

北京城市副中心报



2026年9月8日 星期二 农历丙午年七月廿七 今日四版



北京日报客户端



融汇副中心客户端

北京城市副中心生机勃勃

探访北京城市副中心,感受“千年之城”迸发的活力—— 一夏热度,十年厚度

今年是北京城市副中心规划建设十周年。北京通州站的首个暑运刚刚收官不久——从7月初到8月底,铁路到发客流约54万人次。人流的汇聚,让大运河边的“千年之城”在这个夏天格外“热”;水上合唱盛会,把大运河变成舞台,吸引数万人;花海铺进楼宇间,北京城里的居民也专程赶来赏景……这是十年前没有的现象。“近悦远来,心向往之”。一个夏天的热度,背后是十年积攒的厚度。

人气旺起来

今年夏天,城市副中心第一次有了自己的“超级周末”。

7月18日晚,行进式水上合唱盛会在大运河上开演。八支合唱队伍沿河道一路放歌,两岸缓坡上坐满了人。当歌曲《我的祖国》响起,数万市民、游客合唱。那一夜,全网257万多人观看直播。

“超级周末”把场子热起来之后,各点位稳稳接住热度。此后每个周末,“运上行”水景诗乐场场爆满,大运河光影秀天天上演;夕阳下整条河都是金色的,桨板爱好者成了大运河上的风景;运河西岸滨水步行街,周末日均客流量上万人次;月亮河夜市140个摊位前,烟火气久久不散。

花海也来“添把火”。今年,北京城市副中心所在地通州区首次系统性打造特色花海,生态治理2000公顷闲置土地,建成50余处精品花海。一位居民说:“以前楼下杂草丛生,现在推开窗就是景。连北京城里的人都来这儿赏花。”

暑期,大运河游船接待游客突破3.3万人次,比去年同期多了近一倍;环球影城商圈客流量同比增速103.4%。热度、人气带来的是消费的实打实增长——今年1月至7月,通州区社会消费品零售总额同比增长14.8%。

更值得注意的是消费形态的变化。与环球影城一街之隔的湾里商圈,已成为区域“商业顶流”。白天逛环球,晚上逛湾里,越来越多游客把行程从“赶路”改成“停留”。这股热劲儿也辐射到了几公里外的村庄——与环球度假区一河之隔的台湖镇唐大庄村,从“金鱼村”蝶变为拥有上百家规范化民宿的“环影宿游”片区,客流不断。

产业兴起来

人气是表象,产业是内核。真正撑起这座城市长远发展的,是澎湃的产业动能。城市副中心始终坚持以优质营商环境赋能产业引导,持续强化“人人都是营商环境”的主动性,今年1月至8月,新设经营主体逆势突出,同比增长95%。

一个发生在暑期的具体进展,为产业活力写下新注脚:易宝支付取得英国电子货币机构牌照。这家总部在城市副中心的特牌支



7月18日晚,行进式水上合唱盛会在大运河上开演,当歌曲《我的祖国》响起,数万市民、游客合唱。记者 常鸣/摄

承载力强起来

人气旺、产业兴,靠什么托底?答案是承载力。十年来,城市副中心固定资产投资超过一万亿元。“十五五”期间,这片热土还将保持年均千亿元投资规模,筑牢“千年之城”的根基。

北京通州站是一个非常直观的缩影。这座去年底才开通的车站,今年暑期直接带火了京津冀“短途游”——周末去唐山逛早市、去秦皇岛看海,成了不少通州人的新选择;也有不少天津人、唐山人、秦皇岛人,周末来通州看大运河、逛环球影城。

轨道上的城市副中心,这个夏天还在加速生长。连通京冀的轨道交通22号线红庙至平谷段开启空载试运行,向着年底具备开通条件的目标迈出关键一步。被誉为“通州1号线”的M101线也在加速建设,未来将串

联运河商务区、张家湾设计小镇、三大文化设施,让城市副中心各功能区的联系更紧密。

交通之外,公共服务与城市治理同步提质。十年间,北京友谊医院、东直门医院、北京大学人民医院、北京安贞医院等多家大医院的通州院区相继投用;20所市级优质幼儿园和中小学及4所高校承接落位;8个公园控出境考核断面水质稳定在Ⅲ类以上,公园与城市无界相融;利用闲置空间挖潜停车位万余个,增补体育场地百余处……

十年积累,在这个夏天显出了成果。一位在通州住了二十多年的居民说:“以前过周末,总想着去城里见朋友,现在更愿意把朋友往通州请。”暑期已结束,大运河上的游船仍在行驶,月亮河夜市的烟火仍在升腾。这座“千年之城”的生长,还在继续。

本报记者 陈强

服贸会副中心展区以运河为脉打造四位一体展示空间

千年运河文脉“对话”数字文旅新篇

呈现“一心统领、两区支撑、两带串联、三镇突破、全域融合”的空间布局,生动讲述千年运河文化传承与副中心新城建设的时代交响。

“通州礼物”矩阵亮相 非遗文创市集可逛可买

本次展区展品阵容丰富,品类齐全,特色鲜明,围绕“通州礼物”本土IP,集结非遗传承、潮流文创、特色轻食三大品类参展主体,实现传统运河文化与现代文旅消费的深度融合。依托“河喜、水运儿”两大原创大运河IP,展出推出60余套覆盖家居、办公、礼赠场景的特色文创产品。

禁止悲伤SAD、米可生活等潮流艺术品牌带来潮玩手办、生活美学周边等年轻化产品。怡丰园、运茶等本土品牌带来运河主题茶饮、特色食品,丰富观展消费选择。服贸会首秀的全景水景诗乐宣传片《运上行》循环放映,以光影配乐演绎大运河四季水岸风光与千年古今变迁,带来沉浸式视听享受。

数字文旅新品首秀 AIGC赋能文旅消费

作为本次展区核心科技亮点,副中心聚焦数字文旅新质生产力落地,打造两大数字体验板块,集中展现网络视听产业“两廊计划”建设的技术创新成果。

AIGC OPC工具平台展示区联合神力视界、传神联合等头部视听企业参展。其中,神力视界展示自研AI影视创作平台与影视视效全流程技术解决方案,呈现AIGC赋能影视制作、微短剧生产的产业应用成果。云影科技旗下产品“MiniInfo”以空间智能GEO AI构建分层地理围栏,为文旅商业实现本地空间获客提供全新解决方案。传神联合展示多语言智能翻译与跨文化传播技术,助力文旅内容国际化传播。观众可近距离了解数字技术在视听产业的落地应用,直观感受副中心网络视听产业的技术实力。

AI互动体验专区落地轻量化具身智能互动产品。现场展出中医AI问诊、“小花生”AI

对话毛绒等趣味终端,全程仅需1—3分钟即可完成全流程体验,门槛低、互动性强,让观众直观感受AIGC技术赋能文旅消费的全新可能。

“两廊计划”重点推介 招商惠民双向发力

立足京津冀协同发展战略,通州区全力推进网络视听“两廊计划”,深耕温榆河网络视听产业走廊、宋庄新视听产业廊道,聚力打造全国知名的网络视听创新集聚区与微短剧产业高地,持续壮大文化新质生产力。

本次展区特设独立招商洽谈区域,配套简约商务洽谈空间与企业成果LOGO墙,集中展示副中心近两年招商落地的头部企业矩阵,直观呈现产业集聚成效。

展区依托服贸会国家级国际化交流平台,精准推介副中心优质营商环境,完善城市配套及文旅融合、网络视听、艺术创意等优势产业赛道,同步承接各乡镇街道现场招商推介工作。

本报记者 谢佳航

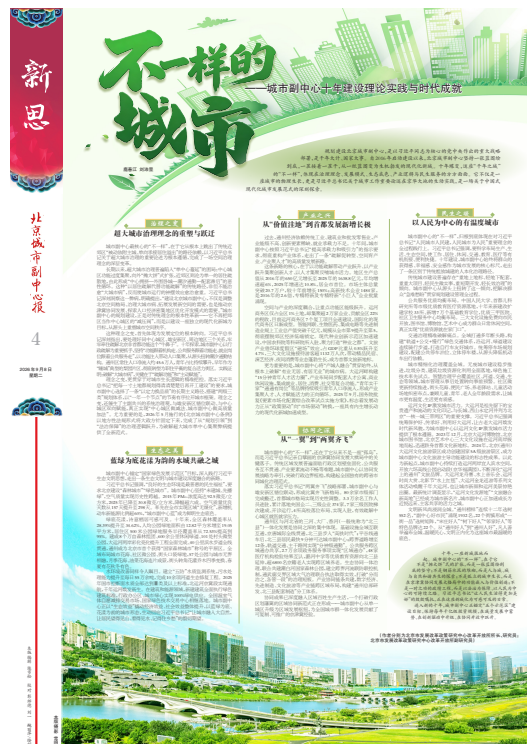
9月9日至13日,2026年中国国际贸易交易会将在首钢园区盛大启幕。记者了解到,文旅专题展副中心展区将以“运河上的通州”为主题在首钢园7号馆精彩亮相。

“十年蝶变”主线贯穿 全景展示空间新布局

本届展区以大运河蓝绿交织生态基底为骨架,打造文化表达、产业展示、市集互动、招商对接四位一体的专题展示空间。

展区紧扣副中心建设十周年“十年蝶变”发展主线,深度萃取千年大运河文脉底蕴与新城建设成果,为观众全方位呈现副中心文旅融合与数字文旅新质生产力的蓬勃发展的现场。现场将集中展示通州全域文旅资源,

副刊·新思



详见4版