

活力之城

2023年9月2日至6日期间,2023年中国国际服务贸易交易会文旅专题展在首钢园区开展,为企业搭建交流与合作的广阔平台。副中心展区坐落于2号馆。为配合文旅专题展“引领文旅消费,共享美好生活”的主题,契合大会国际化、现代化气质,通州区委宣传部以富有科技感和人文气息的方式,打造集高科技、新潮创意、丰富内容为一体的副中心展区,向大众展示通州文旅产业高质量发展和全国文化中心建设的最新进展与成果。

围绕创造“副中心质量”,通州区积极拓展文化旅游发展新领域新空间,开创文化旅游强区建设新局面,致力于打造中国式现代化进程中的城市发展样板。新时期城市建设就如奔涌千年的大运河,滔滔不断,活力不息。

古今通辉

古今通辉 活力之城

古今同辉展现通州风采

“快来快来,这里可以体验坐船巡游运河!戴上VR眼镜,效果别提多真实了。”服贸会文旅专题展上热闹非凡,参观观众间口口相传着运河之旅的美妙体验,人们纷纷来到副中心展区“尝鲜”。VR体验游船运河风光,三维立体古城复原科技感十足,文创“运河”香气飘飘……在服贸会文旅专题展副中心展区,这些新奇体验均可一站式享受到。本次参展,通州区以古今“通”辉·活力之城为策展思路,不仅为参观者带来了最新的文化体验、文创产品,同时向世界展示了北京城市副中心文旅新时代高质量发展的成果,从夯实文旅产业根基,打造文旅产业格局,促进文旅事业发展,推动文旅业态创新发展四个部分勾画当代文旅发展地图。

天下通“运”·古今同辉为第一个展览主题,以数字化、交互性为主要呈现形式,展示通州大运河的千年文化底蕴以及由古至今的变化发展。通州古城与大运河是通州区的两大历史文脉,接续历史、传承文化任重道远。通州区致力于保护文物古迹,推动燃灯塔及周边古建筑群保护提升,建设路县故城遗址公园,保护和开发张家湾古镇,留住历史根脉。同时保留大量非物质文化遗产,船工号子是劳动人民的智慧结晶,大顺斋糖火烧、小楼烧鲈鱼等美食文化为历史的后来者打造精神故乡。到了今日,通州区依托历史文化资源建设旅游城市,面貌焕然一新又古韵盎然,“三大建筑”即将完工,为群众提供国际化文化资源,“十八个半截胡同”寄托乡土记忆,也是文旅最美丽的地之一。运河文化的古今传承演变展示了中华文明的连续性、创新性、统一性、包容性和和平性。

活力新“运”,未来可期展示活力迸发、欣欣向荣的运河文化品牌。“一河一区三镇多点”文旅规划成果斐然,重点项目活力凸显,带动城市建设日新月异。

大运河文化旅游景区积极创建国家5A级景区,建设运河沿线精品旅游带,融合文旅商体多种元素,开展首届大运河仲夏消费季,2023年全国电动冲浪板联赛、大运河文化旅游景区端午活动等品牌活动,开创文旅商体融合发展新局面。

城市副中心文化旅游区成为城市文化旅游新高地,北京环球度假区是城市副中心文旅产业龙头项目,中国元素与国际IP相结合的季节性主题活动如“环球中国年”,备受市民喜爱。北部产业带落位六大产业项目,做好配套服务,推进文化旅游区综合实力提升。

张家湾设计小镇、台湖演艺小镇、宋庄艺术创意小镇各具特色,发挥各自资源集聚优势和发展特色,在数字文旅、演艺创作、文创衍生品、民宿等关联产业逐步联动。

镇水曹公仔憨态可掬,文创手办IP灵动可爱,大运河文创雪糕是观众“打卡”必备好物,文创有“运”·美美与共展示通州优秀企业与文创产品,彰显副中心文创“运”味和文化产业的蓬勃朝气。

多层次提升产业格局

服贸会是各方展览展示、共话发展、沟通交流的平台,每个参展单位都尽力展现出自身的亮点、特色。在展会上,参观者可以了解到许多文化企业、重点区域、重要行业的最新发展动向和成果。

副中心展区科技赋能内容展示,活力新“运”,未来可期区域为参观者打开了一幅通州区产业格局地图,通过通州区文旅产业可视化交互系统,参观者可以通过具体数据和统计图了解文旅产业建立项目成果、机构数量、企业收入等情况,自由探索北京环球度假区,浏览和了解项目规模等数据,并直接进入官网订购门票,预定一次环球之旅。展示区域立足当下,放眼未来,加深参观者对通州区文旅产业格局以及最新成果的整体了解。

文化旅游是副中心立足区域功能定位,科学谋划的“3+1”主导功能之一。2023年上半年,全区规模以上文化及相关产业单位数量达到167家,收入合计155.2亿元,位居全市第七位。全区规模以上文化及相关产业单位33家,实现营业收入46.3亿元,同比增长104.8%,收入总量进入全市前五位,收入增速位于全市第二位。

通州区高度重视文旅产业发展,研究出台了《北京城市副中心(通州区)文化旅游产业高质量发展三年行动计划(2022-2024年)》,系统谋划产业空间文旅资源配置,主动布局具有强大牵引力、持续带动力的文旅项目。立足文旅区规划建设,产业发展实际情况以及功能定位,对外发布《北京城市副中心文化旅游区建设三年行动计划方案(2022-2024年)》及配套三个清单。同时,通州区借助服贸会、文创大赛、文旅产业峰会等国家级、市区级品牌活动,搭建产业平台,更好宣传推广副中心文化产业发展环境,进一步提升副中心产业服务能力。

“一河一区三镇多点”产业格局中的“一区”即北京城市副中心文化旅游区,是城市副中心文化旅游主导功能的重要承载地,致力于打造面向世界的现代时尚旅游目的地。

北京环球度假区作为城市副中心文旅产业龙头项目,带动效应显著,助力实现2022年文化休闲娱乐服务类企业收入44亿元,同比增长86%,文化投资运营类企业收入1.7亿元,同比增长86%。做好“环球”文章是推动文化旅游区发展的强力“加速器”。持续释放首店经济活力,周边民宿积极承接环球外溢效应,向精品化、特色化、品牌化发展。

大运河文化带涵盖运河商务区、大运河文化旅游景区、副中心站综合交通枢纽、城市绿心森林公园等重要功能区域,展示中国式现代化城市发展样板的门户窗口。做好“运河”文章,需多方发力,将打造文化之带、生态之带、发展之带、民生之带,让旅游、演艺、设计、艺术创意四大板块各显其能,共彰活力。

推动“一河三镇”串联成线,形成疏朗有致的文旅产业格局,对通州区文化旅游产业发展具有重要意义。张家湾设计小镇、台湖演艺小镇、宋庄艺术创意小镇三个特色小镇在数字文旅、演艺创作、文创衍生品、民宿等关联产业逐步联动,对接大运河文化带。

强供给促进文旅事业

坐上仿古游船,戴上VR眼镜,就可以从服贸会现场“穿越”至古老的大运河上,360度观赏花红柳绿的水岸风光;元宇宙技术重塑城市风貌,高楼大厦与古塔凌云交相辉映;新制运河基因图谱打造数字化《潞河督图》,水墨画变为卡通风,龙舟竞速互动加强沉浸感和体验感。服贸会展现的这些新潮科技,未来都将逐渐走入大众生活。

通州区不断完善群众身边的公共文化服务设施网络体系,提升街道(乡镇)、社区(村)公共文化设施社会化服务水平。2022年人均公共文化建筑设施面积约为1.4平方米。推进文化馆、图书馆总分馆制建设,设立文化馆分馆22个,图书馆分馆22个。在希尔顿酒店、东方宾馆等地设置建设4家非遗文化驿站,建设18处24小时智能文化空间,陆续投入使用以来共外借图书10万余册次,各处空间到馆量总计15万余人次。极大方便群众获取公共文化服务,织密“文化网”,打造“文化城”。

完善点面结合布局,铺开“文化网”的同时规划建设一批标志性公共文化设施。北京城市图书馆、北京艺术中心、北京大运河博物馆是通州区地区性公共文化建筑,图书馆设座席2400个,藏书能力达到800万册,且有全国图书馆行业首个非遗主题的文献馆;剧院总座位数约5750个,硬件设施与国家大剧院同标准同要求,引进国际演艺资源,辐射服务京津冀地区;博物馆展陈空间建筑面积约3.2万平方米,立足副中心,展望北京城,立体、多维呈现北京的古都文化、红色文化、京味文化、创新文化,辉映城市副中心的定位与规划目标。栖身于城市绿心森林公园,与大运河为邻,“三大建筑”形成集群式的文化地标,能够为通州区乃至京津冀群众提供国际化的文化资源和全方位的文化体验。

通州区充分利用深厚历史文化底蕴,整合基层公共文化服务资源。许多热门旅游打卡地既是文旅产业重要场景,也是面向大众开放的文化资源,其中也涉及城市更新、古城保护等多方面问题。南大街及周边片区腾退保护更新项目(试点片区)以“十八个半截胡同”为核心区域,在更新过程中以“保护历史,改善民生,彰显活力”为核心目标,实行“一院一策”,保护胡同肌理,利用丰富的业态组合和特色文化店铺焕新古城风貌。服贸会展位入口处展示了用数字孪生技术打造的通州风貌,通过元宇宙科技应用,展示三维复原的古城和拔地而起的新城。科技手段让古城在人们眼前“活过来”,合理规划、可持续发展的城市建设让古城“活起来”。

加强高质量公共文化供给,丰富高质量公共文化服务和产品。文化馆服务宣传月暨第五届全民艺术普及月期间开展系列活动,“文化奇妙夜”在延长开放时间的同时组织文化集市,以及非遗项目实践讲座、公益讲座等知识性活动,为夜生活增添文化韵味。



新业态唤醒消费活力

副中心城市消费活力迸发,文旅商体农科多种要素共同发力,彼此融合,以一带多,面对不同场景灵活呈现丰富业态,展现出包容并蓄而特点突出的消费中心城市魅力。

漫步文创有“运”·美美与共展示区域,可以看到文化元素与生活场景的有机结合。密符扇上的神秘字符元素被单独提取作为单肩包纹样,燃灯古塔形象嵌入门铃,为消费者带来吉运、帆船、莲花、湖水等大运河经典元素汇聚于小小一根文创雪糕。缙丝技艺、绢人娃娃、花丝镶嵌,种种非遗技艺也跻身其中。

大运河文化创新创意设计大赛区域格外吸睛。区域内集中展示获奖创意设计成果,反转式设计套装、柳印中的大运河、“通州八景”系列平面设计……来来往往的参观者无不被这些灵动有趣的创意所吸引,停下脚步细细观赏。大赛不仅贡献多种创意产品,还成立了大运河沿线城市文创设计产业联盟,为持续创新提供源源不断的动力。

文创产品将文化+商业元素有机结合,而更多元素的集聚带来更多新颖形式,依托不同平台和场景产生各种新兴业态。

为促进旅游消费,通州区持续推出精品旅游线路。中国旅游日推出12条特色文化和旅游路线,串联京津冀鄂蒙五地,近日启动的“遇见·运河”系列活动发布3条升级文旅线路,以大运河文化旅游景区为圆心,放眼古都北京,层层拓展文旅资源空间,充分满足不同旅游需求。线路将各个网红打卡地串珠成链,每个文旅场所都有着不同的消费业态展现形式。

北京环球度假区融合中国元素和国际IP,集大片世界、巡游表演、特色商业为一体,城市大道入选第二批国家级夜间文化和旅游消费集聚区,周边乡村民宿与景区、亲子教育、休闲农业、健康养生等要素深度融合,在承接外溢效应的同时附加更多功能和体验,是文旅商融合发展的典型例子。

“三大建筑”功能各异,各具特色,图书馆和博物馆以丰富的图书典籍、珍贵文物等文化“存货”吸引读者与观众,剧院依托国家大剧院,以国际演艺资源招徕各地游人。客流带来巨大商机与消费需求,配套地下商业空间承担消费功能。

大运河文化旅游景区开办首届仲夏消费季,打造水岸夜生活,运河夜游已成为景区景点游览项目,夏天以“水”为题开展水上桨板运动,吸引人们走出家门,在享受运动乐趣的同时体会体育文化,拉动周边消费增长……独一无二的旅游和消费资源推动网红打卡地流量变“留”量,网红变长红。

(通州区委宣传部)
(王倚剑)

