

环球度假区推出新春新玩法

环球中国年主题活动持续到3月3日

本报讯(记者 关一文)昨天,北京环球度假区宣布,长安三万里、原神、盗墓笔记、第五人格等多个全球高人气IP,将分别加入2026年北京环球度假区“环球无限春日”和“惊彩”环球主题性季节活动,通过跨次元IP联动呈现独家故事,结合更丰富的剧情和玩法,为广大游客与IP粉丝带来主题公园沉浸式娱乐体验。

其中,长安三万里和原神等将率先亮相2026年“环球无限春日”,长安三万里互动主题餐厅和原神互动主题区等将从今年3月20日起开启。

盗墓笔记、第五人格等将落地2026年“惊彩”环球,带来涵盖全新故事体验与丰富主题场景的惊吓空间,融合沉浸式探险与冒险元素,营造紧张刺激、具有沉浸感的体验。

自2021年开园以来,北京环球度假区不仅汇聚了全世界环球主题公园的经典之作,与中国文化元素精心融合,还在原有七大主题景区体验的基础上不断创新开发更具故事性的娱乐体验,打造特色餐饮、定制

化主题商品及沉浸式住宿体验。据了解,更多广受全球游客与粉丝喜爱的国际IP将陆续加入北京环球度假区主题性季节活动。

眼下,北京环球度假区“环球中国年”主题活动正在火热进行中,这场新春盛宴将持续至3月3日,为游客带来集视觉、味觉、互动于一体的沉浸式过年新体验。

步入好莱坞大道,升级亮相的环球绮丽金梅树瞬间成为焦点。夜幕降临,“音符凝香满园春”灯光庆典同步开启,流光溢彩的灯光与新春音乐交织流转,金色树影下,身着红装的游客们纷纷举起手机合影,将祈福心愿藏进光影之中。大道两侧,费欧娜、穿靴子的猫等明星角色悉数换上华丽新装,小黄人乐园里,换上马年造型的小黄人举着香蕉道具热情迎客,时不时与游客玩起合影作剧,氛围感拉满。

《团圆啦》新春特别演出的舞台上,14位国际IP明星与数十位演员共同演绎团圆故事。《功夫熊猫》的阿宝与川剧演员同台献艺,变脸的瞬间引发全场掌声雷动;朱利安

国王带领演员们跳起欢快舞蹈,敲鼓杂技的刚劲与刀马旦的柔美相得益彰,中式楼阁造型的舞台背景与吉祥符号相映成趣,中外文化元素在现代化编排中碰撞出独特火花。演出结尾,漫天彩带飞舞,游客们起身跟唱,红火的氛围将新春喜悦推向顶点。

环球新春广场上,烟火气十足的年味小吃摊前排起长队。爆肚粉的鲜香、肉丝煎饼的焦香、糖葫芦的酸甜交织弥漫,游客们手持糖人拍照打卡,孩子们围着糖画艺人欢呼雀跃。“这就是小时候过年的味道!”正在品尝绿豆糕的张先生感慨道。主题餐厅内更是座无虚席,落霞餐厅的中西合璧年夜饭、哈蒙德餐厅的精致年夜大餐,让全家人在味蕾享受共度团圆时光。今年,北京环球度假区两家度假酒店和北京环球城市大道,也准备了年味十足的住宿与餐饮体验迎接全球游客。新春的北京环球度假区,将以一站式过年新场景为春节文旅消费增添火热气息。

主题商店里,功夫熊猫新春系列商品

备受追捧。马头帽子、爆竹泡泡机、山楂造型毛绒玩具等萌趣好物成为游客的心头好,不少人将温暖实用的功夫熊猫围巾纳入穿搭,既能保暖又能成为拍照亮点。“买个泡泡机给孩子,再带些伴手礼送朋友,把环球的年味带回家。”正在挑选商品的李女士说。

值得一提的是,今年恰逢北京环球度假区开园五周年,园区内随处可见“5”字元素与红灯笼的创意组合,好莱坞景区中心花园的五周年主题雕像被祥云环绕,提前点燃全年精彩氛围。作为开年首个季节性主题活动,此次环球中国年以“团圆”为核心,将传统年味与国际潮流深度融合,为游客打造一站式过年新场景。据悉,北京环球度假区还将以“环球五周年,任你超无限”为主题,推出九大核心主题活动,持续为游客带来限定体验与惊喜,邀大家共同解锁全年精彩。这个新春,不妨带上环球过大年,在中外文化的交融中,感受不一样的潮流年味。

春节期间预计有5.4亿人次乘火车出行 截至2月3日8时已售车票超8449万张

春运高峰单日开行列车超1.4万列

记者从国铁集团获悉,今年铁路春运已经于2月2日开始,为期40天,铁路预计发送旅客5.4亿人次,日均发送1348万人次,同比增长5.0%。春运首日,全国铁路发送旅客1223.5万人次,北京地区发送49.5万人次,到达44.7万人次,运输安全平稳有序。

增开列车应对客流高峰

国铁集团客运部相关负责人介绍,今年春运,铁路客流整体呈现稳定增长态势,节前以务工流、探亲流为主,节中节后学生、探亲、旅游、务工流部分叠加。

铁路部门深入挖掘运输潜力,科学编制运行图,进一步加开旅客列车,其中跨铁路局集团公司的直通旅客列车每日最高可增开1500余列,在京广、京沪等主要高铁干线通道安排开行夜间高铁

节前这些热门区间有余票

截至2月3日8时,铁路12306已累计售出春运期间车票8449万张,平稳度过节前车票发售高峰,系统保持安全稳定运行。从预售情况看,热门出发城市主要有广州、北京、上海、深圳、成都、杭州等;热门到达城市主要有北京、广州、上海、成都、郑州等;深圳至香港等热门区间客流相对集中。

从余票情况来看,2月3日至9

日,北京往返上海、南京往返上海、重庆往返成都、郑州至北京等区间余票充足;广州往返汕头、佳木斯往返哈尔滨、大连往返沈阳等区间尚有余票。2月10日至14日节前客流高峰期,北京往返上海、上海往返南京、温州等区间尚有余票;京津冀、沪宁杭、广深港等地区城际列车余票充足。

本报记者 胡子傲

攻略 春运已开启,网传的“抢票软件”“加速包”靠谱吗?如何提高候补成功率?

■ 避坑“加速包”并不能插队

近期,有旅客反映,他在“抢票软件”花60元买了“加速包”,结果同时收到“抢票软件”和12306官方的“候补成功”通知。经核查,后台只有一个候补订单,是由12306候补兑现成功的,“抢票软件”却冒领功劳,导致旅客白白花钱。

但也有网友发现,在“抢票软件”上只要购买“加速包”,几乎就能买到票,这是为什么?难道是捡漏了吗?铁科院电子所数智客运研

究室赵千谊介绍,铁路所有票源都在12306上,额外付费并不能改变在12306兑现的顺序。旅客通过“加速包”买到票,有两种情况:

一是有其他旅客退票或改签产生余票;二是铁路部门依据实时监测和大数据分析,增开了临时列车,增加了运力,票额供应变多了,旅客也就买到票了。

不管哪种情况,都与“抢票软件”“加速包”没关系。

■ 支招 打开这个选项提高候补成功率

候补购票功能已成为旅客购买紧张车票的重要渠道,如何提高12306候补成功率?有什么技巧吗?专家建议——

提交候补时,尽量增加一些候补车次与日期,每个订单可选择3个乘车日期、最多60个候补车次,选择的候补车次越多,成功率越高。

建议开启“接受新增列车”选项,当出现新增列车时,系统会自动兑现符合需求的新增车次,增加购票成功率;在“接受新增列车”选项下,可以选择希望出行的时段和座位类型,更容易候补成功。

据央视

本报社会观察

同价不同量 优惠力度“按闹分配”老用户费用反而更高 手机套餐咋这么多“弯弯绕”?

体验

客服推荐套餐性价比却更低

记者发现,不仅套餐资费和内容“远近高低各不同”,部分套餐的办理入口还相当隐蔽,有的甚至“非请勿来”,只有客服主动邀请的特定用户才能获得相应优惠。

“得亏跑了趟营业厅,不然还真不知道每个月能省出10块钱副卡费,两张副卡两年下来能省480块!”两个月前,家住海淀区的郭先生在营业厅办理业务后,工作人员主动告知他一项优惠——郭先生的主卡名下可以设4张副卡,并且可以享受两年的免副卡费优惠。“之前打电话给官方客服咨询时,压根没提套餐,只让我直接从APP上操作,每月交10元,没想到来趟营业厅还有额外收获。”郭先生说。

郭先生的经历并非个案。当用户通过客服渠道咨询套餐时,被推荐的往往并非最实惠的选择。记者以消费者的身份测试了一次,也被推荐了相对更贵的手机套餐。

怪招

“闹分手”马上拿到3折优惠

如何才能找到更实惠的套餐?有的老用户发现,当自己因套餐不实惠等原因准备携号转网、与当前运营商“分手”时,却意外接到对方伸出的“橄榄枝”,给出6折甚至3折的超低优惠。

“请问您是什么原因要携号转网呢?”明女士刚发送携号转网申请短信,几分钟后便接到运营商的回访电话。她直言“套餐费太贵”,回访员随即推荐了一个月费55元的优惠方案,包含25GB流量和300M带宽。

几乎同等价格的套餐,包含的流量却有10倍之差;优惠力度“按闹分配”,提出携号转网才能拿到更实惠的套餐;一些特别优惠需要客服主动邀约才有效,且仅限本人……作为手机用户,您遇到过这些套餐里的“弯弯绕”吗?

不久前,有关电信运营商“杀熟”的话题在网上引发热议。记者调查发现,日常使用的手机套餐确实存在不少“同价不同量”情况,老用户反而费用更高,那些更实惠的套餐“藏”得太深。

现象

同样价格流量只有别人1/10

“同样是一个月70多块钱,我只有10GB流量、30分钟通话,同事竟然有100GB流量、1800分钟通话。”在与公司同事的一次闲聊中,焦先生惊讶地发现,两人每月电话费几乎差不多,自己享受的流量却只有同事的十分之一。当他把自己的经历在好友群中分享后,一位好友晒出的套餐让他瞪目结舌:月费35元,包含150GB流量、1500分钟通话,送1张副卡、200M宽带,每月还额外赠送一个视频网站或共享单车的会员卡。

记者采访多位用户后发现,“同量不同价”的情况,三家电信运营商也都存在。套餐价格的“千人千面”,让不少用户感到不解。“为啥别人能办3折套餐,我却只有7折?”白领子木很郁闷,她是一家运营商17年的老用户,但无论如何与客服交涉,对方都表示只能给出7折优惠,而她在社交平台上发现,同档位套餐中,不少用户拿到了5折甚至3折优惠。

质疑 “闹分手”马上拿到3折优惠

有的老用户发现,当自己因套餐不实惠等原因准备携号转网、与当前运营商“分手”时,却意外接到对方伸出的“橄榄枝”,给出6折甚至3折的超低优惠。

“请问您是什么原因要携号转网呢?”明女士刚发送携号转网申请短信,几分钟后便接到运营商的回访电话。她直言“套餐费太贵”,回访员随即推荐了一个月费55元的优惠方案,包含25GB流量和300M带宽。

宽的宽带,感觉不太实用。”见明女士仍不满意,对方立即表示,又找到一个更实惠的一个原价219元的套餐,折后仅65.7元,相当于打了3折,包含100GB流量、1800分钟通话,再免费将宽带从200M升级至1000M,还赠送两年视频网站会员。

市民赵女士也经历了一场如开盲盒般的套餐“争夺战”。得知朋友不久前通过尝试携号转网成功拿到更便宜的折扣套餐后,她打电话询问客服,却被告知朋友办理的是“老活动”,无法由她办理同款。为安抚赵女士,客服转而提出了另一套方案,并强调:“我给您的套餐,您在哪个渠道都找不到。”赵女士挂断电话后,特意在运营商官方APP中查询,的确未见同样内容的在售套餐。“难道只有逼着用户不停比较、投诉,才能换来本来公开透明的优惠?”赵女士直言不理解。

郭先生的经历并非个案。当用户通过客服渠道咨询套餐时,被推荐的往往并非最实惠的选择。记者以消费者的身份测试了一次,也被推荐了相对更贵的手机套餐。

质疑

优惠到期“默默”恢复原价

“天啊,我这几个月的套餐月费怎么是128元,不是58元吗?”一次突发兴致点开运营商APP翻查自己近半年的消费记录后,市民闫悦被吓了一跳。仔细回想后,她才想起:忘记更换套餐了。

原来,两年前,闫悦曾因流量不够用去营业厅更换套餐。当时,营业员推荐了一款“58元电商骑手专属活动”套餐,月费58元,包含20GB通用流量、30GB定向流量、2100分钟通话和100条短信。“这比我当时每月78元的套餐划算太多了,我果断办了。”闫悦回忆,营业员当时告诉她,58元是在原价128元的基础上每月减免70元,优惠期仅两年,到期后恢复原价。

建议

简化计费体系 让价格更透明

消费者为何会频繁经历手机套餐“同价不同量”的情况?在独立电信分析师付亮看来,原因之一在于目前三大电信运营商的计费体系极为复杂,每家运营商都有数百种在售套餐,甚至有一些十多年前推出的套餐至今仍在被用户使用。

“十多年前,人均月流量使用仅约100MB,而如今已超20GB,相差上百倍。”付亮指出,当前一些新套餐的套餐外流量资费约为5元/GB,而十多年前推出的老套餐按当时标准约为0.3元/MB,折算相当于每GB300多元,价差高达数十倍,这直接导致了新老套餐、新老用户之间的资费天差地别。

按说十多年前的历史套餐早该退出,然而,运营商却缺乏大规模更新的直接动力:将老用户迁至更优惠的新套餐,意味着运营商需投入成本却无额外收入。此外,部分用户对套餐变更抱有警惕,甚至将提醒更换套餐的客服来电误认为是“诈骗”;有的客户则发现客服推荐的新套餐往往总价更贵,导致缺乏信任。“应该简化计费体系,提升售后服务,让所有手机用户都可以享受到公平、清晰的使用价格。”付亮建议。

本报记者 孙奇茹

2025年北京市演出票房、旅游收入等均创新高 北京文旅工作实现跨越式发展

本报讯(记者 邱伟)记者从昨天召开的2026年北京市文化和旅游工作会议上获悉,2025年全市文化和旅游领域各项工作实现了跨越发展,文化演出场次、观众和票房收入、旅游人次和收入各项数据指标均创历史新高。

2025年,北京文旅公共服务效能显著提升,在全国率先建成全市域公共文化服务体系示范区,建有公共文化设施7259个,打造新型公共文化空间406处,一刻钟公共文化服务圈基本建成。开展首都市民系列文化活动1.6万余场。牵头推进全市文旅场所事业单位配餐服务321家。

首都文艺舞台持续繁荣。全年举办营业性演出超6万场,吸引观众超1400万人次,票房收入突破50亿元,场次、观众、票房分别同比增长5%、9.27%、27%,其中大型演出277场,吸引观众约487万人次,票房收入约34.4亿元,场次、观众和票房分别增长37%、41.48%,规模创历史新高。

文旅产业高质量发展取得实效,2025年全市接待入境游客540万人次,实现旅游花费505.6亿元,分别增长39%和44.7%,成功举办2026北京新年倒计时活动,打造“全城迎新、全民共享”的精彩跨年夜。海外文旅宣传账号矩阵成效再创新高,累计粉丝突破912万,收获海外网友互动2616万次,稳居全国省属新媒体综合国际传播力指教榜首。

2026年,北京将聚焦国际一流旅游城市和全球旅游目的地建设目标,以编制和实施“十五五”规划为引领,不断强化业态融合、科技赋能、创新驱动、国际合作,持续健全公共服务体系、精品创作体系、产业发展体系、全球推广体系和市场治理体系,构建大文旅工作格局。

全市文化和旅游系统加强深入推动文旅融合,结合北京国际电影节、中网、WTT、北马等国际赛事,服贸会、文旅博览会等大型展会,大力塑造“跟着电影和微短剧去旅游”“跟着赛事去旅游”等北京旅游品牌。加强三条文化带资源利用,梳理普查长城遗产资源,推动“京畿长城”风景道提质升级,提升大运河文化旅游景区品质,结合“两园一河”建设方案,打造“永定河左岸”滨水休闲品牌。

北京文旅将持续优化入境环境和服务,推动重点商圈打造国际化购物场景,增设离境退税集中退付点。针对重点客源市场32国+3地区,实施“一地一策”精准推介。探索建立以游客体验感和满意度为中心的旅游服务评价机制,不断提升旅游服务质量。

新华社发

新华社发