

中国(内蒙古)自贸试验区呼和浩特片区综保区区块以实体产业项目、物流改革创新、普惠外贸服务为抓手

走出加工制造与跨境物流融合发展的对外开放新路



本报讯(记者 杨彩霞)2026年4月,中国(内蒙古)自贸试验区正式揭牌落地,呼和浩特片区作为自贸试验区核心承载区域,空间布局有“三大组团、八大区块”。其中呼和浩特综合保税区(以下简称综保区)区块依托保税加工、智慧监管场站、跨境多式联运多重载体,以产业筑基、通道拓路、服务赋能三条路径同步发力,依托自贸试验区先行先试政策,走出一条加工制造与跨境物流融合发展的对外开放新路。

走进综保尚铭(内蒙古)汽车有限公司(以下简称尚铭汽车)的标准化厂房,改装完毕的商务车、特种医疗车整齐排列,中巴车辆正在开展整备作业。这家于2024年正式入驻综保区并实现投产运营的企业,不仅填补了西北地区汽车生产再制造领域的空白,也是综保区产业生态日趋完善的缩影。

“落户综保区,直接打通了我们面向西北市场出口的堵点。”尚铭汽车总经理李会向记者介绍,此前,西北区域

缺少车辆本地化改装、整备出口基地,车辆需长途转运至异地加工,物流成本居高不下。现在,企业持有整车出口资质、高新企业认证等稀缺资质,依托综保区保税监管政策,车辆改装、仓储、报关全流程在园区内闭环完成,省去了跨区域往返运输。“2024年底项目全面投产,按照当前订单测算,2026年企业进出口额有望突破1.2亿元,整体产值超2.5亿元。”

尚铭汽车的整车及改装车出海,是综保区制造业与外贸融合发展的缩影。在此背景下,综保区持续拓宽物流通道,为更多中小企业“走出去”铺平了道路。

6月12日,内蒙古二连浩特铁路口岸,满载小家电的列车驶出境外,中欧班列“中通道”至此累计通行突破2.5万列。除中欧班列铁路运输外,公路运输也正在成为出境货物运输的关键力量。

7月1日,一辆满载跨境电商货物的卡车从综保区驶出,承担此次运营的是内蒙古寰易科技有限公司。据该公司总经理李同磊介绍,这是综保区首趟中俄跨境电商TIR卡班,车辆装载的是日用百货类跨境电商货品,线路起点就在综保区,从二连浩特口岸出境,途经蒙古国,最终直达俄罗斯莫斯科,单程累计

7300公里、用时约9天。“这也是综保区首趟将TIR国际公路运输模式与跨境电商9610零售出口模式相结合,由我们公司组织的公路货运,综保区、海关各部门给予了全力支持和配套保障。”

李同磊表示,本次发运的货物在综保区完成集货和申报,经海关查验施封后,持TIR证“一次申报、一证直达”莫斯科,全程无需换车、沿途免检,实现了“门到门”一站式交付。这一模式将跨境电商零售出口的通关便利与TIR国际公路运输的效率优势叠加,为本地及周边中小企业开辟了一条高效便捷的对外出口新通道。

综保区公路类和快递类两个海关监管作业场所的相继投用,为本次业务提供了关键硬件支撑。公路类场所于2024年11月通过验收,年通关吞吐量可达一万车次;快递类场所于2025年4月投用,配备专业机检CT设备和智能审图系统,单日最大处理量达一万件。两个作业场所实现了集货、申报、查验施封、放行全流程一站式作业,为“TIR+9610”模式落地提供了保障。

从尚铭汽车的高端改装出海,到“TIR+9610”物流通道的创新拓展,企业的微观活力汇聚成了综保区宏观经济的强劲动能。

“去年综保区进出口总额达107.88亿元,首次实现年内突破百亿元大关,同比增长25.85%,占全市外贸总额比重超四成,在全国综合保税区榜单中排名较上年提升11位。”综保区管委会经济发展局负责人刘亚楠介绍,2025年,综保区保税业务进出口占比提升至90%左右,实现从大宗贸易主导向保税业务主导的结构性转变。综保区工业总产值同比增长301%,产业支撑作用显著增强,保税加工、保税物流、跨境电商、国际贸易四大业态协同发展,构建起多元支撑的现代产业体系。

刘亚楠表示,在保税加工方面,综保区形成了贵金属加工、绿色农畜产品加工、制造业等主导产业。同时,保税物流通道拓宽,常态化开行中欧、中亚班列线路20条,2025年累计到发班列55列。综保区创新开展了全国首单中蒙俄返空车宽轨装车业务,发运首列62节车厢加长中欧班列,破解跨境运输痛点。刘亚楠说,立足“十五五”全新发展起点,综保区将充分释放制度创新、产业集聚、跨境物流叠加优势,以实体产业项目、物流改革创新、普惠外贸服务为抓手,持续筑牢向北开放产业高地,在服务构建国内国际双循环、助推全区外贸高质量发展进程中续写新的篇章。

优化离境退税服务

简化业务办理手续、助力异地业务互认、推进网上商店离境退税试点……国家税务总局日前发布通知,多措并举推动离境退税业务办理更加智能化、便利化,进一步提升境外旅客境内消费的离境退税服务。

■新华社发 王鹏 作

多措并举推动离境退税业务办理更加智能化、便利化

简化业务办理手续
助力异地业务互认
推进网上商店离境退税试点

国家税务总局发布通知

离境退税

消费场景的具身重构:技术嵌入、文化转译与社会接纳——呼和浩特文博消费新观察

2025年国家《提振消费专项行动方案》明确提出“深化线上线下、商旅文体健多业态消费融合,支持文博单位拓展服务项目,创新多元化消费场景,合理延长经营时间。”以“文博+体验”的消费形式已经成为文化传承的核心支点,产生明显撬动内需增长的作用。作为非传统顶级文博资源城市,呼和浩特既没有全国TOP级的顶流文博资源,也未投入超常规的数字基建资金,却实现了文博消费的指数级增长——2026年1—5月,全市各类文博场馆接待游客320.64万人次,同比增长51%。

内蒙古博物院跻身中博热搜2026年第一季度全国热门博物馆百强第37位,呼和浩特博物院“六馆一园”作为呼和浩特最具地区代表性的文博场馆跻身中博热搜2026年第一季度全国热门博物馆百强第55位,在全国市级博物馆榜单中位列第10位。这一反常识的增长背后,是一场覆盖技术、文化、社会层面的系统性具身场景革命:以数智技术为底层支撑实现感官维度的全触点延伸,以在地文化的当代转译完成历史与当下的价值对话,以多元主体的协同参与构建广泛的社会接纳生态,最终推动“到博物馆去”从被动的公共文化服务选择,转变为全民主动追求的生活方式。本文将从事具身消费理论出发,结合多个典型案例的深度剖析,梳理呼和浩特文博场景重构的实践逻辑,解析技术嵌入、文化转译与社会接纳三者的互动机制,为北方地区文博消费的高质量发展提供可资借鉴的样本。

一、文博消费场景具身重构的三维分析范式

“具身消费”是体验经济时代的核心研究范式。正如法国哲学家庞蒂所言,身体是人类认知世界的“原初媒介”,所有的意义生成都不是意识的抽象运算,而是身体在具体时空环境中通过感知、触摸、行动、互动完成的动态过程。将这

一理论投射到文博消费领域,可以推导出“场景具身度”的三个核心评估维度:

第一,技术嵌入维度:主要衡量数智技术对身体感官的延伸程度,核心判断标准是技术是否降低了不同群体的参与门槛;第二,文化转译维度:主要衡量文化符号向身体实践的转化程度,核心判断标准是消费者能否通过自身的行动参与文化叙事的生产;第三,社会接纳维度:主要衡量不同群体对文博场景的包容共享程度,核心判断标准是文博场景能否覆盖不同年龄、不同阶层、不同能力的群体。

三个维度并非线性递进关系,而是形成嵌套式耦合结构,技术嵌入维度为文化转译维度提供物质载体,文化转译维度为社会接纳维度赋予价值内核,社会接纳维度为前两者提供持续的生态支撑,共同完成文博消费场景的完整具身重构。呼和浩特的实践,正是这一理论框架的典型落地样本。

二、技术嵌入:感官的空间解域与具身解放

中国社会科学院文化研究中心副主任张晓明在《数字文博的本质转向》中指出:“过去很多地方做文博数字化,把钱花在了采购最先进的VR头盔、最大尺寸的互动屏幕上,最后却做成了脱离文化内核的‘科技秀’。真正的技术嵌入,从来不是用冰冷的数字设备替代观众的身体感知,而是延伸人的感官边界,让观众的身体能够直接接入历史场景,最终实现‘身体在场’的深度文化体验。”呼和浩特的文博技术应用就是完成文博空间的“解域化”改造,用数字技术打破物理空间的束缚,让身体从展厅的固定动线中解放出来,获得前所未有的行动自由与感知维度,实现不同需求消费者的具身技术嵌入。

典型案例1:夜间文博场景的系统性打造

针对传统文博场馆“朝九晚五”的

开放时间与市民工作时间完全错配的痛点,呼和浩特全市文博场馆普遍推行延时开放政策,用灯光技术、光影演艺重构夜间文博空间的感官属性:五塔寺博物馆的“塔影星辉”花灯游园,把石刻天文图的星象元素做成花灯,游客可以亲手点亮星空灯,用天文望远镜观测星空,在塔影下对照着辨认星图,把古代天文学知识转化为指尖的温热体验,让游客完全沉浸在文化氛围里。

典型案例2:文博空间的跨边界延伸

呼和浩特推出的“文博进商圈”模式,用数字连廊打通内蒙古博物院与东客站商圈的物理空间,把文博场景从博物馆的围墙里直接延伸到商业街区:非遗手作体验、国风集章打卡沿着商圈的消费动线依次排布,游客不需要中断自己的逛街节奏,就能随时接入文博体验。2026年元旦期间,这一模式直接带动东客站商圈客流突破22万人次,技术搭建的无缝衔接场景,让“延展一逛街”成为连贯的身体体验,彻底消解了文化空间与商业空间的二元对立。在这里,技术不再是用来展示的“展品”,而是成为连接不同场景、解放身体行动的隐形纽带,让文博体验可以自然地融入市井的日常休闲轨迹之中。

这种技术逻辑始终以普通消费者的身体感知为核心,让技术服务于体验,而非反过来让消费者适应技术。这为后续的文化转译打下了坚实的普惠基础。

三、文化转译:在地文化的具身化生产与价值转化

中国人民大学文化产业研究院院长向勇在《民族文化转译的地性原则》中强调:“民族地区转译,最核心的原则是‘向内扎根,向外生长’——向内在扎根本土文化的活态根脉,尊重本地人的集体文化记忆;向外要对接当代人的日常消费语境,让厚重的历史文化自然融入当下的生活,绝

对不能做脱离本土根脉的‘文化嫁接’。”呼和浩特始终坚持“在地性优先”原则的文博实践,正是这一理论的鲜活落地样本,避免了千篇一律的国潮同质化表达。

典型案例3:叙事层面的转译,实现了宏大历史的微观具身化落地

经过两个月的筹备,7月14日昭君博物院正式开启夜游经济,于18:00—21:30推出夜游行浸剧《敕勒长歌·昭君》,包含灯光光影秀与实景演绎,演员沿着园区的步道行走演出,观众身临其境进行感受,可以跟着队伍一路前行,中途还能加入互动环节,在全程的行走与参与中,直观感受到民族交往交流交融的厚重历史,同步引进的商业业态目前已线上售出1000多张“早鸟票”;将军衙署博物馆推出的“探秘绥远城”沉浸式情景剧与真人NPC巡游,游客可以跟着清代衙署的“官员”一起走完升堂、议事的完整流程,亲手触摸复刻的清代官服、衙署器物,在身体的行动中读懂将军衙署的历史沿革。

典型案例4:产品层面的转译,实现了文化记忆的可携带化延伸

呼和浩特专门设立文化创意研究部,打造“文创青城”核心品牌,其文创开发逻辑跳出了“文物图案复刻”的传统路径,围绕消费者的日常具身场景进行设计:呼和浩特博物馆依托“至于臻美——广珐琅特展”,推出纹样彩绘、珐琅填色等手工体验,游客可以亲手在金属胎上填上珐琅釉料,把自己亲手做的小珐琅牌带回家;五塔寺博物馆打造的“风铃香集”手作集市,设置了图布秀尔弹唱、捏面人、剪纸等六项非遗技艺的互动体验区,游客可以跟着非遗代表性传承人亲手做一个面人、剪一张窗花;“文博六宝”系列将馆藏文物“转化”为日常使用的文具、配饰,“公主有礼”系列文创亮相CCTV《国宝·发现》节目,萌态化的烧麦公仔“nia麦麦”、搏克勇士

造型的生活周边,让文博体验的记忆可以被消费者随身携带,在后续的日常使用中不断唤醒当时的具身体验,实现了文化消费价值的长尾延伸。

这种转译模式完全契合文化消费的情感价值逻辑,让文创产品从普通的旅游纪念品升级为承载城市文化记忆的社交符号。

四、社会接纳:场域扩容下具身实践驱动的全民文化共识生成

北京大学文化产业研究院副院长陈少峰在《文博消费的长期增长逻辑》中强调,“文博消费的可持续发展,不能只靠文旅部门单方面推动,必须构建政府、市场、市民群体多方协同的生态体系,让不同年龄、不同需求的群体都能在文博场景中找到属于自己的位置,才能形成真正广泛的社会接纳,而不是靠单次网红活动制造的短期流量泡沫。”呼和浩特的文博产业发展,正是沿着这一逻辑逐步推进,构建起了极具韧性的全民参与生态。

典型案例5:第三届公主府桃花游园会的全民参与实践

第三届公主府桃花游园会以“春日来信 桃你欢心”为主题,深度融合自然景观与清代府院文化,打造了全群体适配的具身体验体系:针对年轻群体设置了NPC古风巡游、汉服演绎、古典器乐演奏等国风场景,吸引大量古装爱好者自发前来打卡传播;针对亲子家庭设置了非遗手作体验、桃花主题DIY等互动项目,让孩子在动手过程中感受传统民俗;针对老年群体设置了乌兰牧骑文艺演出、古典民乐专场等低强度观赏内容,契合老年群体的文化偏好。游客在桃花纷飞的古府中行走体验,真正实现了“可看、可玩、可感、可藏”的全维度文化体验,活动期间游客量近两万人次。

从这个案例可以清晰看到,呼和浩特的文博场景已经不再是文博机构单方面提供的公共文化产品,而是所有市民共同参与创造的公共文化空间,不同群体都能在这里找到属于自己的体验方式,文博消费彻底跳出了小众圈层的限制,成为全民共享的生活方式。

这种新型消费文化的生成,也带来了显著的正向社会溢出效应:2026年“五一”假期,呼和浩特33家重点文博场馆共接待观众53.87万人次,同比增长58.41%,文博消费不再是撬动经济增长的短期流量工具,而是成为凝聚城市文化认同、弥合不同群体阶层差异的核心公共纽带。

呼和浩特的文博消费具身重构实践,为我国内陆地区的公共文化服务升级提供了极具参考价值的样本。它证明文博消费高质量增长的核心逻辑始终是“以身体为中心”:用技术解放身体的行动自由,用文化转译让历史适配当代的身体体验,用多元参与构建全民共享的具身实践生态。当越来越多的人在呼和浩特文博空间里自由行走、亲手触摸、深度共情时,文博场馆自然就留下了他们的身体记忆:春天在公主府的桃花树下穿汉服游园,夏天在大召的夜色里看威亚秀,秋天在丰州城遗址徒步研学,冬天在文博场馆里听文物背后的故事。这样,文博场馆就不再是一座座孤立的建筑,而是成为串联起人们共同记忆的文化纽带;收藏在博物馆里的文物、书写在古籍里的文字、流传在大地上的民族文化,也不再是遥远的历史符号,而是真正融入了人们的日常之中。

这种基于身体实践的文化认同,远比书本上的知识灌输更加深刻,最终会转化为整个城市的文化凝聚力,也让文博消费获得了源源不断的内生增长动力。

(作者系中共呼和浩特市委宣传部副研究馆员 白文清)

以真金白银增强消费动能

●曹金华