



近日，安徽省利辛县执法人员对辖区内特种设备进行检查，确保群众出行安全（耿伟伦、张健民供稿）

要闻资讯 TRENDING NEWS

04 市场监管要闻

本期话题 FOCUS TOPIC

从集聚到赋能：国家广告产业园区的升级之路

06 引领产业升级 赋能区域发展 打造广告产业高质量发展战略高地 | 市场监管总局广告监管司

09 数启新程 雁阵聚势 园区发展建设规划与生态发展路径 | 上海市市场监管局

11 聚焦园区发展 绘就数字广告产业新蓝图 | 北京市朝阳区市场监管局

13 产业集聚 链式协同释放生态活力 | 南京国家广告产业园区

15 打造城市广告青年“梦工厂” 书写广告业“产才融合”鲜活样本 | 福建海西国家广告产业园区（泉州园片区）

局长论坛 DIRECTOR'S VIEW

18 全面深刻准确把握市场监管面临的新形势 扎实推动“十五五”市场监管工作开好局起好步 | 郑立伟

树立和践行正确政绩观

20 推进“三项”工程 实现“十五五”镇江市场监管工作良好开局 | 杨益斌

商事登记 COMMERCIAL REGISTRATION

促进个体工商户发展

22 高位谋划 扎实推进 构建个体工商户跟踪监测体系 | 四川省市场监管局个体经济发展处

24 推行港澳来珠开办企业“一件事” 助力湾区注册一体化落地见效 | 广东省珠海市市场监管局

25 便民惠企 打造15分钟生活服务圈 | 蒲杨 周萍

市场监督管理

市场监督管理工作指导综合性期刊

主管 国家市场监督管理总局
主办 中国工商出版社

创刊于 1953 年

2026 年第 7 期 总第 1428 期
出版日期 2026 年 4 月 1 日

总编辑 李轶群
副总编辑 洪丹 张力伟

编辑部主任 李程
编辑部副主任 田英
期执行编辑 王颖坤
采编 杨茜麟 屈午阳 张可 刘美晨
王颖坤 程丹丹 薛宁 洪海
美编 曹彦

出版 《市场监督管理》编辑部
本刊地址 北京市丰台区丰台东路 58 号人才大厦 7 层
邮政编码 100071
编辑部电话 010—63731078
投稿邮箱 work@byaic.cn
图片投稿 tupian@byaic.cn

发行单位 中国工商出版社
发行方式 自办发行
发行部电话 010—63735995 010—83616859
传真 010—63711281 010—83610373
广告部电话 010—63722678
传真 010—63722058

印刷 北京盛通印刷股份有限公司

国际标准连续出版物号 ISSN 2096—6563
国内统一连续出版物号 CN 10—1618 / F2

定价 20.00 元



反垄断和公平竞争政策 ANTITRUST AND FAIR COMPETITION POLICY

28 公平竞争审查制度框架下的招商引资机制优化研究

| 朱磊 张寿松

价监竞争 PRICE REGULATION & COMPETITION ORDER

30 企业数据与商业秘密保护的江苏实践

| 朱益俊

网络监管 ONLINE TRANSACTION REGULATION

32 平台规则中“显著方式提醒”与“重大利害关系”应如何理解？

| 杜东为

消费维权 CONSUMER RIGHTS

34 法治护航消费 维权更有保障

——《市场监督管理投诉举报处理办法》解读 | 谢龙

广告监管 ADVERTISING REGULATION

37 直播广告的认定探讨

| 谢旭阳

数说 IN NUMBERS

39 数说脑机接口产业链

| 本刊编辑部

队伍和文化建设 TEAM BUILDING & CULTURAL CONSTRUCTION

41 AI 构建立体化政务服务生态 双向赋能技术革新和作风建设

| 朱玉洁 袁峥

探索思考 EXPLORE

42 创新“微案易办”模式：构建轻微违法快速处理新机制

| 田永洁

44 消费纠纷中司法裁判与行政履职的路径平衡

——以章某诉某茶企标签纠纷案为样本 | 邓晓杰 王希武

产品质量 QUALITY OF PRODUCT

- 46 从“三强”看甘肃的质量强省路径 | 姚皓焜
48 聚焦赋码溯源 构建工业产品质量追溯体系
| 黄金涛 柯贤志 杜兴隆

认证检测 CERTIFICATION & TESTING

- 50 重塑改革激活力 检测赋能助发展 | 杜奇 宋彦臣

标准化 STANDARDIZATION

- 国家标准化创新发展试点地方探索
52 聚力试点建设 强化标准赋能
奋力谱写全国标准化创新发展“龙江篇” | 安虎贲
54 “专标融合”有力赋能龙江高质量发展
| 林淑英 钟宝辉 王学生 马冀
56 “九珍十八品”团体标准实践与探索
| 桑惊鸿 徐宇飞 郑永军 王剑非

食品药品 FOOD AND DRUG

- 58 “互联网+AI明厨亮灶”网上巡查监管的实践与探索
| 吴杰鹏 朱小玲
60 组建风险评估员队伍 提升食安隐患排查防控能力
| 黄煜 黄珊珊
62 浅谈《食品安全法》第一百二十六条“情节严重”违法行为的叠加
处罚 | 周子琪 李林 朱可嘉

所里的事 IN THE GRASSROOTS OFFICE

- 64 经营主体商事纠纷处置“三步法” | 单士军

基层动态 BASIC LEVEL DEVELOPMENT

- 66 江苏南通海门区 / 河南南乐 / 广东德庆 / 云南南华 / 甘肃镇原 /
新疆吐鲁番等6条

执法实务 LAW ENFORCEMENT

- 68 例析跨区域侵犯商业秘密案的执法难点与破局
| 杨杰 朱雪良 徐涵力
70 外卖处方药能否由在线药师审单? | 黄功允



近日，青岛市市北区市场监管局开展食品安全“你点我检 服务惠民生”进校园专项抽检工作
(薛琦供稿)



3月23日，湖北省竹山县市场监管局宝丰市场监管所执法人员对辖区内小学特色课材料进行检查，严把材料质量关
(朱本双、陈文、熊兵供稿)



近日，湖南省凤凰县市场监管局城郊市场监管所开展“3·15”消费维权专项执法检查行动
(田静、吴婷供稿)

市场监管总局召开行风建设三年攻坚总结暨执法队伍“清风铁纪”教育整顿专项行动动员部署会

3月13日，市场监管总局召开行风建设三年攻坚总结暨执法队伍“清风铁纪”教育整顿专项行动动员部署会。总局党组书记、局长罗文出席会议并对今年市场监管执法队伍“清风铁纪”教育整顿专项行动进行部署。总局党组成员、副局长孟扬主持会议。总局领导林国耀、束为、白清元、邓志勇出席会议。会议认为，行风建设三年攻坚专项行动启动以来，全系统锚定“排查治理、深化拓展、巩固提升”三个阶段的目标任务，推动行风建设取得显著成效，全系统作风面貌持续向好、监管效能大幅提升、群众满意度不断提高。

市场监管总局举办“树立和践行正确政绩观”青年论坛

3月20日，以“树立和践行正确政绩观，市场监管青年在行动”为主题的第二十期市场监管青年论坛在北京举办，旨在深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，认真落实树立和践行正确政绩观学习教育有关要求，发挥“新人苑”人物示范作用，激励广大市场监管青年担当作为，在推动市场监管事业高质量发展

中当好主力军和先锋队。

全国质量强企经验交流现场推进会在海南文昌召开

3月18日，全国质量强企经验交流现场推进会在海南文昌召开。会议全面学习贯彻党的二十届四中全会和全国两会精神，认真落实《质量强国建设纲要》要求，总结交流质量强企实践经验，研究部署下一阶段重点工作。市场监管总局党组书记、局长罗文出席会议并讲话，海南省委副书记、省长刘小明出席会议并致辞，市场监管总局党组成员、副局长，国家标准委主任邓志勇主持会议。

市场监管总局部署开展网络食品安全合规提质系列行动

为进一步压实网络食品交易平台及入网经营者主体责任，即日起，市场监管总局部署开展网络食品安全合规提质系列行动。行动期间，将针对直播带货食品、网售食品、保健食品、网红食品等突出问题开展专项整治，加大对假冒伪劣、以次充好等问题食品的监管执法力度，推动网络交易平台联合签署自律公约，强化跨区域、线上线下协同监管，实现食品安全源头可追、风险可溯。

市场监管总局就《网络销售重点工业产品清单（2026年版）（征求意见稿）》公开征求意见

为加强网络销售重点工业产品的质量安全监管，市场监管总局组织编制了《网络销售重点工业产品清单（2026年版）（征求意见稿）》（以下简称《清单》），自3月26日起至4月26日公开征求意见。本版《清单》共有85种产品，以实施工业产品生产许可、强制性产品认证的工业产品以及涉及人身健康和生命财产安全且有强制性国家标准要求的工业产品为基础。

市场监管总局部署各地从严治理酒类产品突出问题

近日，市场监管总局部署各地市场监管部门开展酒类产品突出问题综合治理工作，严厉打击酒类产品违法违规行为，切实保障人民群众饮食安全和消费权益。此次治理聚焦五大重点：一是制售假酒、甲醇等致误饮中毒等行为；二是食用酒精勾兑冒充固态法白酒、原酒等产品；三是超范围超限量使用食品添加剂或非法添加非食用物质；四是侵犯知识产权、冒用质量标志等；五是标签虚假宣称、假借“特供”等名义虚假宣传。

从集聚到赋能： 国家广告产业园区的升级之路

在数字经济与实体经济深度融合的今天，广告产业的角色早已超越了传统意义上的“传播者”，进化为连接品牌、技术、文化与消费的核心枢纽，广告产业园区的角色也随之发生质变——它们不再是简单的“企业容器”，而是区域经济的价值放大器与创新策源地。

自2012年开启国家广告产业园区建设工作以来，各地党委政府、市场监管部门将园区发展作为支持广告产业发展的重要抓手，为园区发展提供政策、信息、资金、技术等方方面面的支持，创造了良好环境。各园区立足广告主业、辐射地方经济，在探索和创新中国特色广告产业发展路径和模式方面作出了积极努力。

在“十五五”发展规划的开局之年，本刊特策划专题，约请市场监管部门以及相关园区撰稿，客观回顾和总结国家广告产业园区的建设成效和发展经验，为推进国家广告产业园区实现高质量发展提供有益参考。



引领产业升级 赋能区域发展 打造广告产业高质量发展战略高地

文 | 市场监管总局广告监管司



扫码查看
国家广告产业
园区发展历程



扫码查看国
家广告产业
园区分布图



扫码查看国
家广告产业
园区一览表

广告产业是服务品牌建设、激发消费潜力、畅通经济循环、增强经济活力的重要引擎。促进广告产业高质量发展，是支撑国家战略实施、构建现代化产业体系、增强文化自信的内在要求。作为政府与市场协同作用的平台，广告产业园区是市场监管部门落实党中央、国务院决策部署、促进产业提质升级的重要支点，也是统筹有效市场与有为政府的创新实践。从广告产业园区试点到国家广告产业园区建设，经过十余年的发展，目前已经形成覆盖我国京津冀、长三角及长江中游城市群、大湾区、东北、西南、东南等各主要经济区域的30个国家广告产业园区及60余个省级园区，有效实现了广告产业的资源聚集、业务联动和价值升级。

明确功能定位 打造战略高地

国家广告产业园区是推动广告产业高质量发展的重要战略部署，以空间集聚为基础、价值提升为核心、国际拓展为方向、服务实体为使命，着力构建四大核心功能：

以园区为载体，塑造产业集聚高地。针对我国广告产业面临的“小散弱”问题，国家广告产业园区建设初衷在于促进广告产业集聚化、专业化发展。通过政策引导和市场机制，推动广告产业链上下游企业及相关配套产业在空间高效集聚，进而实现产城深度融合。例如，北京园区积极打造全国广告产品交易中心、优势广告企业聚集中心等“五个中心”，显著提升产

业能级并将影响力辐射至整个京津冀地区。

以园区为平台，打造价值共创生态。依托区域内高校、研究机构等核心资源，构建“产学研用”深度融合的协同创新生态；通过知识共享与资源互补，加速创新成果向市场转化，实现多方主体协同增值。例如，广州园区依托广州美术学院专业优势，建设“人才培养与交流平台”“影视后期制作中心”等公共服务平台，成功确立了其作为华南地区创意设计核心孵化器的地位。

以园区为桥梁，建设国际协作网络。立足全球经济一体化背景，充分发挥广告作为文化交流与全球传播载体的天然优势，积极利用自身地缘、业务和文化影响力，深度融入国际广告协作网络。例如，福建海西园区依托“一带一路”倡议及福建海丝核心区平台，持续深化与东南亚、东盟各国媒体及广告界的交流协作。

以园区为枢纽，贯通服务实体通道。通过汇聚创意设计、品牌营销、数字传播等高端专业能力，主动对接服务区域支柱产业与特色经济，成为广告赋能实体经济发展的关键节点。例如，南京园区数字营销企业为南京汽车集团定制AR展厅解决方案，通过虚拟现实技术提高新能源车线上曝光率，带动线下订单增长35%。

多维发力推动 彰显更大作为

十余年来，市场监管总局与国家广告产业园区所在地党委政府、市场监管部门、园区运

营和管理机构协同发力，积极研究探索激发园区内生动力、促进园区创新发展的有效路径，推动国家广告产业园区健康可持续发展，服务地方经济社会发展。

总局完善顶层设计，实施“四维加强”举措。一是加强顶层设计，完善工作制度。发布《“十四五”广告产业发展规划》，支持国家广告产业园区提质增效；科学编制广告产业发展指数，引导园区发展注重量质齐升；制修订《国家广告产业园区管理办法》，进一步规范国家广告产业园区管理。二是加强动态管理，规范园区考核。持续完善园区考核评估指标，引导园区始终把社会效益放在首位，实现社会效益和经济效益相统一，并采用“双随机”方式组织现有国家广告产业园区开展抽查考核。三是加强经验交流，促进互学互鉴。不定期组织国家广告产业园区交流会议，开展国家广告产业园区集体调研座谈，推动国家广告产业园区比学赶超。四是加强党建引领。指导园区持续推进“两个覆盖”，把支部建在产业链上、党员聚在产业链上、服务强在产业链上；以党建服务园区有效治理，指导园区加强合规管理建设，持续完善公共服务体系和专业服务平台，打造党建品牌；以“党建链”赋能“产业链”，全力推进园区党建与产业发展同频共振、融合互促。

地方多元实践，探索特色化发展路径。一是着力提供政策引导、资金扶持和后勤保障“三位一体”扶持举措。天津滨海、重庆、长沙等大多数园区将政策、资金和后勤作为基础公共服务保障，增加入驻企业黏性。二是主动融入实体经济发展。园区凭借汇聚的创意设计、营销策划、传播渠道等专业资源，推动广告产业与支柱产业、重点产业融合发展。如烟台园区围绕苹果、葡萄酒、大樱桃、红薯等地方特色农产品，与行业协会、企业加强合作，开发“烟台苹果”玩偶、明信片等相关文创产品，扩大宣传推介。三是赋能特色产业。为避免园区发展模式和建设重点同质化、简单化，各地园区

紧密结合地方特色产业，形成园区特色化发展路径。如山东省依托国家、省级多个广告产业园区，建立“海洋文化”“齐文化”等主题的公益广告创新研究基地，不但实现了齐鲁文化资源的深入挖掘和园区赋能，还实现了国家园区带动省级园区协同发展的良性生态效应；怀化园区以广告赋能“非遗”创意，全年持续指导园区企业原创设计和生产上百件文创产品，推动“手工生产生态—工业生产生态—智能生产生态”的非遗文化创新生态建设，扩大少数民族非遗文化的影响力。四是服务区域品牌。园区通过资源集聚、创新协同为区域品牌发展提供全方位支持。如昆明园区联合云南省广告协会、云南民族大学、上海市广告协会、上海大学共同成立沪滇广告与品牌联合研究与协同促进中心，推动“云品入沪”，助推“云品”品牌化进程。

建设成效显著 服务能级跃升

经过持续深耕发展，国家广告产业园区已成为推动广告产业高质量发展的重要载体，在服务国家战略和区域经济中发挥关键支撑作用。

产业集群效应加速显现。截至2025年底，全国30个园区共入驻企业3万余户，其中广告及关联产业企业近2万户。全年实现广告业务收入约2200亿元。多个园区形成特色产业链，如温州园区依托温州眼镜产业带优势，举办眼镜高峰论坛、全球国际眼镜展，形成“广告+眼镜”产业融合发展的特色产业链；成都园区广告及关联企业占比达98%，覆盖创意设计、数字科技等全链条领域。

区域服务效能持续深化。园区布局覆盖全国核心经济带，各园区充分发挥广告产业特征优势，主动服务当地主导产业、优势产业、特色产业。例如，吉林园区搭建“吉林品牌馆”等公共服务平台，为“吉致吉品”等吉林特色品牌提供专业广告服务，建立“吉林品牌出海基地”，

围绕人参、鹿茸等特色资源举办32场品牌创享活动；武汉汉阳造园区联合园区重点规上文化企业、非遗单位、政协文史委员，系统梳理区域历史文脉、文化IP等文化资产，建成了数字化“区域文化基因库”，为广告创意提供源源不断的灵感素材；潍坊园区积极引导“链主”企业开放庞大的媒体资源与客户渠道，形成了以电梯媒体为核心的特色产业集群，极大提升了区域内广告资源的配置效率与整体服务能级。

国际化拓展取得突破。各园区积极构建多层次国际化体系，稳步提升国际竞争与合作水平。例如，上海中广国际园区通过国际广告节签署中英、中泰合作协议，引进首家泰国广告企业；昆明园区设立泛亚影视译制基地，在柬埔寨、缅甸建立小语种中心，合资运营老挝译制片厂；南京园区入驻企业联合智能电网设备制造商开发工业动画广告，精准触达海外能源客户，助力企业出口额提升22%。

技术创新引领产业变革。前沿技术与广告产业加速融合，驱动产业能级提升。例如，福建海西园区探索“数字人IP+广告”融合生态，积极布局元宇宙领域；常州园区入驻企业自主研发“渲云”高性能渲染平台，将云计算模式引入3D渲染，为从事数字内容创意的企业提供可在线提交、自助渲染、实时监控与自动下载的自助式云渲染服务；长沙园区引入强大算力底座，形成了“天翼云”“城市云”两多云优势互补格局，为文化广告企业提供强大算力、存储支撑；重庆园区经过持续研发与流程优化，成功建立起一套国内领先的人工智能生成内容(AIGC)影视内容制作管线，显著增强了园区在影视制作领域的核心竞争力。

专业服务生态特色凸显。各园区着力构建广告产业专属服务体系。例如，上海中广国际园区每年开展50余场行业合规培训，强化行业枢纽功能；无锡园区建立覆盖投融资对接、全媒体传播支持等领域的定制化服务矩阵，精准匹配企业成长需求。这些特色化平台共同构建起支撑广告产业创新的专业服务生态。

创新赋能发展 深化协同共进

为持续激发国家广告产业园区创新活力与发展动能，更好服务广告产业升级和区域经济高质量发展，下一步，市场监管总局将持续推动国家广告产业园区提质增效、实现新突破。

一是聚焦制度优化与规划引领。加快出台关于大力促进新时代广告产业高质量发展的宏观政策，强化园区功能定位与区域经济协同；完善国家广告产业园区评估体系，突出价值引领与服务实体导向，聚焦“双效合一”与价值链延伸，适时修订管理制度，以更好适应新时代发展要求。

二是聚焦资源整合与协同共生。鼓励国家广告产业园区与头部企事业单位、区域内其他广告产业集聚区深化合作，探索建立优势互补、资源共享的“伙伴园区”机制。支持协同效应显著的伙伴园区按需优化发展规划，实现“1+1>2”的协同效应。支持园区规范承办有影响力的行业活动，打造前沿交流平台，提升品牌能级与辐射力。鼓励并支持园区联合高校、智库承接广告数字化转型、AI应用、文化出海等前瞻性研究课题，强化创新策源与智力支撑。

三是聚焦服务升级与能力提升。深入开展“送专业服务进园区”活动，引入外部智力为园区发展精准赋能。面向园区企业推广“广告云课堂”等优质数字化培训资源，助力降低培训成本，全面提升从业人员专业素养、法律意识与实践能力。

当前，我国经济社会发展进入转型升级深化期、高质量发展新阶段，品牌建设已成为发展区域经济的重要驱动力，也是提振消费的重要途径。广告产业园区应当积极回应区域经济社会发展需求，持续提升专业能力，主动服务品牌战略，与所在地区特色产业、优势产业融合发展，在助力区域品牌建设和推动中国品牌“走出去”的过程中不断发展壮大，在中国式现代化建设中彰显更大作为。

责任编辑 / 田英

数启新程 雁阵聚势 园区发展建设规划与生态发展路径



扫码查看《上海市数字
广告业高质量发展政策
清单》3.0版

文 | 上海市市场监管局

2008年，嘉定区率先创建中广国际广告园区；2012年，该园区被认定为全国首批国家广告产业园区，成为上海广告产业集聚首发地。“十四五”以来，上海市、嘉定区政府分别出台14项市级政策和13项区级文件，突出鼓励支持广告产业集聚内容，为园区发展指明重点方向。

战略转型启新程：锚定数字经济新赛道

从战略定位看，上海市将广告产业园区建设纳入“城市数字化转型”和“国际数字广告之都”建设的整体框架中。2021年，上海市市场监管局出台《关于推动上海市数字广告业高质量发展的指导意见》，明确推动园区数字化转型发展。2022年，上海将“数字广告”纳入新兴行业目录。在市政府支持下，由分管副市长担任召集人的工作协调机制成立，31个成员单位共同推进广告产业发展，使广告产业蝶变为数字经济核心产业，获得了更广阔的发展空间和更大力度的政策支持。

依托协调机制，上海市局征集汇编各成员单位出台的产业政策中惠及广告业的内容，连续三年发布《上海市数字广告业高质量发展政策清单》，其中3.0版特别新增产业生态版块，连同资金支持、税费减免、人才激励、鼓励创新共5大类41项政策，形成集成式政策红利，覆盖企业全生命周期，体现了制度设计的系统性和连续性。针对产业新兴领域，2025年专题制发“AI+广告十二条”支持政策，专项推进AI模型开发赋能广告生成与投放，鼓励园区优化布局加强对接，推动“AI+数字广告”生态集聚。

针对产业发展项目，2025年上海推出1亿元的广告业专项支持资金，引导带动产业高质量发展。经上海市局向协调机制成员单位市发展改革委推荐，园区于2023年申报并入选上海市服务业创新发展示范区，入驻企业可优先享受配套资金支持。上海市局还落实广告业恢复发展支持资金1.97亿元，园区企业受惠411万余元；与嘉定区政府签订战略合作协议，设立园区工作指导站，为园区提供驻地服务。通过发挥机构改革后大市场监管系统的综合优势，上海市局还在园区试点数字广告经营主体集中登记地制度；推动标准化建设，经嘉定区局推荐，园区“数字广告园区服务标准化试点”于2024年入选上海市标准化试点项目，2025年通过验收，为全市广告产业园区的标准化建设提供了示范标杆。近年上海市局还指导园区与上海大学合作课题，协助上海市广告协会成功注册含有数字广告的证明商标，推动技术创新深度融入广告业发展。

空间布局成雁阵：构建梯度发展新格局

从空间布局看，上海市局于2026年再次修订《上海市广告产业园区管理办法》，完善了市级园区建设和管理制度，现已建成“1+3+12”的雁阵型园区发展格局，形成以国家园区为引领、市级园区为支撑、区级园区为基础的三级架构。2025年单园营收达125亿元，较2012年认定时的48亿元增长1.6倍。普陀、青浦、徐汇3个市级园区分别聚焦数字全链路、长三角一体化和AI智能化方向，12个区级园区围绕地方

产业形成“一区一特色”联动发展。从国家级到区级的园区梯度布局，为不同规模、不同发展阶段的广告企业提供了适宜的成长空间。上海市局多次牵头召开园区交流座谈会，发挥国家广告产业园区的经验输出带动作用，形成专业化分工与差异化协同，有效避免同质化竞争，提升产业整体带动效能。

区域协同拓版图：构建开放发展新磁场

依托上海地处全球东西交汇点的区位优势，上海市局近年积极推动全球化合作交往，在全国率先并连续五年将广告业纳入《上海市服务贸易促进目录》，推动广告企业跨境服务，其中11户次获225万元出海资金支持。指导中广国际园区深度参与中国国际广告节暨亚洲广告大会。依托上海国际广告节平台，主办“品牌×广告”协同赋能沙龙暨产业链联盟系列活动，主动融入行业发展大局，搭建国际国内交流合作平台；园区2022年与英国广告出口集团达成定向合作，2024年举办“中英数字广告合作交流论坛”，促成英国广告出口集团驻中国联络处落户园区，中英

合作从意向签约迈入实质运营。该案例助力上海广告跨境服务入选国务院服务贸易发展部际联席会议办公室印发的第三批全面深化服务贸易创新发展试点“最佳实践案例”。通过“中泰广告业合作签约双向赋能”，泰国顶尖创意公司Yell成为首家进入中国市场的泰国广告企业。该案例成功入选2025年上海市数字广告业高质量发展创新案例。

贯彻“长三角一体化发展”国家战略，上海市局还指导园区主办长三角广告一体化发展论坛（园区专场）并成立促进会，参与长三角文博会，推动与川渝地区开展东西部广告行业战略合作签约，助力构建长江经济带东西协作新格局。

面对“十五五”规划新要求，园区已制定《高质量转型发展三年行动方案（2026—2028）》，将“推动实体经济与数字经济深度融合”“培育壮大新质生产力”作为核心任务，加速向“专业化、数字化、平台化”新范式升级，打造“国货品牌数字化赋能新高地”。围绕“月月有活动，季季有亮点，年年有影响力”目标，形成“常规活动+标杆活动”立体化矩阵，构建“园区搭台、协会指导、企业唱戏、机构服务”的开放式生态，进一步推进园区转型升级。

上海各级广告产业园区的实践印证了“战略引领—政策赋能—生态培育”的发展逻辑：通过将广告业纳入城市数字化转型主战场，率先获得数字经济制度创新红利；依托梯度园区体系构建产业“跨圈生态”，实现上下游企业融通发展；创新“广告+”赋能模式，使现代服务业与先进制造业产生乘数效应；打造国际资源要素平台+区域协同联动平台，构建开放合作网络，服务国家战略大局。



园区外景

责任编辑 / 刘美晨