



2026年1-9月北京城市副中心文旅市场交出亮眼答卷

副中心凭什么让人来了还想来

2026年1-9月,北京城市副中心文旅市场活力迸发,全区接待游客约3080万人次,同比增长49%,接待规模已超越去年全年水平。依托大运河得天独厚的文化资源,副中心深耕体育赛事、沉浸式演艺、文旅街区、公共文化场馆多元场景,文旅商旅深度融合,文旅消费潜力持续释放,城市副中心正向着世界级旅游目的地加速迈进。

沉浸式体验火爆出圈

4月,北京市首个行进式水岸沉浸大秀“运上行”水景诗乐亮相京杭大运河通州段,以3.5公里运河实景作为舞台,50分钟航程演绎漕运历史与时代故事。截至9月30日,项目累计发船598班次,接待游客2.56万人次,营业额329.70万元。

6月19日-21日夜晚,金龙巡游国风光影大秀精彩上演。240米巨型金龙由36艘竹筏串联而成,在北海闸至千荷泻露桥水域缓缓游动,融合运河航运历史与端午祈福民俗,水上光影与河面倒影交相辉映。据统计,活动共吸引19.54万人次到场观赏,不少外地游客专程跨越打卡。同步开展市集与77场群众文化活动,西海子、葫芦湖端午奇妙游人气高涨。端午期间区域住宿市场火热,365家酒店三万余间客房投入接待,在住人数近8万人次,乡村民宿也交出亮眼营收,充分释放近郊文旅消费潜力。

7月18日,城市副中心超级周末水上音乐会在运河两岸启幕。活动汇聚国内外8支合唱团、乐队与群众合唱队伍,870余名演员参演,创新采用水上行进展演、两岸同步观演模式,结尾万人合唱氛围感十足,累计吸引7.17万名现场观众,线上直播观看量达257.7万人次。活动发挥票根联动引流效应,带动周边市集、月亮河小镇、运河西岸商业消费上扬,多家商场客流、销售额同比实现增长,联动酒店入住率环比提升11个百分点,实现文化惠民带动商业增收。

9月24日-27日,第四届北京国际运河艺术周在运河文化广场举办。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,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、中医养生等互动单元精彩纷呈,白纸坊太狮气氛拉满。活动期间累计客流37750人,累计销售额271763.11元。

副中心人爱运动

“端午”期间,北京大运河龙舟嘉年华亮相大运河,作为“双奥100”精品赛事,汇聚多场重量级龙舟竞赛,多地队伍同台竞渡。赛事创新开设龙舟体验日,500名市民线上预约亲身参与。

据统计,6月19日-21日累计观赛市民达21.6万人。赛事直接收入101.78万元,同比增长13%。值得一提的是,6月20日,龙舟嘉年华赛事相关新闻还登上了央视《新闻联播》,实现国家级主流媒体高位传播。此外,央视频、北京日报、新京报以及北京通州发布、通想来运动新媒体等对赛事进行了线上直播,累计观看量突破千万人次,达1077.8万人次,赛事品牌影响力和社会关注度持续提升。

北京城市副中心马拉松迎来五周年,1.2万名海内外跑者踏上创新升级的“通北”赛道,赛道首次延伸至河北廊坊大厂,是京津冀协同发展在体育领域的生动实践。赛事把中国人民大学通州校区纳入赛道,校园既承担起终点、嘉年华等场地功能,300名大学生志愿者也为赛事做好服务保障。选手来自20个国家,参赛年龄跨度20-77岁,京冀两地选手参与踊跃,赛事影响力持续扩大。

8月,“大运河之夜”北京城市副中心夜跑活动在城市绿心活力汇举办,900名跑者开启夜间奔跑之旅。作为北京3510周末享跑通州分站,活动践行绿色出行理念,摒弃竞技比拼,设置分层休闲赛道,覆盖全年龄段爱好者。选手沿公园星环环路奔跑,灯火之下的奔跑队伍,勾勒出大运河畔活力满满的夜间运动图景,打造沉浸式全民夜跑体验。

地标性文旅街区

2026年1-9月,北京城市副中心一批地标性文旅街区人气持续攀升,滨水消费、节庆经济与绿色空间叠加发

力,文旅商融合效应加速释放,成为副中心文旅消费的重要增长极。

运河西岸作为副中心的人气滨水消费地标,1-9月累计接待客流431万人次,实现销售额2206万元,商业活力持续释放。运河游船水上观光热度不减,累计发出船舶1.39万船次,接待游客12.66万人次,实现营业额881万元。大运河文化旅游景区客流集聚效应明显,1-9月累计接待客流530万人次,运河文化魅力与旅游吸引力持续彰显。

“福园”节庆消费带动效应突出。5月1日至9月30日,客流累计约115万人次,销售额累计超1300万元。其中,五一云端面包节累计接待客流约38.8万人次、销售额累计约763万元;8月28日至30日,云端微醺节累计接待客流约7.2万人次、销售额累计约66万元,节庆场景化消费新业态活力四射。

城市绿心森林公园人气显著攀升,今年1-9月累计客流量348.73万人次,较去年同期的247.97万人次同比增长40.6%,绿色生态空间与文商旅活动叠加,成为市民休闲度假的热门去处。

北京艺术中心、北京大运河博物馆、北京城市图书馆三大文化新地标1-9月合计接待客流约3149818人次,展览、演出、阅读体验活动轮番上演,文化供给丰富多彩。北京艺术中心举办绿心森林音乐节,汇聚国内外名家乐团,融合音乐会、市集、露营多元业态;暑期上演原版音乐剧《玛蒂尔达》,高品质演艺丰富市民文化生活。北京大运河博物馆推出“疆壤益广开郡县——战国秦汉时期的云南”“吉金耀山川——鄂尔多斯青铜文化展”两大重磅特展,大批珍贵文物首次进京,同步开展文保小课堂、传统手作等社教体验活动,文博体验感不断升级。北京城市图书馆推出“永乐水脉:大明国运与京杭运河”运河主题展览,暑期开展百余场少儿阅读、非遗体验活动,书香浸润大众生活。

本报记者 王骥

副中心养老服务首次亮相老博会

立体化养老服务布局日趋完善

本报讯(记者 冯维静)为期三天的2026北京国际老龄产业博览会日前落下帷幕。面对辖区36万老年人多元的养老期盼,以及失能照护、居家养老、特殊老人托付等现实民生难题,通州区民政首次组团亮相老博会,把扎根基层的养老服务成果搬上展会,全方位展示副中心织密养老保障网、建设老年友好型城市的实践,用心用情回应老年群体“老有所养、老有所安、老有所乐”的民生诉求。

活动现场,通州区打造180平方米专题展区,由区养老服务和老龄产业协会统筹、北京新城基业投资发展有限公司牵头组织,遴选10家优质养老企业参展,同步展示14家养老机构、社区养老驿站的特色服务。展区通过实物陈列、视频展播、场景体验等形式,直观呈现三级养老服务网络、智慧助老产品、居家社区机构协同养老模式,不少观展市民停下脚步,咨询居家照护、适老化改造、养老托付等切身关心的问题。

“简单说就是医、养、游加创新保障。”‘医’联动友谊,安贞等优质医疗资源,夯实医养结合根基;‘养’依托全区34家养老机构,建成三级养老服务网络,老人在家门口就能找到养老服务;‘游’深挖大运河文化资源,打造康养文旅融合路径;‘1’就是‘通州行动’,以养老服务信托+意定监护模式,专解特殊老人失能后就医签字、费用垫付、托养安置等揪心难题,让老人更省心、家属更安心。”通州区老龄事业发展中心老龄事务科科长刘嵩向观展群众推介“3+1”特色养老服务体系。

据介绍,“通州行动”是本次展区重点推介的民生创新举措。针对独居无子女、老残家庭面临的就医决策、财产管护、晚年托底等痛点,这套“信托管钱、监护管事、监督把关”的一体化方案,给出可落地的解决路径。现场展出信托合同模板,《独居无子女老人托付规划12问》等便民工具,介绍全国首单居民住宅类不动产信托财产登记案例,项目最快16天完成咨询到签约流程,为特殊老年群体守住人身、医疗、财产三重安全。多年来,通州区持续织密基层养老服务网络,建成1家区级养老指导中心、7家街镇区域养老服务中心、200家社区养老服务驿站,搭建起立体化养老服务布局。全区备案养老机构34家、床位6311张;家庭养老床位签约量超6300张,位居全市第二,可提供居家照料、康复护理、精神慰藉等20余项服务;建成220家养老助餐点,解决老年人吃饭难问题;持续为困难老年人开展家庭适老化改造,降低居家意外风险。安贞、友谊等三甲医院落地副中心,近600家医疗卫生机构构建完善医养结合体系,守护长者健康。

养老民生不仅要保障物质照顾,更要丰富精神生活。通州区打造“通惠银龄”为老服务品牌,线上依托“通州老龄”平台推送养老政策、健康科普、反诈知识;线下常态化开展金婚庆典、老年文体展演等活动。今年敬老月,全区将组织走访慰问、义诊、养老反诈、法律援助等惠民活动,把服务送到老年人家门口。依托大运河与城市绿心生态资源,副中心持续优化康养环境,满足老年人多层次养老需求。下一步,通州区民政将以老博会交流为契机,持续完善三级养老服务体系,擦亮“通惠银龄”民生品牌,丰富居家、社区、机构协同养老供给,健全15分钟养老服务站,推动养老事业和银发经济协同发展,不断提升辖区老年人的获得感、幸福感、安全感。

顶点公园加速上新 外立面已完成

巨型“魔方”初见雏形预计年底试运营



顶点公园效果图

“遛娃新地标”成全天候文旅综合体

顶点公园是副中心的重点文旅标杆工程,总建筑面积约7.29万平方米,是集沉浸式主题游乐、特色商业、主题酒店、商务配套于一体的大型室内文旅综合体。项目紧邻地铁7号线万盛西站、万盛东站,东侧临近北京环球度假区。

从建筑空间到业态布局,顶点公园都体现出鲜明的“全天候”特征。孩之宝、美泰、沃贝、孩儿乐四大国际IP集团,叠加小猪佩奇冰雪世界等亲子IP资源,小猪佩奇、芭比、托马斯和朋友、小宝贝、史努比等国际知名IP云集于此。

作为全球首家1的小猪佩奇室内冰雪世界,这里将还原动画经典场景,室内可实现人工降雪,四季皆可体验“飘雪”童话,填补了北方地区全天候亲子文旅的市场空白。此外,这里还有亚洲最大的室内光影动感天街,将主题游乐、特色商业与视觉体验融为一体,营造沉浸式消费场景。不仅如此,主题酒店与商务中心也将进一步补齐“游、购、娱、住、商”等业态,推动“一日游”向“多日停留”延伸。

建设正酣的顶点公园既是文景街道微度假版图中的一块重要拼图,也是副中心文旅产业升级的一个生动注脚。顶点公园的建筑轮廓不断清晰,主题场景加速落地。随着顶点公园建设进入攻坚冲刺期,一座以国际IP为特色、以全天候体验为核心、以家庭客群为重点的室内文旅综合体,正加快走进市民游客的视野。

对广大亲子家庭而言,这里不只是“遛娃目的地”,更是一个可以全天候游玩、消费、休憩的城市微度假空间。对城市文旅产业而言,它则是副中心持续完善文旅产品供给、丰富度假体验链条的重要一环。作为补齐副中心高端亲子游乐业态短板的重要拼图,它与环球影城形成错位互补——环球影城主打刺激震撼的大龄项目,顶点公园则精准锚定低龄亲子家庭。未来,带幼童的家庭来文景街道,“大人逛环球、孩子玩顶点”将成为现实。

从一座乐园出发,正让人看见一座城市文旅版图的拔节生长。未来,这座乐园不仅能为孩子们带来快乐,也能为城市注入更多活力。它不仅将成为文景街道微度假的新地标,更能与副中心众多文旅项目协同发力,让更多游客愿意来、留得下、还想再来。

“长”在街区里“微度假”加速成型

顶点公园所在的文景街道,正是副中心“3+1”主导功能中文化旅游功能的主要承载地。作为与副中心文化旅游区高度重合的区域,文景街道具备客流密集、项目集聚、消费活跃、交通便捷等多重优势,也天然承担着将“过境客流”转化为“停留客流”,将“景区热度”转化为“街区温度”的重要任务。

近年来,文景街道持续推进文旅商体展融合发展,湾里商业娱乐综合体、北京海昌海洋公园、高端酒店集群等优质资源在此加速集聚,首店经济、夜间经济、假日经济等多元消费场景不断生长。辖区还通过生态景观提升、滨水空间串联和全龄友好场景营造,逐步形成了“白天赏景休闲、夜间沉浸消费、周末近郊度假”的微度假生活方式。

顶点公园的加速建设,正是这条发展脉络上的重要落点。未来,它不仅能与北京环球度假区形成差异化、互补化发展,还将与湾里商业娱乐综合体、海昌海洋公园以及周边交通枢纽、酒店和商业街区加强联动,进一步丰富文景街道“主题娱乐+特色商业+品质住宿+公共空间”的文旅产品组合。

今后,“来文景看一场演出、逛一次乐园、住一晚酒店、品一顿美食、游一片花海”将不再只是游客的多重选择,而是一条可停留、可消费、可复游的完整微度假动线。

副中心文旅产业跃升现“集群发展”

顶点公园的意义,不止在于一处亲子游乐新空间,更在于它进一步印证了副中心文旅产业从“单点突破”走向“集群发展”,从“项目集聚”迈向“目的地塑造”的跃升趋势。

如今,文化旅游区正以北京环球度假区为核心,打造面向全球的顶级文旅产业集群,并立足主题娱乐、亲子娱乐、演艺娱乐、潮流体育、商业购物、品质居住等发展方向,以顶点公园、北京海昌海洋公园、湾里商业娱乐综合体等重大项目为支撑,全力打造高品质的世界级旅游目的地。

届时,北京环球度假区提供国际级主题公园体验;顶点公园聚焦全天候国际IP亲子娱乐;北京海昌海洋公园延展海洋科普、生态研学与互动体验;湾里商业娱乐综合体强化商业、娱乐与休闲消费;文景街道及文旅区公共空间则持续承接交通、生活、服务和夜间消费等溢出需求。

这不仅是一次产品创新,更是一次产业链的重构,副中心正在由依赖单一大型景区的传统旅游模式,逐步转向多项目联动、多业态融合、多时段消费、多客群覆盖的现代文旅目的地。2026年1月至9月,副中心已接待游客约3080万人次,同比增长49%,这一世界级旅游目的地的建设正在全速推进。

本报记者 赵鹏

副刊·育小



详见4版