



数“说”环球红利

本报记者 陈施君 通讯员 田培 张倩 张春妍

为全面反映环球影城运行情况,近一年来,通州区统计局围绕产业端、消费端两个层面,运用统计数据、抽样调查以及银联、手机信令等大数据监测方式,组织开展了四次统计监测调查,对环球影城溢出效应、文旅及相关产业发展、旅游市场运行情况进行深度分析。

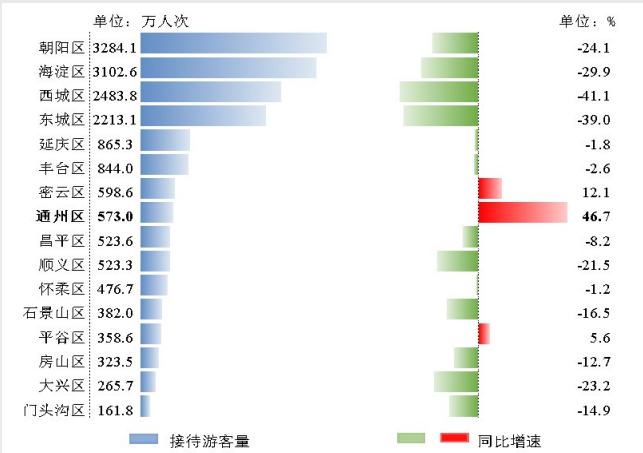
数据显示,2021年10月—2022年6月,在环球影城带动下,通州区接待游客同比增长46.7%,全市排名第一。游览过环球影城的游客在通州区平均停留时间为1.5天,游客正从“走马观花看通州”向“深度畅游副中心”转变。环球影城带动通州区旅游市场“引客、聚客、留客”能力显著提升,推动文旅及相关产业快速发展,拉动经济实力稳步提升。

“引客”能力快速上涨,游客增速全市第一

●环球影城带动全区旅游人数攀升

在环球影城带动下,通州区文旅市场发展迈上快车道,引客能力大幅提升。全区接待游客总量同比上升4位。市文旅局监测数据显示,2021年10月—2022年6月,通州区接待游客总量达573万人次,全市排名第八,位次同比上升4位。全区接待游客同比增长46.7%,全市排名第一。

2021年10月—2022年6月北京市各区接待游客量及同比增速



●环球影城接待游客热度高涨

环球影城假日旅游市场火热。百度地图显示,2022年春节,环球影城客流指数为16.9,在主题公园类排名第一。吸引游客遍布全国。环球影城监测数据显示,2022年暑期,外省游客占比较去年高出25.6个百分点,客源遍布全国30多个省市。

“聚客”能力有效显现,重点区域游览热度较高

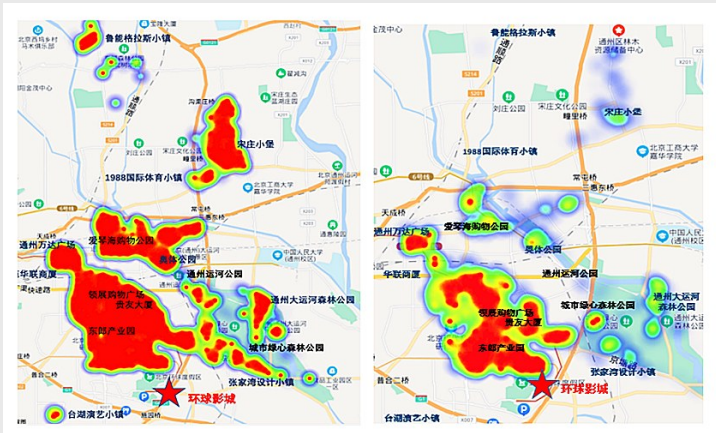
●环球影城外溢效应有效显现

暑期、“十一”相关监测数据显示,环球影城共接待游客104.1万人次,其中通州区承接了40.3万人次的环球影城外溢游客,占比达到38.7%,承接效应有效显现。该部分游客到达环球影城前或离开环球影城后,在通州区停留时间满2小时。

●重点区域承接能力明显

监测数据显示,从承接区域类型看,在重点区域中,梨园与环球影城周边、梨园、北苑区域游客游览热度较高,承接游客占比90.9%;在商业综合体中,万达广场、爱琴海购物公园、领展购物广场承接游客占比89.7%;在景区中,运河公园、西海子公园、城市绿心森林公园承接游客相对较多,占比71.2%。

2022年暑期和“十一”环球影城游客在通州区游览轨迹热力图



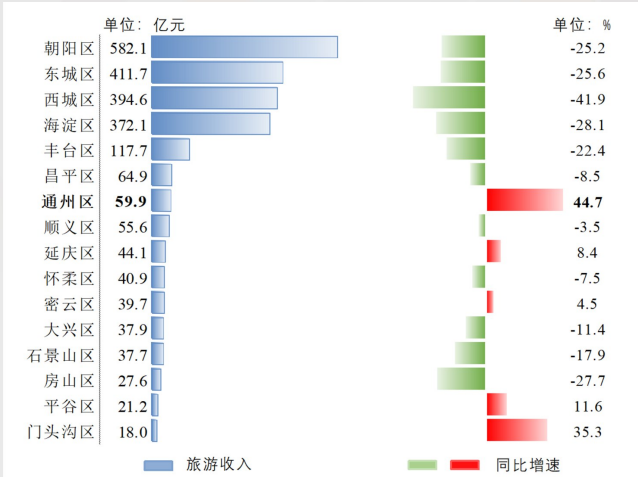
“留客”能力增强,停留时间和过夜占比双提升

为全面了解游客具体游览信息,区统计局在春节、暑期和“十一”共开展三次游客抽样调查,共获得有效调查问卷3063份。数据显示,从停留时间看,游览过环球影城的游客在通州区平均停留时间为1.5天,比未去过环球影城的游客多0.2天;从过夜占比看,游览过环球影城的游客在通州区过夜占比为25.3%,比未去过环球影城的游客高4.9个百分点。数据反映出,由于环球影城的到来,游客正从“走马观花看通州”向“深度畅游副中心”转变。

环球影城提升消费“加速度”,成为产业发展“助推器”

2021年10月—2022年6月,市文旅局监测数据显示,在环球影城带动下,通州区实现旅游收入59.9亿元,排名全市第七,同比上升4位;增速44.7%,排名全市第一,旅游市场消费活力迸发。

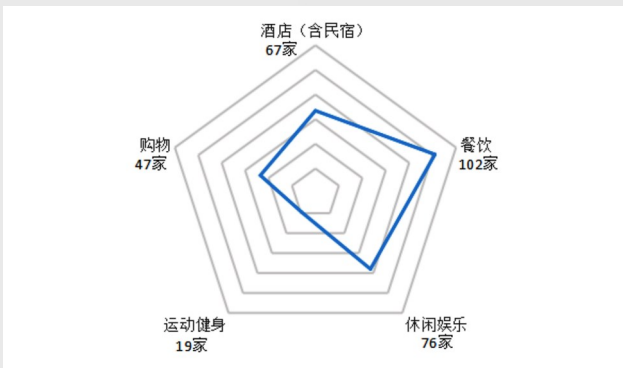
2021年10月—2022年6月北京市各区旅游收入及同比增速



●周边文旅及相关产业门店新增300余家

大众点评和去哪儿网数据显示,环球影城开业前,周边有餐饮、购物、酒店(含民宿)、休闲娱乐、运动健身等门店1800余家,环球影城开业后,增加至2100余家,其中新增门店300余家。分类型看,新增门店主要集中在餐饮、休闲娱乐和酒店(含民宿)领域,分别新增102家、76家和67家。

2021年10月—2022年8月环球影城周边新增文旅及相关门店数量



●文旅及相关产业主要行业营业收入高速增长

环球影城开业后,通州区文旅及相关产业主要行业整体表现良好,收入实现高速增长。

从规模(限额)以上企业看,2021年10月—2022年8月,在环球影城带动下,通州区规上文旅及相关产业五大主要行业营业收入同比增长超40%。其中,娱乐、住宿业增长火爆,营业收入分别是同期的31.3倍和1.9倍。与此同时,零售、餐饮业营业收入增幅虽小,分别为2.6%和0.1%,但表现明显好于同时期全市零售业(-4.6%)、餐饮业(-11.3%)平均水平。

“环球红利”除助力规上企业快速发展外,也为小微企业成长“添火加柴”。从抽样调查的规模(限额)以下企业看,2021年10月—2022年9月,环球影城周边5公里内文旅及相关产业主要行业营业收入合计增长12.8%。其中,调查的文化艺术、住宿、零售业营业收入均实现两位数增长,分别为38.2%、15.8%和11.8%。

通州区规模(限额)以上企业营业收入及同比增速

指标	单位数量(家)	2021年10月—2022年8月营业收入(亿元)	2020年10月—2021年8月营业收入(亿元)	同比增长(%)
合计	195	164.3	116.9	40.5
零售业	109	109.6	106.8	2.6
住宿业	30	6.9	3.6	90.1
餐饮业	44	3.5	3.5	0.1
文化艺术业	5	1.4	1.6	-14.2
娱乐业	7	42.9	1.4	3026.1

通州区规模(限额)以下企业营业收入及同比增速

指标	单位数量(家)	2021年10月—2022年9月营业收入(万元)	2020年10月—2021年9月营业收入(万元)	同比增长(%)
合计	74	16788.8	14890.2	12.8
零售业	38	11235.2	10047.8	11.8
住宿业	11	2268.3	1958.8	15.8
餐饮业	13	1816.5	1652.3	9.9
文化艺术业	7	635.4	459.8	38.2
娱乐业	5	833.4	771.4	8.0

●重点区域文旅及相关产业消费集聚度提升

银联监测数据显示,2022年通州区重点区域文旅及相关产业消费市场火热,发展活力加速释放。

从总量看,2022年暑期和“十一”,5个重点区域文旅及相关产业消费金额22.2亿元,占全区文旅及相关产业消费金额的近六成,达57.1%,较2021年提升1.6个百分点,消费市场火热。其中,梨园、北苑区域消费规模最大,占比分别为19.0%和13.4%。从增速看,5个重点区域消费金额同比增长11.8%,较全区高3.1个百分点,发展活力加速释放。其中,北苑、梨园与环球影城周边区域消费市场增长最快,增速分别为14.2%和13.3%,较全区分别高出5.5和4.6个百分点。

2022年暑期、“十一”通州区重点区域文旅及相关产业消费金额

指标	2022年消费金额(亿元)	同比增长(%)	占比(%)
通州区	38.92	8.7	100.0
其中:5个区域合计	22.23	11.8	57.1
其中:梨园与环球影城周边区域	3.83	13.3	9.8
梨园区域	7.41	11.6	19.0
北苑区域	5.22	14.2	13.4
运河核心区	4.12	12.0	10.6
宋庄小堡	1.66	2.5	4.3

环球影城拉动通州区经济实力稳步提升

●GDP:文体娱乐业经济贡献不断增强

环球影城开业以来,带动其所在门类文化、体育和娱乐业增加值占全区GDP比重明显提升,经济贡献不断增强,逐步成为通州区支柱产业之一。2021年第四季度,文化、体育和娱乐业增加值占全区GDP的比重为6.1%,这一比重较环球影城开园前(2021年1—3季度)提升了4.4个百分点。今年1—3季度,文化、体育和娱乐业增加值占全区GDP比重为4.2%,尽管受环球影城5、6月闭园影响,这一比重较上年第四季度有所回落,但仍较上年同期提升1.4个百分点。同时,全区GDP同比增长的4.1%中,有1.4个百分点是由文化、体育和娱乐业拉动的。

通州区文化、体育和娱乐业增加值及对GDP的拉动

指标	2021年1—3季度	2021年第四季度	2022年1—3季度
通州区地区生产总值(亿元)	869.8	336.6	892.3
其中:文化、体育和娱乐业增加值(亿元)	14.8	20.5	37.3
文化、体育和娱乐业占GDP比重(%)	1.7	6.1	4.2
文化、体育和娱乐业对GDP的拉动(百分点)	1.4	2.7	1.4

●税收:文体娱乐业税收增速明显高于全区

区税务局数据显示,2021年10月—2022年9月,全区和第三产业税收均较同期有所下降,但在环球影城带动下,文化、体育和娱乐业税收实现两位数增长。2021年10月—2022年9月全区文化、体育和娱乐业税收同比增长10.6%,分别较全区和第三产业高出19.9和15.2个百分点。

相关新闻

将“沉睡资源”转化为“发展资本”

此次分析报告还从“一区一河三镇”和张家湾古镇整体布局出发,提出相关建议。

●培育“民宿+”新模式 加快外溢效应承接

推动民宿“联盟式”经营,打造“一地一特色”布局。接下来,副中心将加快编制《北京市通州区乡村民宿产业发展扶持办法》,在环球影城周边统一规划民宿发展,从零星发展到百花齐放,打造民宿产业集聚区带动乡村经济发展。同时,打造系列品牌活动,将“沉睡资源”转化为“发展资本”,发展以民宿为支点的乡村游,开发“看乡景”“品乡味”“享乡俗”等体验活动。

●打造“运河+”新传承 推动运河经济发展

开发新型运河旅游产品,在观光游方面,打造“水—陆”全方位旅游产品,丰富大运河旅游资源场景。在运河两岸植入主题餐厅、购物等文旅消费场景,在感受运河风景同时,促进运河旅游消费。推出大运河沉浸式演绎节目。挖掘运河历史、故事、传说,结合运河航道实体场景,利用元宇宙等现代科技手段,借助VR、AR、5G等声光电信息技术,打造常态化沉浸式节目表演,再现昔日盛景,让游客梦回古代,领略运河人文风采。

●策划“小镇+”新格局 激发全域旅游活力

打造“一镇一街”网红打卡地,根据三小镇功能定位及特色,建议围绕各自的地标建筑打造网红打卡街。开展“副中心文化旅游节”活动。依托台湖镇的台湖演艺艺术周、宋庄镇的宋庄文化艺术节、张家湾镇的北京国际设计周等知名活动品牌,抢抓“金九银十”旅游旺季,举办“副中心文化旅游节”。

●树立“古镇+”新品牌 探寻历史文化底蕴

打造“漕运古镇”旅游品牌,在统一规划基础上,吸引专业市场主体投资,加快张家湾古城遗址、通运桥保护修缮以及古镇遗址公园建设,将“漕运”“红楼梦”等元素融入古镇景观建设中。开展“聆听漕运故事”“寻访曹雪芹”主题活动。凭借张家湾浓厚的历史和文化遗产,深入挖掘漕运历史及曹雪芹文化并开展相关主题活动,打响张家湾“漕运古镇”品牌。

