北京城市副中心报

4

2026年10月30日
星期五

热雪奇迹、铜锣天地等天花板级地标全来了

副中心文旅区向全球递出“橄榄枝”

本报记者 赵鹏



昨日，由北京城市副中心党工委管委会、通州区委、区政府主办的“无界文旅·拾年智跃”北京城市副中心文化旅游区招商推介会举办。作为2024年以来的第三届招商推介活动，本届会议紧扣城市副中心规划建设十周年的时代背景，从见证成长到智跃升级，解锁城市副中心文化旅游区的硬核实力与无限机遇。

会上，北京热雪奇迹冰雪项目、北京铜锣天地文商旅体综合体项目、中晨“星野集营地”项目等接连签约落地，城市副中心将接续迎来一个个天花板级地标，赋能文商旅体展持续蓬勃发展。

数据说话
一条向上狂飙的增长曲线

今年恰逢北京环球度假区开园五周年，这座世界级IP引擎持续释放强劲动能。北京环球度假区客流增幅领跑全球客流量前15名主题公园，近期更官宣打造亚洲首个《速度与激情》室内骑乘、蓝贡湖夜间演艺，为城市副中心引流聚客、激活夜间消费市场。

龙头牵引，副中心文旅产业跑出亮眼增长曲线：十年间，城市副中心文体娱乐业增加值占比增长超10倍，占全区GDP比重由0.5%跃升至4.7%，成为区域经济支柱产业；2025年副中心接待游客突破2600万人次，近半数客流由环球度假区贡献；旅游花费220.5亿元，同比增长11.9%。

2026年以来，文化旅游区项目攻坚提速、业态迭代进发。“湾里”商业娱乐综合体市场热度持续走高，易通乐动力体育中心5月底正式运营，顶点公园正在全力冲刺亮相。国际人才社区116套人才公寓迎来首批“运河英才”入驻，7家品质酒店全新启用，区域已集聚12家差异化、多层次酒店，客房总量突破3400间，吃住行游购娱全链条配套加速补齐。

现场直击
资本布局世界级文旅资源

北京城市副中心党工委委员、管委会副主任卢庆雷表示，回顾十年建设征程，全面展示了城市副中心功能承载、城市品质、产业发展等方面取得的丰硕成果，诚邀企业家朋友到城市副中心、到文化旅游区实地考察，共谋合作。

在数字文旅的时代浪潮下，有关部门的政策触达也已形成“AI速度”。本次推介会上，AI推介官“拾跃”惊喜亮相，以数字化形式生动阐释市区两级文旅、商务扶持政策。

在城市副中心管委会、通州区委区政府的共同推动下，文化旅游区立足世界级文旅资源禀赋，锚定文旅产业提质升级核心目标，构建起“一核引领、两带联动”的产业发展格局，以北京环球度假区为核心引擎，以北部产业带、萧太后河蓝色经济带为支撑，全域文旅产业能级持续跃升、发展格局愈发清晰。

群“星”落子
扩容副中心文旅版图

签约环节成为全场高光时刻，一批高能级体育、商业、文旅项目集中签约落地。更多创新业态、头部品牌选择落户文化旅游区，持续壮大产业“朋友圈”。

北京热雪奇迹冰雪项目现场签署投资合作协议，计划投资约30亿元，打造世界级的全季立体冰雪度假城。规划建设全球覆雪面积最大、雪道总长最长、滑道条数最多的城市型滑雪场，配建冰雪潮流主题酒店、冰雪运动商业、产业办公等业态，让“超级雪道”延伸出城市消费新赛道。作为天花板级地标，“热雪奇迹”四季恒温的室内雪场，将助力滑雪爱好者进阶提升；屋顶雪场同步开放，超长雪圈漂流道、冰雪嘉年华活动轮番上新；足不出城，就能近距离感受国际冰雪赛事风采。

北京铜锣天地文商旅体综合体项目由铜锣湾中国有限公司自行投资，打造集国际重奢品牌奥特莱斯、铜锣坊商业、体育中心、亲子酒店于一体的一站式城市休闲综合体，并配套品质居住，预计总投资额约55亿元。游客走进铜锣天地，可一站式满足全家度假需求。在国际重奢品牌奥特莱斯打卡奢品潮牌、美妆臻品和意大利头部商超；到铜锣坊品尝东盟、袁家村、台湾士林夜市特色风味；在体育中心体验室内极限项目；入住亲子酒店，解锁全天候亲子旅居。

中晨“星野集营地”项目由两家企业联合倾力打造，项目坐落于北京城市副中心核心文旅板块，紧邻环球影城黄金区位，总占地150亩，地段稀缺、区位优势突出。项目深度依托萧太后河优质滨水自然生态禀赋，创新融合航空航天特色科普、星空露营、品香饮茶、艺术市集、亲子研学等多元沉浸式体验业态，打破传统露营文旅单一模式，打造集自然野趣、科创特色、人文休闲于一体的复合型微度假文旅新地标。未来，该项目将充分结合航空航天科创资源与副中心文旅资源优势，丰富区域文旅消费场景。

不仅如此，“湾里”也将迎来传奇巴利、PETATA等全新品牌，持续焕新城市副中心的商业天际线。

目前，文化旅游区北部产业带项目落地及意向落地率已达77%，还有约18公顷、42万平方米的产业空间和10公顷、20万平方米的居住空间虚位以待，将面向优质合作伙伴继续敞开怀抱。

马上就访

十年蝶变

文旅产业从“配角”走到“C位”

“十年来，副中心最大的蝶变之一就是文旅产业从‘配角’走到了‘C位’。”北京城市副中心管委会产业促进处处长王玥说。她表示，十年前的文化旅游区，还是一片片工地和空地，夜里黑漆漆的。十年后，随着哈利·波特城堡的灯光一亮，“湾里”、群芳、万盛西枢纽跟着亮起来，亮成一条线。这条“灯光带”的背后，是业态跟着灯火一起生长：环球有得玩，湾里有得逛，酒店有得住。过去游客白天来、当晚走；现在得住下来、慢慢玩。

十年间，通州区文体娱乐业经历三次华丽转身：从“城市郊野”到“度假城区”，从“过境地”到“目的地”，从“门票经济”到“产业经济”。“我想用一句话来概括这十年的发展成绩：十年前，副中心给文旅区留了一块地；十年后，文旅区在副中心造了‘一座城’。”王玥说。

她表示，产业工作不是“捡到篮子里都是菜”，而是“照着图纸请客人”。文化旅游区有一个“核”——环球。但一个“核”还撑不起一个国际级度假区。

今年，文化旅游区聚焦“招商图纸”，精准做强产业链，重点盯住“补、延、留”三个字。补的是季节：北方不缺冷，缺的是把“冷的气候”变成“热的产品”。这次签约的北京热雪奇迹项目是国内首座室内外融合的滑雪场，屋内屋外都能玩儿，项目四季飘雪，夏天照样能撒欢玩雪。延的是时段：铜锣天地把“购、吃、玩”装进一个综合体，国际奢牌、士林夜市、探索极限运动馆，一应俱全。白天逛完环球，晚上来“铜锣”接着逛。留的是人心：星野集营地在萧太后河边扎下帐篷：白天制香品茶、品鉴珠宝，慢享品质生活；夜里有民谣驻唱、潮玩市集、露天影院，热闹又松弛；湾里留出的是“趣”，全新引入的传奇巴利，集高端餐饮、艺术零售、文化体验于一体，打造“瑞士”范儿的文化空间。

未来，文化旅游区的产业工作要聚焦两件事：一是把“核”做大，二是把“网”织密。以环球为核心IP，织网联动。北部产业带上，顶点公园、海昌海洋公园、星耀中心正在加快建设；热雪奇迹、北京铜锣天地等一批项目又将接续落位。文化旅游区的客流正在从一个点连成一条线，再铺成一个面。“我们力争，到2028年，文化旅游区年客流达3000万人次，到2030年，争取突破5000万人次。”王玥表示。

项目声音

携手共建世界级冰雪新地标

会上，热雪奇迹与沙特本杰拉拉集团、维拓设计、铭星冰雪签署投资合作协议，北京热雪奇迹项目正式进入实质性推进阶段，将为首都冰雪文旅版图增添一张极具想象力的新名片。

签约环节，热雪奇迹总裁刘文生、维拓设计执行总裁常海龙、铭星冰雪总经理龙晓彤代表各方上台，沙特本杰拉拉集团董事长纳赛尔·阿尔杰拉拉通过视频连线签约。

项目定位为全球领先的室内外立体式滑雪场，创新采用“立体滑雪”模式：室内场馆全年恒温运营，屋顶空间冬季承办专业滑雪赛事，夏季开展山地运动等体验项目，实现“一场四季、立体运营”。

依托这一模式，项目建成后将成为全球规模和专业度领先的冰雪运动综合体，也将是北京首个具备承办国际滑雪赛事能力的室内滑雪场，可同时覆盖专业竞技与大众休闲等多元需求，为滑雪爱好者提供全年不间断的冰雪运动体验。

对区域而言，这将进一步丰富副中心高端冰雪文旅业态，扩容四季文旅产品矩阵，助力副中心拓展多元度假消费场景。

热雪奇迹总裁刘文生表示，城市副中心区位优势突出、文旅资源富集，是首都文旅发展的重要承载地。冰雪综合体项目将聚合运营、设计、设备、资本等多方力量，助力副中心冰雪经济高质量发展，打造面向全国、辐射国际的世界级四季冰雪度假目的地。

铜锣天地错位发展丰富度假场景

作为铜锣天地的运营方，川力文旅项目运营总裁朱国良坦言，文旅区已有大型商业综合体“湾里”，铜锣天地与其并非同质化竞争，而是定位错位、业态互补、客群分层的协同关系。

朱国良表示，湾里作为城市级综合商业体，覆盖多元客群与全场景消费需求；铜锣天地紧邻环球影城核心区，核心承接环球外溢的过夜游客、亲子度假家庭、企业团建与赛事客群，主打“乐园行程之外的第二消费场景”，客群结构和消费动机有清晰区分。

在奥莱板块，铜锣天地将打造沉浸式情感主题奥莱，聚焦重奢、轻奢矩阵，搭配意大利直采品牌与主题化街区场景，主打高端度假购物与打卡体验；体育板块，落地室内极限公园、安德玛UA NEXT青训体系、潜能发展中心三大国际IP，打造集专业赛事、青少年体育培训、企业团建、运动康复于一体的目的地型体育综合体；酒店板块，打造环球主题亲子度假酒店，以“孩子的24小时成长体验”为核心产品，深度绑定乐园度假住宿需求。

不仅如此，二者还将实现场景与消费时段互补。铜锣天地重点打造地下全时段美食市集，汇聚香港美食街、台湾士林夜市、东盟美食等业态，精准承接环球闭园后的夜间消费；以开放式街区+下沉广场的度假型场景，打造差异化休闲体验，与区域商业形成互补。

整体而言，两个项目将共同做大副中心文旅消费的蛋糕，各自覆盖不同客群与消费场景，形成“综合生活消费+深度度假消费”的完整闭环，合力提升副中心文旅区的整体吸引力与辐射能级。

“为了更好地承接北京环球影城的溢出效应，我们将主要从四方面发力。”朱国良说，首先是补全度假闭环，拉长消费链条。环球影城以主题游乐为核心，铜锣天地将配套高端奥莱、极限体育、特色美食市集与亲子度假酒店，把单日过境游转化为2至3天的深度微度假，提升游客过夜率与客单价，做好二次消费配套。

其次是坚持错位互补，丰富度假场景。铜锣天地将主打环球影城不具备的室内极限探险、安德玛青少年体育培训、沉浸式情感主题奥莱、夜间烟火市集，形成“园内游乐+园外度假”的互补格局，覆盖全时段、全场景消费需求。

第三是深化客流联动，实现双向引流。铜锣天地将对接度假区，探索推出“乐园+项目”联票产品、设置专属接驳动线、联合打造主题活动，高效承接外溢客流；同时依托自身国际体育、奥莱IP吸引京津冀客群，反向为度假区注入增量客流。

最后则是融入产业生态，共筑集群效应。铜锣天地将与湾里等区域优质项目协同发力，各有侧重、互为补充，共同完善度假区配套能级，助力副中心文化旅游区打造世界级旅游目的地。

湾里迎新品牌延展商业天际线

目前已开放的湾里项目，由“湾里·王府井WellTown”“湾里·汀云小镇”和“湾里·诺岚酒店”三大特色板块构成。未来，这里将构建起“全时全域全龄”的文旅体验新范式，实现对家庭、年轻群体、游客等多客群的全方位覆盖。

湾里·王府井WellTown作为国内首家跨界融合多元体验的大型文商旅奥莱综合体，汇聚国际国内名品、时尚腕表及美妆、运动及户外等品牌，融合购物、人文、艺术、科技与自然的都市新领域。在这个独特的消费场景中，国际名品购物与文化艺术展览完美交融，三大主题中庭将自然景观与科技未来巧妙结合，创造出充满故事感的商业空间。

这次签约涉及的传奇巴利店铺依托瑞士经典文化IP——传奇圣伯纳犬“巴利”的深厚人文底蕴，深耕瑞士本土文化内核。PETATA作为一个以宠物为情感纽带的宠物生活方式品牌，则将连接品牌、创作者、空间与城市中的宠物生活参与者。



本版编辑 张钊齐 校对 彭师德 刘一 王晴 绘制

本版摄影 常鸣（部分图片由受访者提供）