

北京城市副中心报



北京日报报业集团
BEIJING DAILY GROUP

2026年9月16日 星期三 农历丙午年八月初六 今日四版



北京日报客户端



融汇副中心客户端

绿色赋能 低碳共生

2026北京绿色发展论坛明日副中心启幕

2026北京绿色发展论坛将于9月17日-18日在北京城市副中心举办。本届论坛以“绿色赋能 低碳共生”为主题,打造“1+4+N”活动矩阵,立足北京国际绿色经济标杆城市、北京城市副中心国家绿色发展示范区战略定位,构建集政策发布、技术转化、产业赋能、国际合作、城市形象传播于一体的高水平绿色发展合作高地。

深耕产业化 以务实举措激活产业价值新动能

本届论坛创新引入市场化运作模式,树立国内绿色论坛市场化运作标杆,整体构建“1+4+N”多板块联动布局,包含1场开幕式暨主论坛、七大平行论坛、多场特色产业促进活动、国际绿色产业博览会、城市低碳生活节及全年N场常态化系列活动,打造思想交流、产业对接、科普传播一体化矩阵,推动北京战略性新兴产业集群建设。

其中,七场平行论坛覆盖国际绿色城市发展、绿色人才建设、丝路绿色发展和创新实践、生物质能创新、绿色技术交易市场高质量发展、金融支持绿色科技、京津冀美丽城市建设等热点议题,联动京能集团、北投集团、中国节能协会、北京绿色交易所等,围绕先进能源、生态环保、绿色金融、新型绿色专业服务等方面,邀请海内外专家学者、企业高管开展深度思想碰撞。

论坛打造特色产业促进活动“北京绿色发展论坛之夜”,开展绿色畅享工作交流酒会、大运河会客厅夜游,依托运河生态人文

场景搭建政产学研金夜间对接平台,同步举办青年绿色科技创新论坛暨绿色科创项目路演,以及“金融支持绿色科技平台”气候科技出海沙龙,打通技术确权、投融资、项目签约全链路,推动科技成果转化落地。

聚力国际化 构建贯通全球的绿色发展合作生态

本届论坛实现合作体系、前置推广、参会主体、成果输出、传播渠道全维度国际化布局,联合世界绿色设计组织、C40城市气候领导联盟、全球化智库、国际人才组织联合会等国际权威机构深度合作,搭建跨国长效合作机制。论坛开幕式暨主论坛将汇聚联合国官员、诺奖得主、多国驻华使节、C40全球城市代表、跨国企业高管等嘉宾参会,设置领导致辞、重磅成果发布、合作倡议发布等环节,20余位政企学研代表作为发言嘉宾分享绿色发展前沿观点与实践成果。

论坛开幕式期间还将重磅发布北京市建设国际绿色经济标杆城市重大进展、《北京绿色经济发展蓝皮书(2026)》、“推动城

市绿色经济发展:全球城市共同认识”、《标准引领城市绿色转型北京倡议》等成果内容和全球性行业共识,输出中国城市低碳治理实践方案,提升北京参与全球气候治理与绿色经贸话语权;同步联动海外主流媒体报道,面向全球释放绿色产业合作机遇。

此外,论坛还引入了GTB全球领先品牌评选(Global Top Brands,简称GTB),并将于会期发布“GTB全球领先品牌——中国绿色发展领先品牌榜单”。依托GTB的国际品牌影响力,榜单以全球化评价标尺对标国际可持续发展标准,挖掘国内企业在低碳实践、智能制造、ESG治理领域的优秀案例,既为中国绿色企业提供走向海外的展示平台,也为全球市场识别中国绿色力量提供权威参考,助力中外绿色产业互鉴对接。

聚焦大众化 构筑低碳生活共建共享新格局

城市低碳生活节板块作为论坛面向广大公众打造的多元化沉浸式绿色主题

活动,旨在普及绿色理念、激发全民参与热情、夯实绿色发展社会基础,包含“集万物 循自然”绿色生活市集、“2026北京绿色生活季启动仪式-绿色生活体验馆”、“运河时尚秀场·绿尚共生”三大活动。

其中,由通州区宣传部与北京服装学院联合主办的“运河时尚秀场·绿尚共生”作为该板块首发活动,为北京绿色发展论坛奏响绿色序章,着力搭建绿色产业与大众生活之间的联结纽带,推动低碳理念走出专业会场,融入百姓日常。

绿色生活市集拥有11天超长展期,集合环保手作、有机农产品、低碳家居、公益科普多元业态,联动商圈打造中秋绿色消费打卡地。现场设置低碳科普展、手工DIY、主题沙龙、沉浸式体验等丰富活动;依托北京绿色生活季上线碳普惠实践体系,搭建个人碳账户、碳普惠积分体系,覆盖衣食住行办公全生活场景。活动期间,广大市民前往市集打卡互动即可获取绿色积分,兑换王府井湾里多家商户到店优惠券及特色礼品。

本报记者 谢佳航

定制本土化门店 区域首店过半数

通州宋庄首开LONG街中秋迎客

北京城市副中心再添一处全新商业综合体。记者获悉,坐落于宋庄艺术创意小镇的宋庄首开LONG街,将于9月25日中秋节正式开门迎客。LONG街总建筑面积约10万平方米,包含8万平方米商业空间、1.5万平方米产业空间及6000平方米艺术酒店。目前,项目已敲定近百家人驻品牌,其中含28家北京首店、17家通州首店。同时,LONG街深度融合宋庄本土艺术氛围,打造出多款专属定制化门店。

落户宋庄: 三重优势定位 构建复合型街区

距离宋庄首开LONG街开业不足十天,记者实地探访看到,项目各项筹备工作已进入最终收尾阶段。不少人驻商家正陆续搬运店铺货柜,部分饮品店的设备已安装调试到位、柜台布设完毕,即将开展全面开荒保洁。

作为北京城市副中心新晋商业综合体,宋庄首开LONG街备受市场关注。LONG街招商总监胡晓萌昨天做客北京城市广播副中心之声《运河之上》栏目时表示,打造宋庄首开LONG街,绝非简单建设一条商业街区,更是一次战略尝试,即将宋庄积淀三十余年的本土艺术文化影响力,转化为可持续的消费动能与产业发展活力。

近年来,多个商业综合体相继落地城市副中心,宋庄首开LONG街如何形成差异化优势?胡晓萌介绍,通州深厚的运河文化底蕴、独特的宋庄艺术生态,以及区域现存的商业供给缺口,三者融合塑造出宋庄首开LONG街“运河文化的生活美学栖息地”的核心定位。

项目并非对三类资源进行简单叠加,而是通过空间设计、业态布局与专属运营策略,构建起文化叙事、艺术体验与商业变现的完整闭环。以“运河文化”锚定空间叙事主线,450米街区活力轴线串联运动休闲、咖啡社交与夜间消费场景,呼应运河“流动、汇聚”的核心意象;以“艺术生态”重塑商业内容,采用无围墙开放式街区设计,让艺术自然融入公共空间,依托“主理人山谷”板块,集聚一众主打情绪价值的特色小众门店;最终通过成熟商业逻辑,完善整体生态闭环。

整体布局: 五幅世界名画 打造差异化空间

LONG街整体布局秉持“蓝绿交织、艺术共融、微度假疗愈”的核心理念。

胡晓萌解释,“蓝绿交织”源自通州运河文化,千年大运河穿城而过,通州自古便

是漕运咽喉。如今河道清水潺潺,两岸绿意绵延,城市副中心以“蓝绿交织、水岸共融”重塑城市底色。首开LONG街依托区域生态基底,以无围墙开放式街区打通水韵、绿意与城市烟火,让蓝绿交融的生态底色成为运河文化的鲜明标识,也为微度假营造出天然氛围感。

“艺术共融”,即让宋庄散落的艺术工作室、画廊、文创工坊,与街区内的咖啡馆、特色市集、夜间消费场景有机融合,让原本小众高冷的艺术走出殿堂,走进市井烟火,成为市民可逛、可赏、可购、可驻足体验的日常业态。

“微度假疗愈”的定位,则依托项目得天独厚的综合优势形成“天时地利人和”。胡晓萌说:“副中心建设与大运河文化带建设的双重政策机遇为天时,辐射通州及北三县全域居民的区位优势为地利,首开成熟的运营基因、深厚的宋庄艺术生态与优质的首店经济聚合效应为人和。”

开业后,整个街区将划分为红、黄、橙、白、蓝五大主题区域,每个区域对应一幅经典世界名画,以色彩作为最直观、最易记忆的空间识别语言,强化街区视觉特色与记忆点。

其中,红色区域灵感源自荷兰画家森特·梵高1889年1月创作的《自画像》,以

距离开业不足十天,宋庄首开LONG街各项筹备工作已进入最终收尾阶段。记者 常鸣/摄

画作标志性烟斗元素打造视觉符号,预留艺术悬念;黄色区域取材于梵高1888年创作的《向日葵》,向市民传递蓬勃旺盛的生命活力;橙色区域对标萨尔瓦多·达利的《记忆的永恒》,在区域场景中还原原作的大树、钟表等经典造型与结构意境;白色区域以莫奈的《睡莲》为灵感,也是整个街区内唯一兼具购物中心属性的板块;蓝色区域则以梵高《星月夜》为主题收尾,寓意每位到访游客都能在此邂逅属于自己的璀璨星空。

品牌选择: 科学配比业态 主打慢生活体验

目前,宋庄首开LONG街已敲定近百家人驻商铺,形成“50%区域首店+20%主力标杆+10%小众设计师品牌+10%艺术定制业态+10%生活配套”的精细化业态配比,共计引入28家北京首店、17家通州首店。这套业态组合方案,是运营团队深度调研宋庄艺术底色、精准研判客群消费特征后量身打造的。

为深度契合宋庄艺术小镇的文化底蕴,LONG街为部分入驻品牌打造专属定制化门店。其中,徐悲鸿文创门店以“马”为核心创作灵感,整体装修风格融入大

量马元素,文创产品融合马、太极、熊猫等经典国风元素,特色鲜明;木卿御品品牌秉持匠人初心、坚守精工细作,部分作品耗时数月乃至数年打磨,工艺考究;至真精油品牌深耕行业多年,全线采用纯植物原料萃取精油,可定制调配专属配方。“我们希望在快节奏的都市生活中,为消费者打造安静松弛的慢体验,这与宋庄LONG街的核心定位不谋而合。”胡晓萌说。

坐落于LONG街街区内的宁里艺术酒店,也是28家北京首店之一。胡晓萌介绍,该酒店选址宋庄,核心原因是品牌艺术调性与宋庄本土艺术氛围高度契合。酒店通过户外绿植造景、室内艺术美陈布置,为入住宾客提供沉浸式艺术体验,同时预留专属艺术展览空间,未来将常态化举办艺术展,持续升级宾客入住体验。

主打“慢生活”体验,是LONG街区别于城市副中心其他商业综合体的核心亮点。胡晓萌表示,开业后,街区内会较少布局同质化快消业态,取而代之的是大量主理人特色门店、小众设计师品牌门店。希望市民走进LONG街,能够放慢脚步、沉下心来,细细感受街区的独特魅力与文化积淀。

本报记者 张群琛

京津冀区域出口连续四个月创新高

八月首次跨上一千五百亿元台阶

本报讯(记者 鹿杨)昨天,北京海关披露2026年前8个月京津冀区域外贸情况。数据显示,2026年前8个月,京津冀区域进出口值3.51万亿元、同比增长14.6%,占全国进出口总值的10.1%。其中,8月份进出口值4623.3亿元、增长8.4%。自今年5月份起,京津冀区域出口连续4个月刷新月度新高,8月份首次跨上1500亿元台阶,达1555.2亿元、同比增长22.7%;进口3068.1亿元、同比增长2.3%。

今年前8个月,京津冀三地的进出口均有所增长,北京贡献最大。前8个月,北京、天津、河北三地进出口值分别增长15.7%、0.7%、27.5%。其中,北京进出口值2.44万亿元、占京津冀区域进出口值的69.5%,拉动京津冀区域进出口值增速10.8个百分点,在区域外贸中“一核主导”作用突出。

而从经营主体类别来看,民营企业增速领跑趋势明显。前8个月,京津冀区域国有企业进出口值1.88万亿元、增长16.4%,占53.6%。民营企业进出口值9781.8亿元、增长22.7%,高出全国民营企业进出口值增速5.1个百分点,占比为27.9%。外商投资企业进出口值6468.5亿元、占比18.4%。

京津冀区域同新兴市场贸易往来更加紧密。前8个月,京津冀区域对共建“一带一路”国家进出口值1.85万亿元、增长4.4%,占比达52.8%。对东盟、瑞士、巴西、澳大利亚分别进出口2894.8亿元、2856.5亿元、2490.2亿元、2395.2亿元,分别增长13.2%、158.8%、70.3%、51.8%。此外,对非洲53个建交国进出口值3176.7亿元、增长20.7%;对我国香港地区进出口值1698.9亿元、增长43.6%。

从出口产品类别看,京津冀区域出口向新向好,机电产品占比近六成。前8个月,京津冀区域出口机电产品6280.2亿元、增长18.5%,占同期京津冀区域出口值的59.0%。其中,汽车出口值763.0亿元、增长38.0%;集成电路540.1亿元、增长90.5%;锂离子蓄电池190.1亿元、增长138.2%。同期,京津冀区域劳动密集型产品、钢材、农产品分别出口768.5亿元、708.6亿元、276.4亿元,分别增长7.9%、32.4%、16.5%。

“金秋购物节”启动 2000多家企业参与 京津冀消协助力搭建洽谈桥梁

本报讯(记者 赵鹏)昨天,北京市2026年“3·15金秋购物节”公益活动启动。记者从市消协获悉,京津冀三地消协组织已依托2026第四届京津冀产销对接大会预热蓄势,举办专项采购渠道对接会,打造三地名优特产消费展示对接平台,为京津冀优质企业与经销商、连锁商超、餐饮团餐、即时零售等全渠道采购资源搭建面对面洽谈桥梁,为购物节遴选优质供给、拓展货源渠道奠定基础。

本届购物节将持续至10月15日,首次实现线上线下同步联动,参与企业2000多家,较首届增长3倍,覆盖商圈购物、街区休闲、线上消费等多元场景。参与企业需签署经营者承诺书,并在门店、柜台及线上专区规范悬挂活动专用标识,接受消费者和社会监督。

活动期间,参与企业结合自身经营特点,推出各具特色的暖心服务。从老字号到新业态,从线下门店到线上平台,从老年消费者到高校学生,本届购物节的服务供给覆盖了多元业态和各类消费人群。

六必居、菜市场百货、北京稻香村等老字号企业发挥品牌积淀优势,把传统服务与现代消费需求结合起来。在留住老味道的同时,更好满足银发消费者对传统口味的偏好,也顺应年轻消费群体对品质化产品的新需求。

进入中秋、国庆消费旺季,家电以旧换新需求随之提升。北京苏宁易购针对家电以旧换新推出“五免四不限”暖心服务包。部分零售企业还将服务从门店延伸至社区,让居民在家门口就能咨询、下单、享受售后。

为保障消费者权益,全市已设立消协分会170个、消费维权站点63个,覆盖重点商圈、特色街区、大型商场和行业协会。消费者遇到商品质量、退换货、价格标注、服务承诺等争议,可就近向消费维权站点反映,工作人员现场接待、当场核实,推动问题及时解决。

副刊·观察



本报记者 张群琛