

多元场景点燃经济新热潮 北京城市副中心消费活力迸发

本报记者 关一文 石峰 金耀飞

消费是城市经济的活力源泉,更是美好生活的生动注脚。如今的北京城市副中心,消费市场热潮涌动、活力迸发:商超升级重塑民生消费体验,大宗消费政策精准撬动市场增量,文旅旅体深度融合拓展消费边界,赛事场馆经济协同催生新增长点,一组组亮眼数据与一个个热闹场景,共同勾勒出副中心消费市场高质量发展的蓬勃图景。

“爆款”不断激活民生消费潜力

消费是城市活力的“晴雨表”,也是经济增长的“强引擎”。记者从市商务局了解到,通州区1至8月实现社会消费品零售总额307.2亿元,同比增长4.2%,增速高于全市9.3个百分点,排名全市第一,预计2025年全年增长5%,2026年增长2%。上半年,通州区批发零售业销售额实现1662.9亿元,同比增长32%,增速高于全市32.7个百分点,位列全市第一,预计2025年全年增长10%,2026年增长3%。从商超的人声鼎沸到商圈的灯火璀璨,从汽车门店的订单激增到特色街区的烟火升腾,北京城市副中心消费市场呈现出“热度爆棚、潜力释放”的生动景象。

“过道宽了,货架矮了,找东西特别方便!”刚在永辉超市通州万达店结完账的市民李女士笑着说。5月22日,该店完成“胖东来”模式调改后重新开业,即便开业首日遭遇降雨,店外仍排起长队,店内更是摩肩接踵。调改后的永辉超市商品结构优化至接近胖东来的80%,现制现售商品占比提升至20%,新增家电区、家居生活馆和餐吧。据统计,复业以来至9月底,该店实现营业额1.1亿元,同比暴涨157%;周均营业额达647万元,同比增长158%;客流量飙升至73.2万人次,同比增幅高达114%,烘焙、熟食等现制商品成为“爆款”,单日最高销量较调改前增长3倍。

7月,副中心迎来了首家“物美超值”超市,物美商品精简至1万种左右,70%为新品类,进口商品占比达15%,还专门设立了胖东来自有品牌专区。“现在逛超市像逛精品店,进口水果、网红零食应有尽有,服务也更贴心了!”市民张大爷的感慨,道出了传统商超升级后消费者的真实体验。两大商超的成功转型,让民生消费从“满足需求”升级为“享受体验”,成为副中心消费活力的重要基石。

针对传统商场硬件设施老化、业态亟须调整等问题,北京2019年起采取“试点先行”的方式,“一店一策”推进传统商场升级改造。通州区积极推进传统商圈改造提升,贵友大厦的改造升级正在全力筹备中。

通州贵友正在规划从传统商业向沉浸式生活空间转型,调整将引入更多聚焦“悦己型”“悦家型”需求的品类组合,包括时尚服饰集合、美妆香氛、书店文创、家居生活、美食轻餐等业态,同时构建开放式“市集化”动线布局,提升逛感与留客时长。围绕城市家庭消费诉求,未来还将融合儿童成长教育、潮流运动休闲、新型社交空间等复合功能,打造多元融合的生活方式。此外,商场高层区域将探索24小时轻社交场景,通过打造情绪释放区、情感归属区等空间载体,满足城市人群在精神层面上的放松、欢聚与“去标签化”的社交需求。

“本来还在犹豫要不要换车,有了新能源汽车消费券,直接下决定心了!”7月,市民王先生给自己换了辆新能源汽车,使用通州区发放的消费券后,他购买的车型直接享受了4000元补贴。

今年以来,城市副中心累计开展三轮汽车消费券发放活动,精准撬动大宗消费市场。政策红利下,汽车销售迎来爆发式增长——全年共销售汽车3545辆,核销消费券944.3万元,直接拉动社零额7.4亿元。走进各大新能源汽车门店,看车、试驾的消费者络绎不绝,部分门店周末单日销量突破10台,销售人员忙得连喝水的时间都没有。“政策出台后,我们店的进店量同比增长了60%,订单量翻了一番!”某品牌4S店店长介绍道。消费券的发放不仅降低了消费者购车成本,更推动了绿色消费理念普及,2025年副中心新能源汽车上牌量同比增长超50%,成为大宗消费增长的“主力军”。

“开业一周年,我们又来打卡了!”9月,通州万象汇迎来开业一周年庆典,商场内张灯结彩,人气爆棚。作为东六环外商业标杆,万象汇总建筑面积约14.8万平方米,汇集260余家店铺,其中区域首店100家,高能级门店37家,涵盖零售、餐饮、娱乐、亲子等全业态。开业至今,万象汇持续领跑区域消费市场,开业前三天客流量近40万人次,销售额近4000万元;一周年庆典期间,推出“碳节水”等主题活动,单日最高客流量突破8万人次,销售额同比增长30%。商场内,老字号店铺前排队不断,网红餐饮座无虚席,亲子乐园里孩子们的笑声此起彼伏,电影院场次场场爆满,一站式“吃喝玩乐购”体验让消费者流连忘返。

备受市民关注的商业综合体“湾里”近日确定了12月26日开业的好消息,北京地区最大的奥特莱斯将与市民见面,主打夜经济的特色街区汀云小镇也将亮相,作为区域商业新地标,湾里将引入更多特色业态与新兴品牌,进一步完善副中心商业布局,为消费者带来更多新鲜体验。

夜幕降临,月亮河小镇步行街华灯初上,热闹非凡。“每晚都想来逛逛,吃点小吃,听听音乐,太惬意了!”近年来,集文化体验、休闲娱乐、特色餐饮于一体的月亮河小镇火出了圈,每晚客流量超2万人次,摊位单日最高营收突破1万元。作为北京城市副中心的特色餐饮街区,这里不仅是夜间消费的聚集地,更成为副中心的“网红打卡地”,今年春节假期迎来消费高峰,接待游客30万人次。旺盛的人气不仅拉动了消费,还孕育了400余个灵活就业机会,“白天上班,晚上出摊”成为不少人的生活新方式,充满烟火气的夜间经济,正成为副中心消费增长的新蓝海。数据显示,通州区餐饮业营业额上半年完成26.2亿元,同比增长10.2%,增速居全市第2,高于全市平均12.3个百分点。

创新消费场景文旅产业蓬勃发展

今年以来,通州区文旅行业蓬勃发展,第二、三季度文化艺术业、娱乐业、规上住宿业营业额与年初相比均呈现大幅增长,未来发展态势良好。文化艺术业方面,今年第二、三季度营业额分别为3.3亿元和4.27亿元,相较于第一季度的1.58亿元增长明显,位于城市绿心森林公园的北京大运河博物馆便是该行业强势增长的一个缩影。

今年5月19日,北京大运河博物馆推出年度重磅展览——中华文明起源系列展之“看·见殷商”,开展首日异常火爆,来自各地的文博爱好者齐聚大运河畔。

殷商大展汇聚了中国社会科学院考古研究所、河南博物院、殷墟博物馆等29家文博单位的344件(套)珍贵展品,涵盖青铜器、玉器、陶器等大类,其中不乏妇好鸀尊、亚长牛尊等国宝级展品。展览累计接待观众超20万人次,单日最高客流量近万人,其间还联动商圈和文化场馆、体育赛事、酒店等,开展票根经济,全方位推动文旅旅体融合与文化惠民。

娱乐业方面,相较于第一季度19.69亿元的营业额,通州区在第二、三季度分别达到了40.5亿元和59.67亿元。北京环球度假区上半年实现营业收入38.2亿元,同比增长5.42%,行业内带动效应明显。

今年“五一”小长假,北京环球影城成为副中心热门旅游打卡地。据统计,截至5月1日,环球度假区门票同比增长约213%,假期首日热度位居全国景区第二。暑假期间,北京环球度假区还特别推出毕业季特别活动,不断丰富面向青少年群体的内容体系。

规上住宿业方面,第一、二季度全区的营业额分别为2亿元和2.6亿元,第三季度在暑期旺季的带动下,营业额跃升至4.89亿元,实现大幅增长。

今年3月,《北京城市副中心促进文旅产业高质量发展的实施

细则(修订版)》正式发布,明确提出要在副中心支持培育一批中高端酒店品牌,形成住宿业规模化、品牌化、连锁化发展,鼓励旅游服务机构评星升级,鼓励住宿业融合发展……一系列具体举措为副中心酒店行业提供了明确的政策指引,进一步推动了酒店行业高质量发展。

今年9月,通州区新开多家高品质酒店。其中,拥有335间客房及套房的北京通州皇冠假日酒店紧邻地铁7号线群芳站,驾车五分钟即可到达在建的海昌海洋公园和顶点公园,乘地铁前往环球影城仅3站,交通十分便利。建国饭店·环球店靠近首旅集团总部大厦,共有227间客房,酒店深入挖掘运河文化内涵,将京韵文化、漕运历史、非遗传承等元素融入空间设计与服务体验。由首旅集团打造的“苡荷Live”坐落于张家湾设计小镇,包含“建国·璞隐”中高端连锁酒店和设计师酒店公寓,两大酒店共提供415间客房,覆盖不同住宿场景。

接下来,位于环球度假区东侧的湾里·诺岚酒店将于今年12月正式开业。该酒店共配备329间特色客房,部分客房及公共区域可直接观看环球影城景观。这里正式营业后,将为京津冀地区乃至全国游客带来沉浸式度假新体验。

一个个热闹的消费场景,一组组亮眼的数据,彰显着副中心消费市场的强劲韧性与巨大潜力。未来,随着更多消费政策落地、商业项目建成与消费场景创新,副中心将持续点燃消费热情,为国际消费中心城市注入源源不断的动力。

赛事场馆联动构筑体育消费增长新引擎

这个周末,激情四溢的半程马拉松将在副中心美不胜收的金秋美景中鸣枪开跑,届时将有1.5万名选手参与角逐。近年来,通州区紧抓北京城市副中心建设重大机遇,积极顺应全民健身与体育消费升级趋势,以赛事经济和场馆经济为重要抓手,深挖体育消费潜力,培育经济增长新动能,取得显著成效。体育,正日益成为提升城市活力、满足人民美好生活需要的重要支点。

通州区充分发挥品牌赛事的集聚效应和辐射带动作用,成功打造了一系列具有区域特色和广泛影响力的体育赛事IP。

马拉松不仅提升了副中心的知名度和美誉度,更直接拉动了赛事期间的住宿、餐饮、交通、旅游等相关消费。

从今年上半年的副中心马拉松赛事中便可见一斑。据统计,今年“副马”期间,沿线10家重点酒店接待总收入达211万元,平均入住率达到90.76%。区重点商圈,如万象汇销售额较赛前一周环比上涨超三成,万达广场销售额较赛前一周环比上涨超两成。

说到赛事经济,就不得不提运河龙舟赛。今年端午节,一场龙舟大赛在通州运河开赛,来自北京、河北、广东等地的32支龙舟队开赛竞渡,千年运河文化底蕴与现代竞技体育精神完美交融。

端午三天假期,北京大运河龙舟嘉年华打造了“赛事+”多元融合矩阵,充分发挥供应链链接作用,促进体商文旅融合发展,是搭载“假期经济”和“赛事经济”双引擎的全民健身综合体活动,为市民游客带来体育赛事、民俗表演以及吃、游、购、娱等全方位的假日新体验。

作为北京大运河龙舟嘉年华重要内容之一的运河西岸更开启“狂欢模式”,约4000个固定看台座位,40多个特色摊位汇集了体育商品、文创手办、冷餐咖啡、民俗活动等多元内容,市民在观赏激烈赛事之余,还能品尝美食、购买特色商品,全方位感受节日的欢乐氛围。据不完全统计,仅端午节当天,现场观赛和游玩的市民群众就超11万人次。赏运河、看比赛、品美食,市民游客收获满满。

除大型赛事外,副中心还积极引进和培育各类群众性体育赛事。从热力四射的“村BA”、夜跑、骑行,到帆船、桨板、赛艇等水上项目,形式多样、覆盖各年龄层的赛事活动贯穿全年,满足了市民多元化、个性化的体育需求,持续点燃全民健身热情,有效激发日常体育消费。

值得一提的是,副中心注重推动体育与文化、旅游、商业的深度融合。赛事期间配套举办体育用品展销、民俗文化体验、特色美食等,形成“一场赛事、多种体验”的消费场景,延伸了产业链条,放大了赛事的综合经济效益。

现代化的体育场馆设施是发展体育消费的重要载体。随着副中心建设不断加快,一批体育场馆投入使用。路城全民健身中心于2024年3月投用,建筑面积约4.8万平方米,拥有篮球馆、羽毛球馆、游泳馆、网球场、足球场等专业场地。在城市绿心森林公园南门,昔日老厂房华丽转型,变身一座工业风体育馆——城市绿心活力汇,结合“体育+”的概念,将体育与娱乐、体育与商业餐饮、体育与旅游等功能空间,布置于城市“绿心”之中。

据场馆运营方北京北投体育产业有限公司介绍,2025年前三季度营收达4500万元,同比增速19%。赛事运营、场馆租赁等业务增量显著,贡献率超45%。

除了新建场馆外,本地居民的“老朋友”——通州体育场于今年6月1日焕新迎客。该项目总建筑面积7万余平方米,核心功能包括三馆、一场、一中心,即体育馆、游泳馆、冰上运动馆、体育场、全民健身中心,现已全部投用,吸引各类运动爱好者上万人。

体育场馆不再仅仅是运动场地,更演变为综合性的社交与休闲娱乐中心。许多场馆引入轻食餐饮、体育零售等配套服务,有效激发消费活力。

赛事经济的“火”与场馆经济的“活”相互促进、协同发展,通州区体育消费焕发蓬勃生机。通州区体育局相关负责人表示,未来将继续优化体育产业发展环境,进一步完善体育设施布局规划,鼓励社会资本投资建设更多适应市场需求的体育服务综合体。支持本土体育赛事运营企业、场馆运营机构发展壮大,吸引更多高水平体育产业人才汇聚。深化“体育+”战略,推动体育与更多领域跨界融合,创造更多新业态、新模式、新消费场景。

