

# 北京城市副中心报



2024年11月27日 星期三 农历甲辰年十月廿七 今日四版



北京日报客户端 融汇副中心客户端

## 《副中心会客厅》协同传播暨品牌推介会成功举办 把副中心故事传得更远更响

本报讯(记者 张群琛 曲经纬 李若晨)北京城市副中心,向新向质向未来。昨天下午,《副中心会客厅》协同传播暨品牌推介会在北京城市副中心成功举办。现场汇聚政府部门、专家学者、企业代表、权威媒体,共话京津冀媒体融合发展方向,探讨“副中心样板”的高质量发展路径。值得一提的是,这场盛会也是北京城市副中心媒体矩阵的生日会。

北京广播电视台党组成员、副总编辑李秀磊表示,北京广播电视台城市广播副中心之声开办四年来,加强跨区域、跨层级、跨媒体的深度融合与协作,用心、用情、用智记录新时代千年之城的生机与活力,成为传递党和政府声音的新阵地,成为凝聚首都北京重要一翼智慧和力量的新平台,成为展示城市副中心建设成就和良好形象的新窗口。四年来,副中心之声内容生产力、信息聚合力、传播影响力、融合创新力不断提升,为城市副中心建设营造了最为有利的舆论氛围,让城市副中心的强音引领时代步伐。

市区两级媒体融合发展,通州区先行先试。通州区委常委、宣传部部长侯健美表示,近年来在媒体深度融合的大背景下,通州区充分利用互联网、大数据、人工智能等先进技术,打破传统界限,构建全方位、多层次、立体化的传播体系,让副中心的故事传得更远、更响。

其中,北京广播电视台城市广播中心与通州区融媒体中心共同开办的《副中心会客厅》栏目,是通州区融媒体中心成立以来的第一个全媒体节目,也是市、区主流媒体强强联手的生动实践。栏目创立两年半以来,通过媒体力量融合,推进一体化传播,讲好副中心故事,已形成在副中心乃至整个京津冀有良好知名度的全媒体品牌,成为连接京津冀地区乃至更广泛受众的重要桥梁。截至目前,《副中心会客厅》共播发首播节目380期,全媒体端互动及阅读量总计超1500万,节目播出时长有22800分钟。

侯健美说:“《副中心会客厅》这个名字本身就蕴含着无限的想象与期待。它不仅是物理空间上的汇聚,更是思想碰撞、文化交融的殿堂。我们想通过协同传播的力量,让世界听见副中心的声音,看见副中心的风采,感受这片热土上涌动的创新活力与文化自信。”

网络视听产业成为副中心发展的抓手。北京市广播电视局融合发展处处长宋学良介绍,通州区广播电视节目制作许可证持证企业2114家,在全市排名第三,仅次于海淀和朝阳,占到全市的12.2%。但规模以上企业仅21家,占全市的3.16%;2014年1-9月营业收入3.9亿元,占全市的0.8%,同比增长39.2%。存在注册企业多、产值转化少,缺少领军企业、平台企业,产业集聚效应不明显等问题。

“副中心和其他普通的区不一样,要面向全市,成为区域性的媒体,就要建设与副中心地位相匹配的视听产业。”宋学良建议,副中心要抓住新兴业态,在微短剧、MCN、超高清等前沿业态方面加快布局,加大人才引进和招商力度,打造标志性园区和产业聚集区,利用好区位优势,加强与北三县的联动,在京津冀协同发展的大势下找好定位。

北京广播电视台城市广播中心主任张延红在发言中表示,副中心之声开播以来,精准调配媒体资源,聚焦区域发展,发起并获批创建了“大运河城市广播”联盟,创办了“大运河国际交流季”、“我家住在运河边”等大型融媒体采访行动和全媒活动;与通州区融媒体中心在内容生产、队伍建设、平台终端等深度融合,创新开办《副中心会客厅》专栏;与京津冀地区三十余家媒体共同成立“京津冀融媒体”,与市级媒体《北京城市副中心报》合办“副中心之声”微信号,在新媒体端聚合发力,放大主流媒体声浪。四年来,收听率逐年跃升,在北京地区广播市场排位提升了六位,市场份额逐年递增34%、78%、50%。京津冀通航大型融媒体现场直播和栏目《运河之上》一举获得两项中国广播影视大奖,《天人合一—北京城》两套节目获得“中华文化传播工程”重点项目,仅今年1-10月,《北京三大大建筑探访》《新中国从这里走来—寻访京津冀里的

红色印迹》等近二十项栏目和融媒报道获奖,创四年新高。

媒体融合的大背景下,通州区媒体社会成效显著。通州区融媒体中心党组书记、主任卫欣介绍,目前“北京通州发布”新媒体矩阵共有粉丝245万,通州发布微信公众号的总阅读量等核心数据持续在北京17区政务新媒体中名列前茅。此外,“学习强国”城市副中心学习平台经过近一年的稳定运营,目前共计签发稿件超八百篇,总阅读量超1.33亿,位居全国216个地市级学习平台第28名;总阅读量1730万,位居全国216个地市级学习平台第47名;单篇最高阅读量近80万,单篇最高点赞量达2.2万。

推介会现场,通州区融媒体中心分别与通州区卫健委以及市属各大医院、中国传媒大学播音主持艺术学院、北京市档案学会、北京市地下管线协会等单位签署了战略合作协议。今后将与上述单位针对副中心的医疗、文化、基础设施、人才培养等

领域展开合作,推出更好的融媒体作品。此外,《副中心会客厅》还将直播间搬到了推介会现场,邀请区属委办局负责人、基层工作者、专家学者、企业代表,共话城市副中心高质量发展话题。

宣传运河文化方面,“运河北首看通州”——《燃灯塔之谜》品牌推介活动正式启动。作为通州区融媒体中心出品的儿童舞台剧,《燃灯塔之谜》已于今年4月19日完成首演。而在推介会现场,通州区融媒体中心与北京日报社联合出版《燃灯塔之谜》画册,更好地在青少年群体中宣传运河文化。

对于媒体而言,最好的礼物就是社会的肯定。昨天是北京城市副中心媒体矩阵的生日会,北京通州发布8岁了,《副中心之声》4岁,《副中心会客厅》2岁,“学习强国”城市副中心学习平台满周岁。作为最好的“生日礼物”,活动上,2024年城市副中心媒体融合发展成果发布,足有百余条。

### 【相关新闻】

## 听“小”记者讲副中心“大”故事

副中心小记者团正式亮相



小记者团亮相后即将拍摄第一件新闻作品,他们对此信心满满,干劲十足。

记者 唐建/摄

本报讯(记者 王倚剑)《副中心会客厅》协同传播暨品牌推介会上,副中心小记者团正式亮相了。这些怀揣着新闻理想的孩子在会后便前往运河商务区、紫光VID产业园等点位,拍摄他们人生中第一件新闻作品,见证融媒力量。

记者团首先来到运河商务区,35层楼上望遍副中心风光,10名小记者们迫不及待开始采访。大家最关心的是“俯瞰副中心,你有哪些发现?”来自北京学校的四年级学生张馨正注意到城市周围的高山,与书本上的北京知识正好对上。芙蓉小学五年级学生赵莫菲回头发现大运河这么宽,河上每一座桥都不一样。通过听讲和观察沙盘,大家都注意到,此刻所处的高楼群是副中心金融活力迸发的“火山口”。

运河商务区是副中心打造总部经济集聚区、全球财富管理中心、全球绿色金融与可持续金融中心的核心承载区。截至今年9月,运河商务区共有注册企业近2万家,占全区企业总数10%。

通州融媒与商务区深度合作,近日合办“乐居副中心”房展会,商务区内重要活动,全媒体平台第一时间带来最新报道。第二站来到紫光VID网络视听产业园。近年来,通州区大力发展网络视听产业,紫光VID网络视听产业园与通州融媒同为探索创新排头兵、视听产业发展的坚强后盾。

产业园推出《北京城市副中心影视摄制服务手册》,鼓励创作,加强服务。北京数视界文化发展有限公司副总经理刘

超介绍,公司为园区企业提供平台服务,至今已开展十余场沙龙、讲座、推介会,吸引优质企业,擦亮副中心视听产业品牌。

今年9月,2024第14届中国·宋庄文化艺术节上,北京大视听拍摄服务宋庄基地揭牌,记者团的最后一站来到宋庄辰园传统文化生态园,在此体验古老拓印技艺和太极拳。

辰园围绕优秀传统文化,开发70余种非遗体验课程,并按照传统时令举办雅集活动,每年接待万余名传统文化爱好者,举办千余次传统文化学习、团建活动,打造沉浸式传统文化体验基地。同时与通州融媒紧密合作,加强对通州文化底蕴的挖掘与宣传。通州融媒持续发掘副中心产业资源,推动产业资源与企业供需对接。

## 今年通州大运河文化旅游景区成为一张城市名片 燃灯塔已吸引665万全球游客

本报记者 王琪鹏

“无恙蒲帆新雨后,一枝塔影认通州。”通州的燃灯塔,连同文庙、紫清宫、佑胜教寺,并称为“三庙一塔”,是北京大运河畔著名的文化地标。今年,北京(通州)大运河文化旅游景区被确定为国家5A级旅游景区,吸引大量游客感受运河风貌,成为北京城市副中心又一张“城市名片”。

千年大运河畔,燃灯塔巍峨耸立。三庙一塔景区坐落于北京(通州)大运河文化旅游景区北区、京杭大运河西畔,是古通州城的政治、文化、教育、宗教以及商业中心。走进景区,儒释道三家在这里呈“品”字形分布,互为近邻而又相互独立,和谐共存了400余年。

“这种建筑群在全国都比较罕见,体现了中华文化兼收并蓄、开放包容的精神内

涵。”伴随着讲解员的讲解,一部古代通州的历史徐徐展开。

始建于北周的燃灯塔,始建于元代的通州文庙,清代康熙年间重建的大成殿……见证了这座“千年之城”的辉煌。来到文庙东路,绞关石、定船石、镇水兽等石刻文物静卧在碑廊之中,默默讲述着大运河的故事。

作为北京东部的文化地标,三庙一塔景区吸引了不少游客前来“打卡”。游客赵先生掏出手机,在燃灯塔前特意拍了许多照片。“我是在大运河博物馆看到燃灯塔的介绍后,特意赶过来的。”赵先生说,三庙一塔景区不远处就是运河商务区的高楼大厦,有一种古今辉映的感觉。

王女士是通州老居民,在她眼里,三庙

一塔“变了”。“以前总感觉这一带很破旧,现在周边环境提升了,游览体验也上来了,让人心情特别愉悦。”现在,她一有时间就来这里遛弯、锻炼,还时常为外地游客“客串”导游。

通州区园林绿化局副局长高琼介绍,今年2月,北京(通州)大运河文化旅游景区被确定为5A级旅游景区,成为城市副中心的一张“新名片”。景区集三庙一塔、运河公园和大运河森林公园等核心景点于一体,分为北区、中区和南区三个片区,集历史文化、体育休闲、生态景观于一体,大大提升了城市品质,居民幸福感也得到很大提升。

高琼介绍,大运河文化旅游景区由过去西海子公园、运河湾公园和大运河森

林公园三个公园组成。三个公园各有一个管理处,各自运营一个片区,不利于资源的整合,标准也不一样。如今,景区建立起统一的管理中心,组建高素质的讲解团队,对周边绿化进行改造提升,并多方征求意见,增强游客体验感。今年以来,景区已累计接待游客665万人次。

今年6月,通州区还在三庙一塔景区成立了大运河文化研习所,举办国风市集,展示非遗文化,让多彩的运河文化与古老的三庙一塔有机融合。

“过去大运河有‘一京、二卫、三通州’的说法,可见通州在运河文化中的地位。”高琼表示,大运河文化旅游景区将进一步致力于提升游客满意度,让游客既能欣赏到优美的生态环境,又能感受到文化的熏陶。

项目库新增项目数七百三十个  
副中心「两区」项目超额完成全年任务

本报讯(记者 金耀飞)记者昨天获悉,截至10月底,城市副中心“两区”项目库新增项目数730个,名列全市第三,已完成全年任务进度112.3%。推动落地项目数490个,新增入库外资项目数105个,落地外资项目数39个,超额完成全年任务。

今年,城市副中心“两区”建设坚持以开放促改革、以改革优环境,聚焦绿色金融、财富管理、城市科技与创意设计、专业服务等重点领域,围绕政策制度创新、重点项目落地、外商投资促进等重点任务,推动一批突破性案例创新成果和一系列标志性项目落地。

重点项目落地方面,副中心围绕“3+1”功能定位,聚焦“6+3”主导产业,加速推动重点项目落地,促进产业集群化发展。今年以来,区“两区”办、区投促中心持续与市“两区”办、市投促中心保持密切沟通,集合市、区各相关部门资源与力量,共同推动“两区”项目加速集聚。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、华通绿源、北京市市政四建设工程、北京国际贸易通州分公司等央企及子公司注册落地,拓华生物、寰宇资本、快乐车行等重点企业落户副中心。

阳光数智科技有限责任公司(以下简称“阳光数科”)是阳光保险集团的独资控股公司,是今年新落户运河商务区的企业之一。“之所以选择副中心,就是高度认同副中心优良的营商环境、优越的区位优势和高效率的政府服务。”阳光数科总经理助理杨丰昱说,在阳光数科注册、审批等过程中,副中心提供了“一网通办”、“最多跑一次”等高效服务措施,公司很快完成入驻手续并顺利开展业务。

吸引利用外资方面,副中心着力提升国际化招商水平,通过设立国际招商联络机构、应用招商项目数字化管理系统“经济大脑”智招平台、积极开展外资专班企业洽谈工作等举措,形成“市场化、专业化、国际化”的招商新机制,实现外资规模显著增长。今年1-10月,新设外资企业145家,同比增长90.79%。

德威斯特总部位于斯洛文尼亚,是世界知名的数据采集系统制造商。今年初,德威斯特将中国总部德威斯特(北京)企业管理中心(有限合伙)由香港迁入运河商务区,并在运河商务区新设立控股公司华数测试仪器(北京)有限责任公司、德威斯特(北京)测控技术有限公司。德威斯特中国总部总经理王运良表示,在入驻运河商务区过程中充分感受到了北京城市副中心优质服务水平。

加强企业服务方面,区“两区”办积极开展“两区”政策解读辅导工作,举办“亲密伙伴”计划政务服务专场,“两区”建设大讲堂、城市副中心“两区”建设新闻发布会等政策解读活动,吸引超百家企业关注,1500余位企业代表线上线下参加,实现与企业面对面答疑解惑。

值得一提的是,副中心“两区”建设重点聚焦绿色金融、ESG、京津冀协同、人才服务等重点领域先行先试。今年,区“两区”办会同相关成员单位总结提炼制度创新成果20余项,截至目前,已有2项案例入选国家级案例,4项案例入选市级案例。其中,“京津冀政务服务‘同事同标’”作为北京市唯一案例入选商务部自由贸易试验区第五批“最佳实践案例”,三地自贸试验区联合推出179项“无差别受理、同标准办理”的“同事同标”事项,推动京津冀政务服务事项办理结果互认经验做法在全国复制推广。

区“两区”办专职副主任任艳霞表示,未来,副中心“两区”建设将在更广领域、更深层次开展探索,推动更大力度先行先试,深耕制度创新,推动场景落地,聚焦“绿色自贸”“创意自贸”等品牌,紧抓绿色金融、财富管理、ESG等特色产业赛道,持续推动“两区”建设走深走实。

### 副刊·热点

