坊站等枢纽开通直达风筝放飞场公交专线,打通旅客出行“最后一公里”。

本市重点领域绿色低碳转型取得显著成效

“十四五”时期北京碳市场累计成交额37亿元

本报讯(记者 骆倩雯)昨天上午,北京市生态环境局召开应对气候变化工作主题新闻发布会。记者获悉,“十四五”时期,全市重点领域绿色低碳转型取得显著成效,碳排放总量稳中有降,圆满完成“十四五”碳排放强度下降目标,万元地区生产总值二氧化碳排放保持全国领先水平。全国温室气体自愿减排(C CER)交易市场成功落户北京,本市碳市场累计交易总量超过6400万吨,成交额37亿元,碳普惠项目MaaS平台绿色出行参与用户近600万,94个优秀低碳项目探索绿色发展新模式。

北京市生态环境局应对气候变化处处长徐向超介绍,近年来,北京市不断推进碳市场建设。目前,全市纳入碳市场管理的单位已超过1300家,碳排放总量超过全市碳排放的60%,是推动企业做好碳排放管理的重要手段。

北京积极服务支持全国碳市场建设,全国温室气体自愿减排(C CER)交易市场成功落户北京。截至2025年底,已为3000多家单位完成开户,累计交易量超920万吨,交易额6.5亿元。加强全国碳市场重点碳排放单位监管,连续多年100%完成履约。

本地的碳市场也在稳健运行。记者了解到,本市碳

市场已稳定运行12年,碳配额等产品累计交易总量超过6400万吨,成交额37亿元;配额线上成交均价由2013年的50元/吨提高到2025年的106元/吨,通过市场价格释放清晰信号,形成了“排碳有成本、减碳有收益”的社会共识。

重点行业的绿色低碳转型之路稳步推进,通过逐步收紧高污染、高排放行业碳排放配额,有力促进企业绿色低碳转型,实现减排降碳协同增效。如北京公交集团,通过提升新能源车比例、电车充电等措施,碳排放大幅下降,碳排放配额连续多年实现富余。

绿色出行理念深入人心。北京自2020年开展碳普惠工作以来,通过量化个人、家庭、社区、小微企业(机构)的低碳行为形成碳资产,并建立市场化激励机制,传递了“低碳行为有价值”的积极理念,碳普惠就是鼓励市民践行绿色生活方式的一种有益探索。同时,推出低碳出行、氢能燃料电池汽车使用等碳普惠项目,实现对用户减排行为的精准量化,吸引近600万市民注册参与,活跃度居全国首位,每年带动绿色出行超1亿人次。

徐向超表示,目前北京市正加快建设碳足迹管理体系。结合本市产业发展现状与企业实际需求,按照“急用

先行、服务减排、衔接国家、凸显特色”的原则,研究液晶面板、电子电器、物流服务等重点产品和典型服务碳足迹核算方法,推进本地化碳足迹因子数据库建设。同时,鼓励重点区域、重点企业先行先试,丰富碳足迹应用场景,积极参与本市碳足迹管理体系建设。

“十四五”期间,北京市持续开展先进低碳技术项目、低碳领跑者、气候友好型区域区域评选活动,打造了一批可复制、可推广的绿色低碳发展示范样板。先进低碳技术项目聚焦先进能源、低碳交通、智慧化管理、循环经济等领域;低碳领跑者聚焦先进制造、电力生产、数据中心等行业;气候友好型区域则围绕社区、乡村、园区等区域,形成了区域气候治理的多元实践经验。

另外,北京市加强重点区域气候适应能力建设,门头沟区、延庆区、通州区成功入选国家气候适应型城市建设试点,“北京城市副中心气候适应型城市建设项目”荣获2025年城市气候联盟(C40)重要奖项。

北京市生态环境局表示,“十五五”期间,北京市将进一步加强应对气候变化能力建设,深化碳市场、碳普惠、碳足迹等管理制度创新,推动降低温室气体排放,提升适应气候变化能力。

闹蛾金钗冰箱贴卖爆 玉兰、梨花、丁香造型圈粉

冰箱贴为何一再成为文创“顶流”

一位普通网友的小红书粉丝不足10位,但配上国博新上架的李静训闹蛾金钗文创冰箱贴照片,评论区立刻成了陌生网友的热情留言簿。线下的国博文创空间内,已取消限购的凤冠冰箱贴日销量依旧保持在3000件左右,工作人员直言,卖得最好的还是冰箱贴。为何人们进博物馆最爱买冰箱贴?记者采访了约100位观众发现,有真喜欢的成分,也有被“裹挟”的原因。

冰箱贴成了社交货币

“李静训和她的时代”展开幕前,约40款文创未宣先卖,闹蛾金钗冰箱贴不出意外地火了。观众张女士说:“就怕和凤冠冰箱贴一样难买,我没等开展就预约了国博门票,先买到手。上网一看,跟我一样的人不算少数。3月底的时候,这款冰箱贴一度挺难买,我朋友就赶上了断货。”

从因在展厅出圈而被“培养”的凤冠冰箱贴,吸引观众重返展厅;到这次为展览专门“开发”的闹蛾金钗冰箱贴,未展先红,两件头饰接力展示着文创冰箱贴的巨大吸引力。

随着展览开幕,这款冰箱贴一跃成了社交货币。有网友调侃:“好消息是真好看,坏消息是我还没买到。”上海观众顾女士专程为它而来。在展厅出口处,她说:“这次来北京出差,专为冰箱贴增加了太多行程。本打算拿着文创和文物合个影,但展柜前人太多了,压根掏不出来。我打算再多买两个送朋友,非常拿得手。”

拥有流量冰箱贴,自己就成了“流量”。孙女士经常带

孩子逛博物馆。她说:“买得最多的文创就是冰箱贴。网红款单价大多在100元左右,不便宜,但发朋友圈有评论,孩子带到学校有话题。偶尔有外地朋友来北京,最有面子的伴手礼就是这些冰箱贴。”

从“我来过”变“我喜欢”

国博(北京)文化产业发展有限公司负责人廖飞说,开展前七八个月就开始设计,冰箱贴是绕不开的品类。记者盘点今春京城各大博物馆上新文创,从万寿寺的玉兰、智化寺的梨花,到鲁迅博物馆的丁香,热销的、主推的,也几乎全是冰箱贴。

北京交通大学建筑与艺术学院教授张野分析,各馆都挤上冰箱贴赛道,主要是因为它的文化符号凝练度高、代表性强,能更直接展示特色文化基因。

也有文创设计师吐槽,因为好卖,订单清一色的都是冰箱贴。“这个赛道太卷了,拼做工、拼材质,但能红的不多,长红的就更少了。”

北京市社会科学院传媒与舆情研究所所长郭万超认为,观众购买文创的理由已经从表达“我来过”,变成了“我

喜欢”“我体验”。“冰箱贴提供了一种‘我与历史有关联’的满足感。而博物馆需要不断升级设计理念,迎合观众的新消费观。”

做好展览是“留量”根本

张野的观点是,深耕专业赛道,避免“千馆一面”。同时,延伸开发徽章、手账、配饰等小体量文创,形成矩阵。“还可以结合数字藏品、沉浸式体验、研学等,让文化从‘带回家看’变成生活的一部分。”

国博的思路是勇于打破“舒适圈”。以李静训展为例,除了闹蛾金钗冰箱贴,该馆还推出了项链、耳饰、戒指等首饰类文创。廖飞说:“团队非常包容。在考虑成本的前提下,我们愿意小规模试水更多有趣的讲故事方式。”

“开发成系列的文创IP,让每个人都有地方安放自己的兴趣。”白塔寺管理处副主任顾莹莹说,做好展览才是“留量”的根本。“博物馆应更积极地推动‘展创结合’,打造有话题热度的文化产品和服务,而不是为了短时流量,拘泥某个品类文创的开发。”

本报记者 李祺璐 刘冕

票根联动通州区362户商家

诚邀市民游客跟着北影节游通州

本报讯(记者 谢佳航)春和景明,光影逐梦。第十六届北京国际电影节将于4月16日正式开幕,4月16日至25日电影节期间,通州区以“光影唤醒运河”为主线,设置“影像未来式”主题研讨、“水上红毯”“电影视效荣耀时刻”三大核心板块,汇聚百余位影视企业与行业领军人才以及30余位中外影人,共探影视产业发展新趋势、新方向,解锁光影与运河交融的独特浪漫。

光影不散场,欢乐不打烊。在电影节活动尾声,将启动“运河唤醒周”,“三庙一塔”沉浸式游园、非遗游船、台湖爵士音乐节、张家湾时尚缤纷节、运河牡丹文化周等23项活动轮番上演,串联全域花海景观,诚邀市民游客“跟着北影节游通州”,共赏运河风光,共享电影盛宴。

4月16日—5月5日期间,实行电影票根全区互认,打造沉浸式电影嘉年华。观众凭票根可享湾里、万象汇、月亮河小镇、万达广场4大商圈362家商户专属折扣,覆盖购物、美食、酒店、民宿等多元业态,让电影盛宴延伸至日常生活的每一处美好。

一个号“摇”来多个学科医生会诊

3家北中医附属医院增开过敏多学科门诊

本报讯(记者 何蕊)昨天,北京中医药大学宣布,3家附属医院的过敏性疾病多学科门诊将陆续开诊。过敏患者挂一次号,就能“摇”来耳鼻喉、皮肤、眼科等多学科医生现场会诊。

“过敏性疾病症状多,患者可能同时有鼻炎、哮喘、湿疹等。过去,这些病要分别到耳鼻喉科、呼吸科、皮肤科等科室就诊。随着多学科门诊启用,患者挂一个号,就能看全,省去了奔波。”该校副校长刘存志说,这个门诊像“集合”,把相关科室的专家都集中起来,统筹调配。

与通常的挂号看病流程不同,新门诊将增加“预问诊”环节。“患者网上预约挂号后,医院的AI(人工智能)助手会询问症状等基本概况,对症安排会诊医生。”北中医东直门医院副院长闫占峰介绍,患者到院后,如果发现还有新症状,可以临时“摇”来相关科室医生加入。“最终,患者得到的治疗方案是针对全身的,内外结合,由多学科医生共同评估、讨论制定。”

确定开设该门诊的医院包含北中医东直门医院、北中医东

方医院、北中医第三附属医院。其中,北中医东直门医院的过敏多学科门诊最先开诊,预计1周内接待患者。

刘存志介绍,“脱敏止嚏汤”“益气解敏汤”“黄芪姜枣饮”等便捷中药复方,鼻内镜引导下鼻内针刺、穴位敷贴等规范化外治技术……这些该校研发的中医防治过敏新成果、新技术也将在医院推广应用。各院区还将增开过敏专病门诊,开展延长服务时间等活动,保障患者的就诊需求。

北中医同期发布《过敏性疾病中西医结合防治方案(2026版)》。中国工程院院士、该校终身教授王琦介绍,鼻子痒、打喷嚏、皮肤起疹子、眼睛痒等只是过敏“表象”,根源在于人体内部环境的失衡,要推动过敏性疾病诊疗从“对抗症状”向“调整体内环境、治病求本”的根本性转变。比如,《方案》提出了“未病病”三级防护体系:一级“未病先防”,强调体质调理,防患于未然;二级“既病防变”,注重精准治疗,快速控制;三级“瘥后防复”,着重巩固疗效,防止复发。

过敏其实是“攒”出来的

点尘累积,把池子装满了,才会出现流鼻涕、打喷嚏等外显的症状。”

过敏治不好,也是误区。北京中医药大学东方医院耳鼻喉科原主任刘大新说,过敏可防可控,关键在于改善人体的内环境和体质。他建议:“过敏季前一个月开始关注脾胃,试试规律饮食和腹部按摩,这或许比只盯着鼻子防过敏更有效。”

“我们的免疫系统有一个耐受阈值,而过敏反应也有蓄积作用。”闫占峰说,没有过敏症状,并不代表身体里没有发生过敏反应,“人体就像一个蓄水池,花粉等过敏原一

11条新规精准治理网络直播打赏乱象

为进一步加强网络直播打赏管理,规范网络直播营利行为,推动网络平台合规健康运营,切实维护网民合法权益,近日,中央网信办发布《关于加强网络直播打赏规范管理的通知》。

【完善未成年人保护机制】网络平台不得向八周岁以下的未成年人提供打赏服务。向八周岁至十六周岁的未成年人提供打赏服务,应征得监护人同意。向十六周岁以上的未成年人提供打赏服务,应征得监护人同意或核验其收入证明材料。对发现疑似未成年人使用成年人账号打赏的,应进行必要的核验,确系未成年人打赏的,应立即采取处置措施。

【建立打赏营利行为负面清单】网络平台应根据法律法规和公序良俗要求,建立并定期更新网络直播打赏营利行为负面清单。在账号开通打赏营利权限前,将负面清单告知账号注册主体,并在社区规则、用户协议等平台管理制度中明确对负面清单行为的约束处置措施。

【加强异常打赏识别处置】网络平台应密切关注用户异常打赏行为,并采取适当方式向用户确认。要依法依规留存打赏记录,及时将涉嫌违法犯罪线索通报有关部门。

【完善投诉举报受理机制】网络平台应建立健全工作机制,及时处理网络直播打赏相关投诉和纠纷。按照最有利于未成年人原则,妥善处置未成年人打赏的退款纠纷。

【加强退费和曝光力度】网络平台应建立健全网络直播打赏常态化治理机制,持续打击治理违规打赏行为,通过发布治理公告、站内公开信等方式,定期公开曝光典型案例,警示网络主播加强自律等。

【规范打赏互动】网络平台应加强打赏互动审核,不得含有违法和不良信息,不得通过打赏返现、自我打赏等方

据央视