



通州区中秋假期接待游客102.7万人次

副中心中秋文旅热度高涨亮点纷呈

中秋节假日期间,城市副中心文旅市场持续升温、消费提质扩容,以北京国际运河艺术周、运河文化时尚大赏为牵引,联动三大文化设施、城市绿心森林公园、运河西岸等重点场景,推出精品展演、水上体验、夜市市集、休闲消费等多元活动,各项核心指标稳中有升,彰显出强劲的假日经济活力。中秋期间(截至27日20时),全区共接待游客102.7万人次,让市民游客享受了一个多彩温馨的中秋佳节。

水岸献艺 大赏出韵韵中秋

中秋夜,月华似水,秋满通州。运河碧波之上,一叶载笛轻舟缓缓驶入,青年笛箫演奏家孙楚泊站在船上,悠扬笛声伴着船夫吟诵漫过水面。夜色之下,水面柿蒂纹造型浮岛逐一点亮,分别演绎越剧、昆曲、山东梆子、河北梆子、评剧、京剧六大剧种经典选段,浮岛置景植入各地市花意象,形成铺展千里运河逐月而行的诗意长卷。

9月25日至27日每晚,2026运河文化时尚大赏在副中心北滩水岸休闲空间如期上演。演出现场将运河化作巨型流动光影画布,模特由船舷移步百米水上秀道,借时装展演诠释新时代“新漕运”文化内涵。与此同时,演出现场与全新亮相的运河商务区滨水建筑群遥遥相望,历史漕运岸线与现代城市天际线同框,具象呈现“运河上的通州”古今共生的城市图景。

为期三天的活动累计吸引近10万观众现场驻足观赏,收获中央广播电视总台、人民网、香港文汇报、北京广播电视台、北京日报、北京青年报等百余家主流媒体和网络大V集中报道。央视频APP、央广网、北京发布、北京通州发布等多平台同步直播,收官之夜当天高达416万人次在线云端赏景。“运河文化时尚大赏作为副中心的特色文化IP,历经五届打磨,活动已经从单一时尚展演,升级为文化阐释、非遗活化、潮流表达、文旅消费于一体的城市文化名片。”通州区委宣传部常务副部长西雪莲介绍,不止于舞台呈现,本次活动联动文旅消费联动价值,联动运河商务区核心商圈探索“票根经济”新模式,以文化IP引流,打通“观演—休闲—消费”完整链条,激活滨水夜间经济。

艺聚运河 国际盛会庆佳节

9月24日至9月27日,第四届北京国际运河艺术周在运河文化广场举办。活动期间累计客流37755人次,累计销售额271763.11元。



中秋假期,城市副中心文旅市场热度高涨,水岸夜游、艺术展演等多彩活动点亮假日经济。记者 常鸣 唐建/摄

来自14个国家的新锐艺术团队带来22场活力迸发的文艺演出,以音乐与舞蹈为媒,上演一场跨越国界的艺术之约。活动配套举办“运河×中秋”主题市集,60余家特色摊位前人头攒动,海内外地道美食水岸飘香,全球运河文旅好物琳琅满目,北京各区、江苏苏州、河北保定、河北廊坊等大运河沿线非遗精品吸睛无数,灵动天地、科旭威尔等AI定制体验、中医药养生等互动单元精彩纷呈,白纸坊太狮气氛拉满。

开幕式现场,北京市文化和旅游局发布《运河在北京》宣传片,同时推出的10条“漫步北京——大运河文化主题游”主题旅游线路备受瞩目。这些线路串联起白浮泉、什刹海、北京大运河博物馆、北京艺术中心等40余个大运河北京段重要地标,覆盖文化遗产寻访、滨水生态休闲、城市公共艺术、非遗活态体验等丰富场景为北京市打造世界级大运河文化旅游廊道提供产品样板。

运河揽月 节日盛景耀通州

据了解,中秋假期城市绿心森林公园共接待客流12.16万人次,“福园”共接待客流4.3万人次。

北京城市图书馆中秋假期期间共接待读者3.35万人次。少年儿童馆少儿外文书区开展“汉字奇遇记·探秘甲骨文里的团圆‘家’”活动,带领小读者从甲骨文中读懂团圆的内涵。“中国古墨的艺术世界与文人精神”讲座开讲,循着历代古籍,讲解古墨发展源流、制墨工艺与文人墨趣。戏曲音乐舞台剧《杜丽娘与李慧娘》登陆智和厅,为传统戏曲的当代创新表达留下了崭新的注脚;同期举办“玉兔衔灯,团圆映画”灯画手作活动,读者亲手制作灯画,沉浸式感受智慧图书馆独特魅力。

北京艺术中心好戏连台,演艺盛宴点亮中秋,共接待游客1.04万人次。2026国家



大剧院舞蹈节开幕大戏民族舞剧《李白》、2026醇·辛古典音乐会马勒《大地之歌》、沉浸式互动剧场《大真探赵赶鹅2》轮番上演。中秋当日特别打造“太白邀月”主题活动,串联舞台演出、主创见面、中式雅集、大运河游船,创新实现“日赏舞剧、夜游运河”,推动艺术走出剧场,融入城市文旅。

北京大运河博物馆内,“疆壤益广开郡县—战国秦汉时期的云南”特展展期持续至10月7日,免费向公众开放。展览汇集云南十余家文博机构400余件(套)珍贵文物,吸引大批观众前来参观。北京大运河博物馆三天共接待1.25万人次。

大运生活周CLW2026首季“月满新程”在运河西岸1.3公里的滨水街区落地,品牌展位、拼豆体验全程在线,户外、茶饮、文创、美食、日用好物齐聚河畔。截至9月27日20:00,运河西岸街区中秋期间累计接待游客12.19万人次。

本报记者 王戩 谢佳航

城市副中心第八场新场景发布会举行

老城公园升级推介合作新场景

近日,城市副中心文商旅体新场景系列发布会迎来第八场。本次推介的中仓、玉桥、新华三大街道均为副中心核心老城片区,立足老城存量空间、文脉底蕴和民生客流优势,集中推介辖区公园活化利用成果与优质投资合作场景。

中仓街道 企业注册迁址最快两天落地

中仓街道因明清时期朝廷漕粮仓库“大运中仓”得名,千年运河文脉与现代都市风貌交融共生,形成“古今同辉”的独特发展名片。街道党工委委员、办事处副主任秦宏伟在推介中仓全方位展现辖区投资价值。

“街道坐落在运河商务区启动区,是副中心重点打造的商务功能核心承载地,可叠加享受‘两区’对外开放政策和最新产业政策红利。”秦宏伟表示,中仓街道区位优势得天独厚,不仅紧邻区委区政府,15分钟可抵达市级行政办公区,汇聚20余家机关单位,政务资源丰富,更是企业展示品牌形象、争取政策支持的首选之地。

在交通与场景配套上,中仓街道拥有三横五纵主干道,12个公交站点,地铁6号线贯穿全域,驾车10分钟可达通州站,畅联主城区、辐射京津冀。同时坐拥绿色环保、智慧城市、文物保护、养老家政等多元城市治理场景,为企业产品推广、市场拓展提供广阔空间。

文旅资源方面,街道围绕特色花海规划了旅游打卡路线,以通州博物馆、通州清真寺为核心,串联南大街“十八个半截胡同”与特色小吃,保留运河原生岸线风貌,推出可看、可尝、可体验的特色文旅路线。运河西岸滨水活力街区就在属地范围,大运河龙舟赛、运河文化时尚大赏等重磅活动轮番上演,街区日均客流突破2万,成为副中心新晋网红水岸。

营商服务是中仓的核心底气。街道搭建中小企业服务站,提供工商注册、政策咨询一站式免费服务,企业注册迁址最快两天落地,同时依托商企运动联盟、三级政务服务通办体系,全方位为企业扎根发展保驾护航。

玉桥街道 生态引流激活商业新势能

作为副中心城区规模最大、人气最旺的人口聚集区,玉桥街道以生态焕新撬动老城更新,盘活闲置地块,走出一条“生态聚人气、人气旺商气、商气促发展”的特色发展路径。玉桥街道党工委委员、办事处副主任马升阳围绕花海资源活化利用,详细解读街道生态赋能、商业升级的发展布局。

“一方投资热土的核心底气,既源于得天独厚的区位优势与雄厚的人口基底,更在于迭代升级的生态风貌与持续迸发的商业活力。”马升阳表示,玉桥全域面积5.2平方公里,覆盖副中心三大组团、19个社区、4个行政村,常住人口近13.4万人,坐拥优质政务、产业、消费资源,区位优势四通八达,是串联副中心全域消费场景的关键枢纽。

今年3月以来,玉桥街道重点推进鑫隆北侧、梨园村两大核心地块花海升级工程,通过精细化改造,打造出季相分明、四季有景的沉浸式花海景观,配套休闲游乐、便民休憩设施,让闲置地块变身城市生态新地标。

生态焕新带动商业蝶变,辖区原鑫隆生活广场升级为锦汇生活广场,迭代引入网红小吃、精品餐饮、休闲体验等多元业态,1.3万平方米出租空间焕发全新活力。街道同步新增39个便民停车位,配备儿童游乐设施,实现赏花观光、亲子游乐、休闲消费深度融合。

针对1.62公顷的梨园村花海,马升阳介绍,该地块紧邻城市主干道,交通引流优势显著,疏花菊、格桑花、百日草等花卉错落分布,网红轮胎景观、休闲配套设施齐全。“片区常住居民密集、日常人流量旺盛,稳定的民生客流催生庞大的社区消费需求,高度适配便民轻休闲、文创茶饮、社区生活服务、轻社交体验业态落地深耕,是轻资产、新业态、便民商业创业布局的优选热土。”目前,该地块新增90个便民停车位,大幅提升游园消费便捷度,新晋成为辖区网红打卡地。

新华街道 古园新生解锁文旅新场景

“大运河,是贯通南北的千年文脉,是北京城市副中心最珍贵、最独特的生态名片与文化IP。燃灯塔及周边古建筑群和西海子公园都坐落于新华街道核心片区,紧邻运河商务区,是副中心‘行政办公+商务服务+文化旅游’三大功能的交汇地带。”新华街道城管办科长赵猛介绍,经过系统性升级改造,片区已实现从“历史古迹”到“城市文化客厅”的蝶变。

文化底蕴深厚是片区核心优势。街道最大限度保留原生风貌,融入运河民俗元素,落地“通州礼物”文创门店,让千年运河文化可感、可看、可体验、可传播。

生态空间持续优化,始建于1936年的西海子公园,总面积约23.5万平方米,拥有独特的“燃灯塔下四水相连”水系格局。街道坚守防汛安全底线,优化滨水岸线,打通城市与水系连接壁垒,打造多层次亲水活动带。同时,园内古木繁茂、绿植丰富,是城市核心区的天然氧吧,搭配李卓吾墓人文景观,实现生态与人文深度融合。

业态活力持续迸发,街道依托文化空间、仿古彩绘长廊等特色场景,布局网红茶饮、特色餐饮、主题市集,常态化举办水岸演艺、国风市集、潮流嘉年华等活动,点亮滨水夜色经济。

据统计,燃灯塔及周边古建筑群与西海子公园年均接待游客120万人次,日均约3000人次,位列北京市客流量较大公园名单,拥有本地休闲、文化游览、社交打卡、商务配套四大优质客群。赵猛表示,当前片区正处于提质升级的关键窗口期,街道诚邀各界合作伙伴深耕文创、夜游经济、轻商业运营、主题活动等领域,携手打造运河特色文旅IP。

本报记者 曲经纬

可以发呆的微度假消费新地标中秋开街

到宋庄首开LONG街打卡有调性的艺术栖居

中秋假期,宋庄首开LONG街全新开街,首日客流即达到8.2万人次。首批消费者刚进商圈,就会立刻发现这里有些不一样:艺术美陈融入街区公共场景,无围墙开放式街区打通水韵、绿意与城市烟火,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,成为北京城市副中心独树一帜的“可发呆艺术街区”。

■开街活动丰富 成为副中心热门打卡地

中秋小长假,宋庄首开LONG街迎来如织客流,9月25日开业首日,客流就达到8.2万人次。凭借高颜值艺术场景、多元化潮流业态、沉浸式国风活动,这里一跃成为副中心北部最热门的打卡话题。三天假期里,街区人艺持续走高,传统舞狮、民族演奏、趣味杂技轮番上演,日间街巷热闹鲜活,烟火气升腾,夜间光影错落、氛围感拉满,彻底打破了宋庄“只有艺术底蕴,无集中商圈”的旧格局。

艺术,是LONG街最大的话题,整条街区将五大世界名画融入市井,漫步节点之中。“艺术圈层和商业街区真正实现双向打通、深度盘活。”在她看来,宋庄首开LONG街让逛街不止于消费,更有审美熏陶与精神治愈,上演了一场艺术滋养商圈的双向奔赴。

假期最出圈的亮点,当属落地街区的“亚洲干杯日”潮流市集。曼谷知名Bar Lennon's等亚洲50佳稀缺酒吧品牌首次进驻驻场,多款独家限定特调惊艳亮相,吸引大批年轻人专程打卡体验。

LONG街独树一帜的氛围感来自450米主理人山谷,汇聚一众新锐艺术业态。核心位置5号楼的精英艺术既是艺术家原创作品的售卖店面也是馆藏级作品的展示窗口。“我们在隆福寺也有门店,但宋庄的艺术土壤是独一份的。”精英艺术主理人刘珊珊坦言,相比市中心商业化浓厚的商圈,宋庄集聚了全国顶尖的艺术创作者,在地艺术资源得天独厚、无可替代。

与此同时,今年副中心文旅产业热度飙升,各类文旅活动出圈刷屏,宋庄首开LONG街顺势借力,搭乘副中心大文旅发展快车道,快速打开市场认知。

■借双节黄金窗口 抢占文旅发展快车道

素有艺术创意小镇之称的宋庄,长期面临“有文化底蕴、无集中商业”的发展短板,当地艺术业态呈点状散落分布。宋庄首开LONG街应运而生,作为宋庄片区唯一集中型室外街区商业,补齐了区域商业配套短板。

首开股份商业公司副总经理乔红玉深度拆解宋庄首开LONG街的品牌内核,差异化路径,厘清这条新晋文旅街区的独特价值与发展逻辑,“今后来宋庄的游客,第一站可以落脚LONG街,再从这里出发,探索宋庄的美术馆、网红小店、艺术家工作室,让零散的文旅资源串联成完整的游玩路线。”

为打通宋庄文旅消费闭环,项目创新联动区域本土业态。街区与宋庄本土网红店达成联动合作,消费者在街区合作门店消费可积累会员积分,积分可跨店兑换使用,实现“街区赋能本土、本土反哺街区”的共生发展模式。

今年中秋、国庆双节,迎来下半年文旅消费黄金周期,宋庄首开LONG街选择此时启幕,正基于项目特质与区域发展的精准布局。“项目是典型的室外度假型街区商业,主打短途出游、休闲体验,适配节假日出游场景。”乔红玉告诉记者,从北方户外商业运营规律来看,“金九银十”是最佳开业窗口期,可有效规避冬季室外街区运营短板,抢抓年度消费热度。

与同时,今年副中心文旅产业热度飙升,各类文旅活动出圈刷屏,宋庄首开LONG街顺势借力,搭乘副中心大文旅发展快车道,快速打开市场认知。



宋庄首开LONG街中秋开街,成为副中心独树一帜的“可发呆艺术街区”。记者 常鸣/摄

■商圈差异化定位 主打“可发呆的慢生活”

谈及宋庄首开LONG街的差异化定位,乔红玉表示,“副中心的商圈可划分为三大板块,各有侧重,互不冲突。”南区是大文旅商圈,以湾里为核心,主打奥特莱斯零售购物,核心是“买买买”;中部商务区,以万象汇为代表,聚焦商务配套、刚需消费、快节奏商业;而宋庄首开LONG街立足北部艺术居住区,主打慢节奏、微度假、情绪消费。游客可以喝咖啡、看画展、逛市集、做手作,沉浸式享受慢生活。

宋庄首开LONG街体量10万平方米,周

边常住客群密度相对较低,但集聚艺术特色。因此项目转而深耕艺术文旅、远端度假客群。乔红玉表示,宋庄首开LONG街的核心目标不是做流量洼地,而是做有温度、有调性、有特色的艺术生活栖息地。未来,街区将持续联动宋庄艺术家、本土小微艺术业态、画廊、市集,引入特色活动,在补足周边基础商业消费需求的同时,活用地艺术生态,实现商业赋能艺术、艺术激活商业双向赋能。

本报记者 曲经纬