

# 省市政策叠加发力、主题活动密集落地 端午假期四川消费市场热力十足

2026年端午小长假(6月19日至21日),四川省统筹“蜀里安逸”消费券、有奖发票等多重政策激励,同步举办“清凉消夏”消费促进活动,持续创新多元消费场景、丰富夏季消费市场供给,推动商文旅体深度融合,消费市场平稳有序运行。

据四川省商务厅监测,全省550家重点商贸流通企业累计实现销售额(营业额)20.3亿元,同比增长1.3%,高于全国0.84个百分点。其中,421家零售企业实现销售额14.7亿元,同比增长1.3%,高于全国0.7个百分点。

银联商务大数据监测,全省线下消费笔数1.02亿笔,同比增长7.6%,线下共发生消费金额344.4亿元,同比下降2.3%,扣除同期以旧换新高基数,线下消费额同比增长3.5%。

## 省市政策叠加发力 大宗消费提质增效

全省构建省级政策托底、市(州)配套加码、商家让利联动的惠民补贴体系,以有奖发票、汽车消费券、以旧换新三大政策激活大宗商品消费。

省级有奖发票陆续实施。全省统筹资金4亿元,各市(州)配套超亿元投入有奖发票活动。截至6月20日,9个市(州)上线有奖发票活动,吸引3万人参与,上传发票9.2万张,发票金额2.2亿元;中奖发票2.5万张,发放奖金216万元。

汽车消费券精准投放。省级投入1.5亿元汽车专项补贴,各地配套购车福利。成都投入2.5亿元汽车消费奖励,预计拉动汽车消费75亿元;攀枝花发放400万元“蜀里安逸”汽车消费券,车企门店客流提升15%、成交量上涨10%;眉山、内江等地车企推出端午购车直降、旧车免费评估、新能源车延期充电权益等优惠措施。

持续推进消费品以旧换新。各地抢抓夏日消暑刚需,叠加满减立减、免费安装等优惠举措,激发大宗消费潜力。截至6月20日,全省消费品以旧换新申请量945.1万件,拉动消费631.2亿元,补贴金额62.8亿元。

## 主题活动密集落地 线上线下消费攀升

全省启动“清凉消夏”消费促进活动,各地围绕“夏品·购、夏栖·享、夏趣·潮、夏尝·味”四大主题,抢抓“618”消费节点,深挖端午民俗、城市特色IP,线上线下联动开展超百场消费促进活动。

线下商圈、场景特色活动多点开花。成都打造端午国潮消费周,32场重点活动吸引客流260.2万人次,实现营收2.1亿元,215条特色商业街吸引客流898.3万人次,实现营收15.4亿元。遂宁主会场同步开展第四届川渝(遂宁)啤酒龙虾狂欢季,配套音乐盛典、文旅消费季等活动。内江启动大千盛夏消费季,90

余场主题活动覆盖87个商业街区,特色消费场景累计吸引客流20万人次,带动消费2000万元。

线上渠道多点发力。各地依托抖音、快手、支付宝、本地生活平台搭建端午线上促销矩阵,直播带货、即时零售、线上消费券协同发力。据映潮大数据显示,端午节期间全省网络零售额167.2亿元,同比增长9.8%,其中服务型网络零售额同比增长10.6%。

## 美食消费持续升温 延长夜间经济消费链条

假日期间,家庭聚餐、亲友宴席需求集中释放,各地以“夜市”串联“夜游、夜购、夜娱”等多元业态,餐饮消费稳中有升,夜间消费场景持续丰富。据监测,129家餐饮企业实现营业收入5.6亿元,同比增长0.9%,高于全国6.7个百分点。支付宝数据显示,餐饮类日均消费金额同比增长23%,其中居民外卖消费金额同比增长34%,到店消费增长4%。小龙虾、江湖菜成为餐饮消费增长点。

南充依托啤酒季投放餐饮专项消费券,重点监测的餐饮企业收入同比增长4%;内江隆昌稻田虾音乐美食季、威远夜市市集同步火爆;雅安熊猫绿岛非遗长街宴3天接待游客10万人次,实现餐饮收入超100万元。夜间消费场景持续扩容,有效拉长消费时段。

## 赛事景区联动引流 服务消费大幅提升

全省投放3000万元“一老一小”文旅消费券,覆盖银发旅游旅居、青少年研学旅游等多种产品及服务,端午期间短途周边游、民俗体验游、亲子避暑游带动服务消费大幅提升。

大型龙舟赛事形成流量引擎。绵阳举办第十二届端午龙舟公开赛,配套非遗集市、国潮巡游,累计吸引客流7万人次,带动消费1600万元;南充开展全省百舟竞渡集中展演,配套江畔夜市、街区演艺等各类活动,吸引80万人次打卡,带动消费4亿元。

景区民俗体验、文博康养消费走俏。全省914家A级旅游景区前两日累计接待游客超1052万人次,博物馆、文化馆、图书馆接待群众超143万人次。眉山承办“我们的节日·端午”主题文化活动,百舟竞渡、江中抢鸭子民俗活动吸引4万人次;成都融合中医药文化打造中医康养市集。

联动推出惠民举措。内江依托群星演唱会、省运会打造6条消费打卡线路,凭赛事票根享受餐饮住宿折扣,带动综合消费超2000万元;德阳、自贡配套川超赛事打造“川字号”优品100市集,发放专属消费券。

华西都市报·封面新闻记者 易弋力

## 全球首款!

# “成都造”抗癌新药宜泽康获批上市

华西都市报(记者 刘秋风)6月22日,一则来自国家药监局的消息刷屏:由成都本土药企百利天恒自主研发的抗癌新药——宜泽康(仑康依隆妥单抗),正式获批上市。

宜泽康是全球首创(First-in-class)、新概念(New concept)的EGFR×HER3双抗ADC药物,也是全球首个获批上市的双抗ADC药物,标志着肿瘤治疗迎来一个全新时代。

对于普通人来说,“双抗ADC”可能有些陌生。通俗来讲,它可以被看作一个“智能生物导弹”:既能像“双雷达”一

样精准锁定癌细胞(靶向EGFR和HER3两个靶点),又能高效投递“弹药”进行杀伤。这种设计突破了传统化疗好坏通杀的局限,实现了“精准、强效、低毒”的治疗优势。

早在2023年12月,宜泽康的全球价值就获得了国际巨头认可。跨国药企BMS(百时美施贵宝)以高达8亿美元首付款、潜在总交易额84亿美元拿下其海外权益,刷新了国产创新药出海纪录。这也让“成都造”创新药站上了世界舞台中央。

这只是开始,此次获批的鼻咽癌适

症只是“先头部队”。

据百利天恒方面消息,截至2026年6月,宜泽康已在中美两大核心市场开展40余项跨瘤种临床试验,累计获得8项突破性疗法认定(CDE授予7项,FDA授予1项),并有2项适应症被CDE纳入优先审评(含已获批的鼻咽癌)。在中国,宜泽康已启动PANKU系列关键II/III期注册临床研究15项,覆盖肺癌、食管鳞癌、乳腺癌、卵巢癌、尿路上皮癌、胆管癌等多种恶性肿瘤,其中食管鳞癌及三阴性乳腺癌两大适应症的上市申请已获CDE正式受理。

## 税务部门提醒:

# 收到“补税提醒”请及时核实处理

记者6月22日从国家税务总局了解到,2025年度个人所得税综合所得汇算将于6月30日结束。届时,部分纳税人将会收到税务部门通过短信、电话或个人所得税APP站内信等方式发送的提示,提醒其可能存在未申报或少申报收入、需要补缴税款的情况。

税务部门提醒,接到税务机关“补税”提示,要及时主动进行补正申报。不要有侥幸心理,更不要听信不法中介所谓“可以代为处理”“不用理会也没事”等不实承诺。

据了解,年度汇算期内及汇算期结束后,税务部门会在大数据集成基础上,对纳税人申报各类收入、税前扣除项目等的准确性进行审核。经核实后确实存在疑点的,主管税务机关将提醒纳税人补正资料或更正申报。

除此之外,汇算期结束后,税务部门

还将按照法律法规规定开展个税汇算催报催缴以及事后抽查,不仅会对未申报纳税人开展催报提示,还会对已申报纳税人开展催缴提示以及事后抽查,发现纳税人申报存在疑点的,也会及时提醒纳税人更正。国家税务总局税收科学研究所副所长李平介绍,税务部门在日常监管中发现涉税疑点后,通常会通过短信、电话、个税APP站内信等渠道,向纳税人发送提示提醒,这是税务机关主动帮助纳税人防范化解涉税风险的服务举措。

税务部门提醒,收到提醒的纳税人,需全面核对收入信息,认真核实扣除项目,及时办理补正申报。对于提醒内容有任何疑问的,可拨打12366纳税缴费服务热线咨询。

值得注意的是,李平强调,接到税务机关提醒后,纳税人千万不要抱有侥幸心理,认为拖延处理或不予理会便可不

了了之,不予补正申报可能面临多方面法律后果。

一方面,滞纳金将持续累积,造成财产损失。根据相关法律规定,从滞纳税款之日起,按日加收滞纳税款万分之五的滞纳金。个人所得税的滞纳金从法定汇算期届满次日即7月1日起计算,与实际收到提醒的时间无关。拖延时间越长,滞纳金累积越多。

“另一方面,还可能面临立案稽查和行政处罚。”李平说,如果纳税人对提示提醒不予理会,经多次督促仍拒不配合,税务机关将可能依法启动稽查程序。

“在提示提醒阶段,纳税人主动响应、积极配合、及时补正的,将避免后续的处理处罚。这是纳税人主动纠错的时间窗口,纳税人应当及时把握。”李平表示。

新华社记者 刘开雄  
(新华社北京6月22日电)

## 我国拟制定标准 推动人形机器人 走进更多场景

新华社北京6月22日电(记者 周圆)记者22日获悉,工业和信息化部日前发布通知,公开征求多项行业标准制修订计划项目意见。本次拟制定的标准包括人形机器人在变电站、家电制造等场景技术要求。

变电站是电网的“心脏”。现有变电站智能巡检主要依赖轮式或履带式机器人,然而,变电站内约30%的巡检点位是轮式机器人无法覆盖的“盲区”。人形机器人凭借其类人的运动形态、双足行走能力、多关节协同操作能力,能够有效弥补现有巡检机器人的不足。当前,标准缺失已成为制约变电站人形机器人规模化应用的瓶颈。

拟制定的《人形机器人 变电站场景技术要求》主要技术内容包括建立适用于变电站人形机器人的术语体系、从八个方面规定变电站人形机器人的技术要求、规定变电站人形机器人应用的全流程管理等,将为行业提供统一的技术依据和测试评价方法,破解“不敢用、不能用、不好用”的应用困局。

家电制造方面,目前国内多家智能家电企业已在智能家电制造工厂使用人形机器人执行作业任务,针对家电制造行业的人形机器人作业效果评估标准显得尤为重要。

拟制定的《人形机器人 家电制造场景技术要求》提出家电制造场景应用中人形机器人作业效果评估指标体系,描述了评估方法等内容,将为厂商提供明确的技术发展方向,还能帮助应用方更有效地评估和优化人形机器人的工作性能,为人形机器人在其他领域的应用评估提供参考依据。

此外,本次申请立项的还有《人形机器人与具身智能 售后服务规范》《人形机器人 互连系统通用技术要求》等标准。