

北京城市副中心报



2024年10月25日 星期五 农历甲辰年九月廿三 今日四版



北京日报客户端 融汇副中心客户端

未来5年北京旅游发展定位目标任务被明确

京津冀世界级旅游圈呼之欲出

本报讯(记者 关一文)昨天,北京市旅游发展大会召开,会上介绍了《北京市推动旅游业高质量发展的实施意见》,提出将从七个方面发力,把北京建设成为旅游强国建设先行区、国际一流旅游城市和全球旅游目的地。

北京文化底蕴深厚,旅游资源富集。北京市文化和旅游局相关负责人介绍,今年前三季度,北京接待游客2.8亿人次,实现旅游收入5041亿元,双创历史新高。当下,旅游业日益成为新兴的战略性支柱产业。北京有效释放旅游业“一业兴、百业旺”的综合带动效应,助力全市经济发展。

在严格落实城市总体规划的前提下,坚持全域旅游发展理念。在全市域范围内,根据不同的功能区划构建均衡有序的旅游发展空间格局;结合各区的资源禀赋,建设旅游特色活力区域,推动创建国家级旅游休闲城市、世界级旅游景区和旅游度假区;推动

京津冀旅游协同发展再上新台阶,打造京津冀世界级旅游圈。

意见提出,北京将加强智慧旅游服务,不断提升服务的智慧化、便利化水平;优化入境旅游服务,将北京打造成为“中国人入境旅游首选地”;打造与首都城市战略定位相

匹配的旅游产业体系,不断增强旅游产业发展动能。

此外,在大会上,北京市交通委、北京市商务局、北京市文物局、北京市延庆区、首旅集团等各单位和企业相继介绍了其促旅游业繁荣发展方面付出的努力与取得的成果。

相关新闻:

市商务局:加快环球影城等四片国际消费体验区建设

本报讯(记者 关一文)市商务局相关负责人在北京市旅游发展大会上介绍,目前,北京在全国率先出台商业消费空间布局专项规划,加快构建“国际—城市—地区—社区”四级商圈体系即“4+29+84+N”总体空间布局。在旅游业食、住、行、游、购、娱六大要素中,市商务局聚焦购物、美食两

大着力点,围绕首店、老字号、新消费和餐饮持续完善首都特色品牌矩阵。首店政策迭代至3.0版,累计吸引4205家首店落地北京。

接下来,市商务局将打造一批显示度高、带动性强的消费场景,加快王府井、CBD、环球影城、首都商务新区四片国际

消费体验区建设,支持商文旅体等多业态融合业态布局;巩固服务消费领先优势,构建服务消费“1+N”政策体系;着力建设荟萃全球风味的国际美食之都,逐步建立规范完备的美食体系,齐全多元的业态门类,合理优化的产业结构;聚力打造文化引领、创新驱动、绿色可持续的时尚之城。

首旅集团:以张家湾商业综合体等为抓手扩大商贸供给

本报讯(记者 关一文)北京市旅游发展大会上,北京的首旅集团和旅游强企纷纷介绍了各自的发展特色。首旅集团党委书记、董事长白凡介绍,首旅集团通过旗下170个品牌组团联动,推

动文旅产业融合创新,举办了“精彩长安街”“精彩生活节”“MADE BY 京”中秋市集、2024北京中秋国庆彩灯游园会等活动。

公司将推动传统旅游模式升级,打造

旅游新业态、新场景、新模式。加快文旅产业布局,培育新增长点,为企业经营提供有力支撑。以环球度假区二期、张家湾商业娱乐综合体等一批重点项目为抓手,持续扩大旅游商贸服务高品质供给。

全区新增重点在谈项目808个

副中心“两区”项目成绩高居全市前列

本报记者 赵鹏

在晨曦初露的霞光中,城市副中心向世界展示着它的魅力与潜力,成为一片充满机遇的新兴热土。在副中心,合作与交流是永恒的主题。近日,记者从区投促中心获悉,截至今年9月底,全区新增重点在谈项目808个,已注册重点企业484个,注册资金总额超208亿元。

“两区”项目新增预计投入资金669.5亿元

在这片繁忙的土地上,招商引资的步伐如潮水般涌动,海内外项目如繁星闪烁汇集于此。截至今年9月底,全区新增重点在谈项目808个,已注册重点企业484个,注册资金总额超208亿元,注册资金亿元以上项目达47个;促成三峡科技北京储能科技分公司、国投种业、国合新力基金管理有限公司等央企、国企、民企、北京市市政四建设工程、北京国际贸易通州分公司等市属国企注册落地,浪潮国瑞科技、正和恒基、快乐车行等重点企业落户城市副中心。

创新体制机制,开展统筹招商,重点项目专题会统筹调度效用今年格外凸显。区投促中心健全“一口进一口出”全流程服务体系,推动项目落地发展,今年以来共组织召开6次区级产业专题会议,审议议题24个,协调解决重点项目引进落地、土地上市、产业政策申请和兑现等方面事宜,重点推动了张家湾渔场地块、探路者总部基地、海昌海洋公园地块上市工作,保障了宋庄艺术家工坊、山姆会员店、中康乐园、TATA木门等项目落地。

在五河交汇处,“两区”建设也全面发力。今年以来,区投促中心持续与市“两区”

办、市投促中心保持密切沟通,科学研究分解区级2024年各单位工作指标。今年截至9月底,副中心“两区”建设项目库新增入库项目数657个,项目数全市第3,提前三个月完成全年任务;新增预计投入资金669.5亿元,资金量全市第5;落地项目数424个,全市排名第4,落地率达到42%。

专业招商平台机构今年引入注册企业1232家

每一个项目的落地,都是一颗种子的播撒,承载着梦想与创新的力量。为了创新招商方式,区投促中心延长招商手臂,借助专业招商平台力量招商。目前,区投促中心共签约专业招商平台201家,同时在新加坡、香港、重庆、杭州等境内外重点招商点设立招商联络站,拓展国际化招商渠道,实现产业资源及前沿信息共享。

今年,区投促中心已通过专业招商平台机构引入注册企业1232家,形成重点在谈项目262个。同时,区投促中心还强化专业招商平台工作成效评估,已完善《北京城市副中心专业招商平台管理办法》,依据该办法执行专业招商平台的准入和退出机制,激发专业招商平台作用。

实施数字化招商,区投促中心推广应用

招商项目数字化管理系统,在全区范围内上线“经济大脑”智招平台,组织各产业牵头部门开展系统操作培训,推广系统应用。自上线以来,已有46家单位使用平台管理招商项目信息,系统共录入在谈项目280个,落地项目213个,实现了全区招商项目的全流程数字化管理,提高了招商效率,有助于精准招商。

副中心国际化步伐不断加快。区投促中心强化外事专班招商,承接外事专班日常工作。截至9月底,区投促中心接待企业及开展座谈65次,新增在谈项目81个,正积极推动新加坡国际仲裁中心北京代表处等项目落地副中心。

不仅如此,区投促中心还全力推动京津冀协同招商,探索与北三县的联合招商工作机制,建立联合招商小组,共建北三县资源库,合作举办招商活动。探索落实京津冀协同发展机制,区投促中心在2024年北京通州与河北廊坊北三县一体化高质量发展示范区项目推介会上,与万江新能源股份有限公司签订战略合作协议。

打造“市场化、专业化、国际化”机制

未来,更多国内外企业将在副中心崭露头角。这些投资者的目光不仅看到了短

期的利益,更多则是长远的愿景与潜力。为此,今后区投促中心将全力以赴抓招商,围绕“3+1”功能定位,聚焦“6+3”主导产业,建立央企二三级公司、市属国企等重点企业项目库,主动对接走访,加速重点企业落户,促进产业集群化发展;设立国际招商联络机构,提升招商国际化水平,着力形成“市场化、专业化、国际化”的招商新机制。

“请进来”和“走出去”相结合,未来区投促中心还会与专业招商平台、商协会、校友会等策划组织“走进城市副中心”系列宣传推介活动;借助服贸会、进博会、京港会等重大活动和产业高质量发展大会等品牌活动,强化宣传推介副中心。

精准施策优服务,区投促中心还要优化企业“服务包”,建立企业白名单制,加大走访频次,促进政企深度对接合作;梳理各单位企业服务清单,在招引企业过程中,为其提供落地服务的绿色通道。

协同联动促提升,区投促中心还将加强与北三县联合招商,建立常态化联合招商机制,引导适宜产业向北三县延伸,落地相关项目;深化四区结对工作,用好与西城、海淀、朝阳的结对机制,主动对接三区重点企业 and 商协会组织,促进重点项目承接落地。

台上好戏连连 台下好评如潮 线上热度不减

“运河有戏”知名度影响力刷新创高

本报讯(记者 王倚剑)大师登台,新作首发,国内外经典剧目轮番上场,“运河有戏”演出季上好戏连连,台下好评如潮,线上相关话题讨论热度达到7.8亿次。

“运河有戏”演出季打造线上矩阵,贯穿剧目上演全周期开展宣传推介,起到良好宣传效果。演出季期间建立市民获取演艺资讯的重要平台——“运河有戏”新媒体综合信息宣传平台,及时发布演艺资讯、专题推文、精心设计专门版式、专题页面,集中展示演出信息、项目完成情况、特色亮点工作,并定期邀请市媒记者开展演出剧评。通过连续释放剧目信息,吸引更多观众,提升“运河有戏”品牌知名度。通州区委宣传部制作“运河有戏”系列推介视频5期,在北京日报、京报网、北京晚

报等权威市级媒体,以及微博、抖音、快手、腾讯新闻、百家号、头条号等平台发布,总曝光量超2亿。

演出期间,邀请30位文化类大V达人,在微信和小红书发布“运河有戏·大V看剧”推介图文笔记30篇,总浏览量超5000万,影响人群超300万。推剧之余,还为观众推荐通州艺术空间,提供演艺空间周边美食、娱乐、休闲场所攻略,为通州区演艺空间引流造势,不断提升“运河有戏”品牌知名度和影响力。

演出季期间,不断推出热点话题,“运河有戏”红火不断。在新浪微博、小红书上创建多个热门话题,制作“开心麻花喜剧生活节”“繁星戏剧村亲子戏剧节”等系列宣传视频,依托北京日报、百家号、京报网等平台发布,

持续拓展品牌影响力。

其中,在微信创建的5个热搜话题浏览量均超过1000万,总浏览量超6000万,“运河有戏点亮北京艺术之夜”话题浏览量破2000万,北京青年报、京津冀之声、副中心报等多个市级媒体纷纷转载,北京发布、文明北京、大戏看北京等微博蓝V账号共同助力,话题三度冲上微博同城热搜榜前15。

“北京通州发布”通过自身建设的矩阵平台开展推介。今年5月份,北京通州发布微信公众号成功推出《运河有戏》栏目,截至目前,北京通州发布微信公众号共发布了32条精彩稿件,总阅读量达到了20万+。与北京艺术中心、开心麻花喜剧生活节、繁星戏剧村亲子戏剧节、幕幕剧场开业联

合开展免费送演出票活动,受到了广大读者的热烈响应,累计留言超过5000条。微信公众号之外,融汇副中心APP同步上线了《2024运河有戏》栏目,北京通州发布新浪微博共发布稿件15条,阅读量超过24万;学习强国平台发布稿件14条,阅读量近200万;北京通州发布短视频矩阵在视频号、抖音、快手纷纷播放相关短视频。

在线上扩大触达面的同时,演出季还开拓线下渠道,在通州万达、领展、爱琴海、乐堤港等重要商圈及重点商超、沿街商铺等人流场所,加大演艺资讯的投放力度,通过宣传展牌、宣传视频等形式推介演出剧目、演艺活动,提供精准演艺资讯,让演艺资讯“触手可得”,实现有效引流。

率先打造全国低空文旅示范项目 城市副中心管委会、通州区政府与 通号城交公司签署低空经济战略合作协议

谈绪祥楼齐良出席 程建华郑皓参加

本报讯(记者 陶涛)昨天上午,北京城市副中心管理委员会、通州区政府与通号城市轨道交通技术有限公司签署低空经济战略合作协议,共同启动低空文旅示范项目,城市副中心成为北京市第一家落实《北京市促进低空经济产业高质量发展行动方案(2024—2027年)》并进行签约的地区。副市长,城市副中心党工委副书记、管委会主任谈绪祥,中国铁路通信信号股份有限公司党委书记、董事长楼齐良出席,市政府副秘书长程建华,城市副中心党工委副书记、管委会副主任,区委副书记、区长郑皓,中国通号领导李连清、张志辉参加。

城市副中心低空文旅项目聚焦“低空+文化旅游”“低空+城市管理”“低空+安全生产”“低空+交通运输”等领域,规划设计38个低空应用场景。项目突出低空文旅特色,围绕文化旅游业北部产业带和南部潮后河水系“一北一南”两条主线,规划建设19个低空文旅应用场景,涵盖商场、酒店、乐园、自然观光等多种文旅业态。

随着国家政策支持的不加强和技术的持续突破,低空经济产业体系逐渐完善,应用场景不断拓展,展现出广阔的发展前景。今年9月刚刚公布的《北京市促进低空经济产业高质量发展行动方案(2024—2027年)》中,明确支持城市副中心文旅区发展低空特色文旅,开发和推广低空观光、飞行体验等低空旅游产品。未来,城市副中心将支持中国通号深入挖掘并不断优化更多低空应用场景,持续探索低空在观光旅游、城市治理、医疗救助等方面的示范应用,努力在低空文旅场景上打造全国样板项目,积极助推城市副中心高质量发展。

城市副中心打造低空文旅项目,不代表向社会全面开放低空空域,只有经过备案并接入文旅区低空管控系统的无人机才允许飞行。其他未经批准的无人机,仍要执行北京市的无人机管理规定,对于违规飞行“低慢小”航空器的行为,将受到公安等有关部门严厉查处。通号城交公司将在城市副中心文化旅游区建设数字化低空飞行管控平台等基础设施,实现对各类低空无人机的飞行管控和调度指挥。

副刊·乐活



详见4版