

湾里商业综合体正式开业三天客流60万

湾里：冬日京城最热门消费新地标

本报讯(记者 关一文)12月26日上午,伴随醒狮腾跃与市民的热烈欢呼声,北京城市副中心文化旅游区核心项目——商业综合体“湾里”正式开门纳客。数据显示,开业当天客流即达16万人次,诺岚酒店入住率达到80%。12月26日至28日,启幕三天客流达到60万人次。19日试运营以来总计140万人次,累计销售1.1亿元,成为冬日京城最热门的消费新地标。

26日湾里正式开业真是热闹非常,10时一开门,顾客如潮水般涌入商场,多家特色商铺前迅速排起长队。据统计,当天湾里的客流就达到了16万人次。

湾里的火爆,离不开其得天独厚的区位与交通优势。该项目坐落于副中心文化旅游区,紧邻北京环球度假区,距离通州张家湾设计小镇仅2公里,与环球度假区二期、海昌海洋公园等重大产业项目协同联动,形成强大文旅聚合效应。轨道交通方面,项目无缝衔接地铁1号线、7号线花庄站,规划中的S6线未来将直通首都国际机场、大兴国际机场,实现一小时京津冀轨道圈融合。

“绿色出行方便又省钱,半小时就从

市区到这儿了。”市民王女士和几位好友趁周末专程来打卡。自驾游客也无需担忧停车问题,北京环汇置业公司总经理助理周路苇说:“周边新增了5000多个停车位,整体在大客流期间停车位将超过1万个。12月31号当天,作为北京市整体跨年活动的的一个分会场,这里还会有跨年倒计时时的活动。”便捷的立体交通网络,让湾里真正实现了“轨道终点即城市活力起点”。

总建筑面积约50万平方米的湾里,由湾里·王府井 WellTown、湾里·汀云小镇、湾里·诺岚酒店三大板块构成,以精准的业态布局覆盖多样化客群,打造游购娱住一站式体验。

在湾里·王府井 WellTown,18.7万平方米的空间内,光影之境、悬水之境、穹宇之境三大主题中庭将自然景观与科技完美融合,流水幕墙前围满了打卡拍照的市民。湾里·汀云小镇是一处多元场景人文度假社区,10万平方米的空间,布局着街区商业、旅居院落群和“火山公园”。湾里·诺岚酒店以古巴比伦空中花园为设计灵感,共设329间客房。酒店首创“艺术盒”与“水晶盒”双社交场景,内设可俯瞰



顾客涌入商场,探索湾里特色商铺。记者 常鸣摄

环球影城全景的无边泳池,着力打造京城旅居新标杆。

湾里的火爆,更离不开“首店经济”与特色活动的双重加持。湾里项目聚焦首店招商,汇聚超百家首店品牌,覆盖服饰、

餐饮、娱乐等多元业态——从黑明、山石榴等餐饮首店,到VRIL全国首店、康新re+delicates全国旗舰店,再到益前沿科技馆等特色体验场馆,不断刷新市民的消费体验。

“通武廊”男女混合接力赛落幕



两名选手相距毫厘,赛事紧张热烈。记者 唐建/摄

本报讯(记者 金耀飞)蓝天白云下、红色跑道上,京津冀三地的混合接力队伍在通州奥林匹克体育中心展开毫厘之争——近日,“通武廊”男女混合接力赛决赛圆满落幕,4×100米、4×400米两个项目的三个组别冠亚季军全部诞生。

京津冀协同杯北投体育“通武廊”男女混合接力赛由北京市通州区体育局、天津市武清区体育局、河北省廊坊市体育局联合主办,体现了京津冀协同办赛的核心,得到了通州区融媒体中心、区直机关工委、总工会、区教委等多方协办支持。

赛事设置4×100米、4×400米男女混合接力赛两大项目,并划分大众组和通州区教委高中组、初中组三个组别,覆盖了机关干部、学校师生、社区群众等多元群体,构建了多层次、广覆盖的赛事参与体系,让不同年龄段、不同行业的体育爱好者都能参与其中,共享运动乐趣。

经过12月20日、21日两天预赛的争夺,通州区教委、武清区体育局、廊坊市体

育局、中仓街道等领衔的大众组,以及潞河中学、运河中学、中国人民大学附属中学通州校区等为代表的的高中组、初中组站在决赛的赛道上。

“砰!”随着一声枪响,选手们如离弦之箭冲出起跑线……最紧张、刺激的当属高中组4×100米男女混合接力赛,潞河中学以0.18秒险胜人大附中通州校区,最终凭借48.30秒的成绩站上了最高领奖台。

经过一个多小时“速度与协作”的比拼,武清区体育局、马驹桥镇人民政府分获大众组4×100米、4×400米男女混合接力赛冠军。高中组的两个冠军则被潞河中学、人大附中通州校区收入囊中。初中组的冠军分别是人大附中通州校区和北京二中通州分校。

当最后一支队伍冲过终点,无论胜负,每一位参与者都已赢得掌声。他们用奔跑的脚步,共同描绘了一幅区域联动、全民健身的活力图景。

本报社会观察

梦想照进现实仍需跨越多重鸿沟

AI眼镜戴上挺酷用着烦

本报记者 孙奇茹

一副看似普通的眼镜,却能实时翻译外语、识别万物、“看一下”支付,甚至将虚拟信息隔空叠加在现实画面中——这是AI(人工智能)眼镜带来的智能生活图景。今年以来,从科技巨头高调入场到创业公司密集发布新品,从数码博主竞相测评到普通消费者跃跃欲试,AI眼镜掀起了一股“明日已来”的智能消费热潮。但记者采访后发现,要想让智能设备完全走进现实,仍需跨越多重鸿沟。

新体验

把AI助理“戴”在眼前

“盯了三个月,终于下手了!”在互联网公司工作的徐擎是朋友圈里公认的科技“发烧友”。几个月前,他花三千多元购入了一副知名品牌的AI眼镜。很快,这副眼镜就成了他工作生活中的“随身助手”。每次外出聚会,他逢人就聊起这一“神器”。“前几天接待德国的合作方,同事都靠人工翻译,我这边直接在眼镜上就能看到实时翻译结果,交流起来特别顺畅。对于经常有涉外交流的人来说,简直是利器!”徐擎一边演示一边向记者“安利”。

徐擎告诉记者,周末去陌生的街道骑行,他不用再频繁低头看手机地图,绿色的AR导航箭头、行进速度、预计到达目的地的时间等信息都“悬浮”在眼前。看到想拍的东西,不用停下来手忙脚乱地解锁手机,只需要用手单击或者长按镜架上的按钮,就能用眼镜快速完成第

一视角的照片、视频抓拍。

作为一名小学五年级学生的父亲,徐擎还尝试用AI眼镜给自己开启了隐形“外挂”。当孩子指着课本上的陌生单词或复杂的数学题提问时,徐擎只需将双指轻触镜腿,眼镜就会在几秒钟后自动通过悬浮的字幕给出解答。

这“无声问答”的背后,是一套预先设置的指令交互逻辑:双指触摸镜腿的动作,会触发“如果看到题目,请直接告诉我答案;如果不是中文,翻译出来”的指令,实现“读心”一般的体验。

徐擎的体验并非个例。最近一年来,AI眼镜正从小众极客圈走向大众视野。从千元级入门款到数千元的高端款,市场上涌现出形态各异、功能侧重点不同的AI眼镜,繁荣的“百镜大战”下,“把AI助理‘戴’在眼前”正变为越来越多人触手可及的现实。

新烦恼

眼镜“失聪”无法支付

然而,当炫酷体验的新鲜感褪去,AI眼镜体验不佳、宣传夸大等问题也开始显现。

“戴了两小时鼻梁压出红印,AI功能延迟到让人抓狂,果断退货。”一位消费者向记者说起自己的AI眼镜初体验。而在某社交平台“AI眼镜避坑”话题下,类似的吐槽帖获得了数千点赞。记者发现,为了集成摄像头、电池、芯片和微型显示模块,目前大多数AI眼镜的重量远超普通光学眼镜,有些眼镜单侧重量就达到47克,戴上后压迫太阳穴和鼻梁,与厂商宣传的“全天候无感佩戴”相去甚远。

还有的消费者发现,“无缝交互”

新担忧

“说拍就拍”让人发毛

除了沉重、迟缓、娇贵不“抗造”等使用体验上的“槽点”,AI眼镜还催生了一种新的担忧——隐私安全。一枚安静架在佩戴者耳边的摄像头,让不少人心里发毛。

“现在坐地铁,看到戴这种眼镜的人,我都下意识侧目。”在国贸上班的白领周霖就说起一次不愉快的经历。今年夏天,她与一位不太熟悉的工作伙伴在非工作场合偶遇,寒暄几句后便告别了。然而回到家后,她却收到了对方发来的当天见面的视频,对方还得意地告诉她:“我刚用AI眼镜拍的,好玩不?”

这未经允许的“偷拍”令周霖感到后背发凉,“我当时只看到他戴着普通的黑框眼镜,完全没意识到是AI眼镜正怼脸拍我呢!这也太没边界感了!”

这种疑虑并非杞人忧天。智能眼镜提供的“第一视角”和“解放双手”的体验,本身就构成了难以被察觉的隐私威胁。而不少厂家、商家在产品设计与售卖宣传中,恰恰将“无感拍摄”作为核心卖点之一进行宣扬。

在位于石景山区的一家智能设备体验店里,当记者询问一款售价1700多元的智能眼镜是否会在开启拍摄功能时亮起提示

灯,被其他人注意到时,店员一边演示一边对记者说:“拍摄提示灯看不到的,拍摄功能开启之后镜头这里会冒一个小白光,但基本只有摘下眼镜时才会看到,戴着的状态下旁人很难察觉。”

在中关村科贸电子城的电子卖场,多个电子设备柜台的卖家表示,卖场内并不售卖能实现无感拍摄的AI眼镜,“网上找找,外地能买得到。”记者在电商平台搜索后发现,具备“3200万像素高清拍照录像”“无感拍摄”等功能的AI眼镜售价只需两三百元,当记者询问是否能无感拍摄时,对方表示:“买个遮光贴把提示灯贴上就行”。

为了应对隐私担忧,一些厂商为其AI眼镜装上了物理指示灯和传感器,当拍照、拍摄视频时指示灯会亮起,并称如果传感器被遮挡,系统就会自动禁用拍摄功能。然而,根据数码博主对一款知名品牌AI眼镜的实测,当采用物理方式遮挡指示灯,例如用黑色记号笔直接涂抹,或是在指示灯上覆盖一层特殊材料的透明膜后,亮起的指示灯就“隐形”了,眼镜仍可正常摄录,并未出现任何功能中断,所谓的安全机制形同虚设。

新建议

生产企业应加强自律

“消费者不只想买一个科技玩具,而是期待它能成为真正实用的日常设备。”工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林认为,AI眼镜无疑是未来人机交互的重要方向之一,但目前上市的AI眼镜普遍价格偏高,功能有限,续航时间短,难以全天候佩戴。要想真正融入日常生活,还需要进一步实现功能丰富、体验完善、价格实惠以及生态兼容性高等特点。

面对AI眼镜等智能穿戴设备面临的公众疑虑与治理挑战,某智能穿戴设备企业创始人董红光提出,由于AI穿戴设备行业发展较快,且AI时代的数据采集与使用

方式十分多元,针对由此产生的隐私问题的监管约束,当前相关法律法规尚未完善,在政策明确前,企业与行业自律至关重要。他建议,AI穿戴设备商家应采取自我克制态度来进行产品设计,例如采用低清晰度摄像头,严格限定摄像头用途,对于AI识别的图像内容,在识别完成后,图像数据应在设备上被立即删除,系统不应做任何留存。

北京星也律师事务所高级顾问于泽辉建议,AI眼镜厂商应该把摄录提醒做成无法被禁用的“强提示”,另一方面可以设置特定手势,如AI一旦识别到“对方举起手掌”等动作,便应立刻停止录制。

将“中国设计”“中国创造”成果推向世界

环球趋势大会展现中国品牌全球新叙事

本报讯(记者 赵鸣)近日,由环球网主办,中关村科技园区通州园管理委员会与通州区投资促进服务中心支持,以“环球相约·智启新程”为主题的第六届环球趋势大会在环球城市大道举行。大会正助力将“中国设计”与“中国创造”成果推向世界舞台。

大会聚焦“出海扬帆”与“新质消费”两大关键领域。环球网总经理单成彪表示,“中企出海”已成为企业发展必选项,不仅要“走出去”,更要“走上去”。同时,以新质生产力为核心引擎,提振新质消费是激发内生动力

的关键。中关村科技园区通州园管理委员会主任高炳仰谈到,通州正以每年超千亿规模的持续投资汇聚发展动能,一批消费新场景与产业新地标加速呈现。他表示,张家湾设计小镇汇聚了龙头企业与高校院所,享有多重政策叠加优势,致力于构建开放协作、跨界融合的产业生态圈。他诚挚邀请全球企业家与创新者走进通州这片热土,共同将“中国设计”与“中国创造”的成果推向世界舞台。

通州区投资促进服务中心党组书记李峥阐述了副中心作为企业战略布局高地的综合优势。他表示,围绕金融商务、文化旅游、城市科技等核心产业,运河商务区、湾里微度假小镇、张家湾设计小镇等重点功能区已形成协同发展的产业生态。通州正以精准的产业政策、优质的载体空间和“运河英才”等服务体系,全力打造一流的营商环境。他诚邀全球企业家将此作为布局北上、辐射全球的战略支点。

在“出海扬帆”板块,京东工业国际业务相关负责人强调,供应链的稳定与可靠远比单纯追求

扩张速度更为关键。百度“秒

哒”产品总经理朱广翔在发言中,阐释了以AI技术推动创意普惠的出海新路径。小鹏汽车副总裁陈函也阐述了小鹏汽车的全球化布局以及对中国新能源汽车行业出海的思考。元气森林党委书记、联合创始人王璞在分享中,以“初心、挑战、共鸣”为脉络,讲述了中国气泡水品牌走向世界

的故事。面对国内市场的结构性变化与全球现制饮品赛道的广阔机遇,益禾堂国际业务负责人冯蓝莹在发言中阐释了其出海的长期主义哲学——“全球本土化”。通用技术宝石花医疗所属宝石花国际医疗健康有限公司党支部书记、总经理王一龙在发言中,剖析了中企出海过程中面临的“健康因

素”问题。

值得一提的是,“汉字与世界的对话”也在本次大会期间上演——汉仪字库与环球网进行战略合作签约,双方联合发布“汉仪环球

体”,助推中国品牌走向全球。大会下半场聚焦“新质消费”,蒙牛集团副总裁杨晓君在发言中阐述了其打造新质生产力的系统路径。泰康之家养老社区事业部销售管理部总经理李冠华在发言中,分享了其构建全生命周期健康服务体系

的创新实践。银联商务浙江创新部高级主管李天德介绍了其通过数字化平台重构传统福利发放模式的创新

实践。鄂尔多斯市伊金霍洛旗工业信息化和投资促进局党组书记、局长杨金峰阐述了当地以市场主体需求为导向、打造“暖城、五心”营商环境品牌的实践。

此外,大会最后还发布了“2025

环球趋势案例”。

福建的水仙、贵州的兜兰进京了

2026家庭园艺嘉年华元旦启幕

本报讯(记者 曲经纬)元旦将至,花香先临。再过几日,2026北京家庭园艺嘉年华将于1月1日正式启幕,来自河北张家口、湖北十堰、湖南邵阳、河南南阳的馥郁月季已陆续登陆京城各大花市,一场跨区域协同的花香盛宴正悄然酝酿。

从寻常百姓的“胡同盆栽”到文人雅士的“方寸清供”,养花摆花一直是“京味儿文化”的生态底色。随着花园城市建设的不断推进,这种“院中有花,屋内有景”的生活需求正通过一米花园、半米阳台、案头园艺等形式走进市民家,让园艺成为市民美好生活的温暖承载。“家庭园艺嘉年华”正是为此孕育的特色文化品牌,今年已步入第三届。

记者从市园林绿化局了解到,本届嘉年华将跨区域协同发展作为服务市民的关键抓手,与张家口、十堰、南阳等对口城市合作,让南枝北蕊在京城绽放别样芳华。这种协同合作不仅丰富了花品选择,更通过全链条优化让市民得实惠。北京花卉交易中心搭建的数字化产销网络,整合了80余种超3.7亿条数据,从张家口大棚采摘到北京货架陈列,每盆兰花都实现全流程数字化管理。

线上线下联动让跨区域购花更便捷。美团、京东等平台开设的“跨越花市”专区,搭配即将上线的《北京赏花购花地图》指引,市民既

能线上下单次日达,也能按图索骥到就近花店体验。活动期间,北海、景山等重点公园以及东四园艺驿站、双秀公园等园艺驿站,还将组织园艺课堂、亲子互动等家庭园艺活动,专业园艺师现场教您种花、养花,为广大花卉爱好者提供学习和交流的平台,扩大“园艺生活”朋友圈。

除了对口城市花卉,这个冬天,来自全国8个花卉主产区的20家龙头企业为首都市民带来了特色年宵花,山东的牡丹、广东的朱顶红、福建的水仙、贵州的兜兰、浙江的杜鹃等纷纷进驻花卉市场,南枝北蕊各具其美。配套的“马上兜兰”等生肖文创将地方文化与园艺美学巧妙融合,这些融合了传统生肖文化与现代园艺美学的主题盆栽及文创产品将在全市15家万达广场、30家重点公园、20家园艺驿站以及多家花卉园艺市场和合作社花店同步展销,也可以通过“北京花卉”小程序在线浏览与选购。从1月1日到3月10日,23家花卉市场、100家园艺驿站还将开展跨区域花艺交流活动,让市民在赏花购花之余,读懂每朵花卉背后的故事。

“跨区域协同不是简单的花材搬运,而是让优质资源真正服务市民需求。”市园林绿化局相关负责人表示,这场花香之约既满足了首都百姓的高审美追求,更让“院中有花,屋内有景”的生活愿景照进更多家庭。

中央生态环境保护督察在北京

值班电话:010-55562030 邮政信箱:北京市朝阳区A01215号邮政信箱

中央生态环境保护督察群众信访举报转办和边督边改公开情况(第二十七批、第二十八批、第二十九批)

2025年12月16日至12月18日,中央第一生态环境保护督察组向北京市交办第二十七批、第二十八批、第二十九批群众信访举报件共101件,涉及通州区共7件,现按要求向社会公开以上批次《中央生态环境保护督察群众信访举报转办和边督边改公开情况一览表》。



(详情可扫描二维码)