

# 首文科集团开启“和你在北京”2026贺岁文化季

本报讯(记者 马丹丹)2月3日,“和你在北京”首文科集团2026贺岁文化季新闻发布会在北京图书大厦举行。本次贺岁文化季也是“骏马贺新春 京彩中国年”2026年北京春节系列文化活动之一。从2月4日(立春)起至3月3日(正月十五),活动将以“1+3+40+300”立体化布局和“资源大协同、供给全覆盖、产品再创新”三大特色,邀广大市民游客在北京共赏文化之美、共享节庆之乐。

## 九大院团百场献艺 京津冀剧场绽彩

本次贺岁文化季系列活动,首文科集团通过“1+3+40+300”立体化布局,为市民游客打造“在京过大年”的浓厚节日氛围和新鲜文化体验。春节前夕,首文科集团旗下北京演艺集团的九大文艺院团将在民族文化宫大剧院,推出“和你在北京”新

就业群体专场演出,向日均活跃量达33万人的快递员、网约配送员、网约司机等新就业群体致以新春问候。

剧场空间内,九大文艺院团将携60余部精品剧目,170余场演出亮相京津冀26个核心剧场,满足不同年龄层和欣赏喜好观众的需求;公共空间中,200余个文化活动点深入庙会市集、交通枢纽、核心商圈、街道社区,特别是在市国资委部署下,在北京“八站两场”(火车站、机场)开展演艺“快闪”和图书、文创展销活动,让春运旅途洋溢文化年味,展现首都国企“京”彩纷呈;网络空间里,集团旗下名家学者、主创演员、图书编辑、策展人等化身“文化推荐官”,通过短视频、City Walk直播等形式,与广大网友一起“云”过年;还将运用“超现场”技术平台,将《五星出东方》等精品剧目进行超高清线上直播,实现看演出、逛市集、读好书,北京年味马上出发;各院团艺术名家、青年演员

将走进城市公园、文化广场、街道社区,打造流动风景,让文化年味渗透生活场景,成为流动风景。

首文科集团将通过一系列密集且优质的文艺演出、市集庙会、阅读推广、非遗体验、艺术展览等活动,真正让首都的春节“天天有活动、处处有精彩”。

## 三大亮点协同发力 文商旅消费赋能

本次贺岁文化季系列活动是首文科集团完成实质性整合后,旗下核心业务板块首次深度协同与集体亮相,突出“资源大协同、供给全覆盖、产品再创新”三大亮点。

首文科集团旗下民族文化宫大剧院、中华世纪坛、王府井书店、耀莱影城、南锣剧场、中国木偶艺术剧院、中国书店琉璃厂店设置7个核心活动点位,聚合演艺、图书、文创、电影、文

旅、体育、展览7大领域优质资源,形成“文商旅体展”产业联动,为市民游客打造“一站式”春节文化体验和消费空间,凸显首都文化产业聚合的规模化资源优势和集约化、协同化运营能力。

活动期间,北京出版集团“京版图书年货节——百种图书百场直播”陪伴读者书香过年,各平台线上店铺福利满满,“春节不打烊”。舞剧《五星出东方》《破冰》、评剧《花为媒》《杨三姐告状》、杂技《金牌杂技闹新春·登峰造“技”》等一系列观众喜爱的经典剧目和演出将集中上演。40支文艺轻骑兵除了走进公园、街道,还将前往区县文化中心以及福利院、养老院等社会公益机构,为基层群众和困难群众送上“家门口”的新年祝福。

为迎接马年春节假期,首文科集团在北京图书大厦一层全新开设首文科文创专柜,集中展售集团自主研发及与首都博物馆(含老舍纪念馆)、孔庙和国子监博物馆、北京艺术博物馆、天坛公园、地坛公园等联合推出的200余款精品文创,以及“马上有喜柿”和“马上有福气”等新春文化礼包。两款“新春文化礼包”及各类文创产品、景区联票也将通过集团市集、庙会点位发售,为市民提供文化年礼新选择。

首文科集团旗下耀莱成龙影城将在Mirra奇镜派对融合厅举办VR游戏挑战赛,还将与海淀区科技庙会联动,请财神爷、兔爷人形机器人驻守影城与观众互动,让新春观影体验增添科技感。7.8文化中心推出新春数字万象游园会,推动传统观展向深度参与、跨界融合升级,将文化资源转化为消费活力。

首文科集团党委副书记、副董事长张金玲表示,2026年是实施“十五五”规划的开局之年。首文科集团将全力投身于全国文化中心建设和首都文化全产业链生态体系构建的发展新篇中。此次“和你在北京”贺岁文化季的策划推出,旨在以文化陪伴共享“年味北京”,以融合创新呈现“京彩”新年,用人文关怀传递温暖祝福。集团将在系列活动中进一步集聚优质资源、提升服务水平,让在北京过年的市民、来北京的各地游客和世界各国朋友,感受中国年、体验北京味、享受传统文化之美,度过一个温暖且精彩的新春佳节。



首文科集团春节节设文创专柜。

■记者 马丹丹/摄

# 首发集团潮玩ETC上线

本报讯(记者 刘偶)近日,由首发集团所属云星宇公司与速通公司共同研发的“潮玩ETC”正式亮相,标志着ETC设备从单一功能型向“科技+文创”融合型迈进。

作为传统ETC的升级形态,“潮玩ETC”突破以往设备外观较为单一的局限,以潮流化、个性化的设计语言,将车载电子标签转变为兼具实用与美学价值的车内时尚单品。该产品保留了无卡化操作、全国高速通行95折、蓝牙便捷控制、无合约绑定、免费注销等核心服务优势,在确保用户出行便捷与经济性的同时,显著提升产品的视觉体验与情感附加值。

工作人员介绍,此次合作是首发集团所属企业在智慧交通领域的一次跨界创新探索。云星宇公司与速通公司依托各自在交通工程技术、电子收费运营服务方面的积累,探索“交通+文创”产品新模式,旨在为用户提供更有温度、更具个性的出行体验,推动ETC从功能设备向车生活文化载体延伸。下一步,首发集团将继续围绕出行场景与用户需求,深化科技、服务与文化创意的融合,探索更多个性化、人文化的交通服务产品,持续丰富公众的美好出行体验,为智慧交通生态建设注入活力。

# 四川饭店进驻国家会议中心大酒店



四川饭店入驻国家会议中心大酒店开启试营业。

■企业/供图

本报讯(记者 史波涛)近日,北京老字号四川饭店入驻北辰集团国家会议中心大酒店开启试营业。国家会议中心大酒店将以地道川味为特色,以巴蜀文化为内核,为宾客开启一场丰富的舌尖体验。

四川饭店作为首都首家经营正宗川菜的老字号店铺,历经半个多世纪饮食文化的积淀,以及几代厨师的技艺传承,已形成一套完整的川菜体系。

国家会议中心大酒店位于奥林匹克中心区核心地段,与鸟巢和水立方相邻,交通便利,配套设施完善,是举办高端会展和商务活动的理想场所。

此次四川饭店进驻国家会议中心大酒店,是“老字号风味”与“高星级酒店”的有机结合。四川饭店凭借深厚的

川味底蕴,为酒店增添了餐饮文化特色;国家会议中心大酒店则凭借优越的区位和高端的客源,为老字号拓展了更广泛的体验场景。双方的合作,不仅是国家会议中心大酒店创新转型的一次探索,也为亚奥区域服务国际交往提供了多样化的餐饮选择。

团圆宴享川味,新春更添滋味。春节临近,年味渐浓。今年,可让一顿火辣鲜香的川味家宴,成为团圆时刻的温馨记忆。四川饭店年夜饭正在接受预订……无论是象征红火团圆的麻辣菜肴,还是寓意幸福美满的经典川味,都将以地道的“麻、辣、鲜、香”,烘托阖家欢聚的温馨氛围。用一桌川味,让年味更浓,让情谊更深厚。

# 华天集团立春推主题美食促消费



鼓楼马凯餐厅推出“咬春”主题菜品。

■记者 董一鸣/摄

本报讯(记者 郭雨)2月4日立春,北京华天集团旗下同和居、鼓楼马凯餐厅、同春园等多家老字号餐厅同步推出“咬春”主题菜品与互动活动,将“立春咬春”传统习俗转化为时令美食与消费体验,为春节市场预热。

今年立春,各家老字号在传统基础上创新呈现。同和居推出立春双人套餐,酱肘子配葱丝、黄瓜,以韭菜汁春饼卷裹,咸鲜清爽,月坛店“绿翡翠”春饼卷裹,春意盎然。同春园讲究“双春合璧”,现烙春饼配经典炒合菜、现炸春卷,口感酥香。鼓楼马凯餐厅奉上“马跃春晓”咬春宴,春笋炒腊肉等时令菜肴寓意春回大地。惠丰饺子楼以蒜子爆羊肉卷春饼,成为老街坊“咬春”选择。除菜品创新外,华天老字号注重节

日氛围营造与互动体验。立春至春节期间,同和居、同春园等联合推出“新春幸运大转盘”活动,顾客到店消费即可参与,奖品含招牌菜、小吃及消费券,中奖率较高,增强消费趣味性。

此外,为满足居家团圆需求,各品牌推出多款年货礼盒。同和居、同春园等准备成品、半成品套餐礼盒,方便市民在家制作;同春园细分点、冷菜、热菜礼盒,包装精致且保鲜性好;同和居礼盒突出“中华老字号”标识,销量较好;惠丰酒家、护国寺小吃聚集酱货、小吃组合,主打地道京味,满足市民年货需求。从春饼、咬春宴到幸运转盘、年货礼盒,华天老字号以文化底蕴与创新服务,将传统节气转化为消费热点,既传承民俗,又为京城春节消费市场升温预热。

# 北京越野 BJ40 家族新春三车齐发

本报讯(记者 杜兰)近日,北京越野“赤兔出征·巨幕登场——BJ40新车发布会暨中国大环线启动盛典”在嘉兴举行。北京越野 BJ40 家族迎来焕新阵容,BJ40 增程赤兔标准版、BJ40 燃油巨幕版上市及 BJ40 增程越野飞行版启动全球预售。同时,北京越野“中国大环线”正式启动,官方俱乐部“旷野纵队”成立,助力用户丈量中国、奔赴远方。

北京越野董事长王昊表示:“很多改装爱好者反馈,BJ40 基础条件很好,不能不在外观与风格上更时尚、更有个性?然而自行改装不仅每次年检前需恢复原状,过程繁琐且增加额外成本。因此,BJ40 增程赤兔标准版推出,高颜值、高性能、原厂改装,让用户合规表达个性,用车无忧。”

BJ40 增程赤兔标准版不仅是 BJ40 大家族里的颜值担当,在极限场景中,BJ40 增程赤兔标准版配备高进气量涉水喉,涉水深度高达 835 毫米;配备双向可调节气减震器,征途减轻疲劳感,远行更舒适;全地形轮胎和三把差速锁,充分释放越野性能。此车还兼顾用车便利性,专属车顶平台,设计合理,不遮挡天窗,在加固车身的同时,大幅拓展装载空间;整车自带 2.5 吨拖拽资质,无论房车还是摩托艇,均可便捷拖曳。

BJ40 燃油巨幕版带来丰富的越野实力,百万级的舒享配置。性能升级方面,BJ40 燃油巨幕版搭载同级唯一博格华纳 TOD 智能四驱系统,可智能切换两驱和四驱模式,日常驾驶两驱更省油。轻度越野时智能

切换四驱模式,即使新手也可轻松驾驭;重度越野时,配合三把锁,整车动力可在各车轮间自由调配,即使单轮着地,也能保证整车动力 100% 输出。娱乐方面,BJ40 燃油巨幕版搭载同级唯一 15.6 英寸悬浮双联屏,查看路书时,一眼掌控全局;搭载二代 8155 芯片,操作流畅不卡顿,还支持新版 CarPlay、自研 AI 语音大模型、全新高德地图。此外,BJ40 燃油巨幕版升级四目行车记录仪,时刻守护车辆安全。

BJ40 家族不断推陈出新,以智能科技和硬派越野融合,回应用户需求。BJ40 增程越野飞行版搭载越野专用无人机,其悬浮气动美学机舱,造型极具科技感,还能全方位智能监控;支持语音打开越野飞行 app,车机系统

直连无人机,可进行开关机舱、操控无人机起飞;支持自动跟拍、智能运镜、AI 一键成片;支持照片实时共享——无人机会画面即时传送到车队,救援路线、地形风险、营地选址,清晰可见;能够自动收纳,触点充电,全程无需手动操作。

同时,北京越野“中国大环线”正式启动,该线路总长超过 2 万 7 千公里,设南北两条主线。整条线路除阿里无人区等极特殊路段,每 600 公里设一个北京越野官方服务站,全国经销商联动响应,高风险路段还配备专业医疗保障与应急救援。大环线分为 20 段精彩旅程,活动将持续 4 个月。每月初,悦野 APP 开放当月路段报名信息。活动现场,北京越野官方俱乐部“旷野纵队”正式成立并完成授旗。

# 京供丹东草莓节在竞园艺术中心举办

本报讯(记者 刘偶)2月1日,由北京市供销合作总社、辽宁省丹东市人民政府联合主办,世欣东方(北京)文化集团有限公司、辽宁省丹东市农业农村等单位共同承办的“京供丹东草莓节”在北京市朝阳区竞园艺术中心开幕。

活动现场,来自丹东的特色优质农产品与丰富多彩的文旅资源吸引了众多市民关注。开幕式上,独具特色的丹东民俗表演、互动体验及文化展览,集中展现丹东的农业资源与地域文化,让市民在品尝美味的同时,了解京辽协作助力乡村振兴所取得的成果。

在供销社历史文化展览馆,“打酱油”怀旧体验及书法“送福”活动相互映衬,在“竞园壹号库文化空间”特设的“丹东印象”专区通过艺术镜头呈现丹东风貌。热闹的市场活动中,草莓糖葫芦等创意草莓美食和丹东特色农产品试吃吸引了大批市民驻足品尝,让消费者在采购年货的同时,沉浸式体验“农文旅”融合带来的趣味。



中华全国供销合作总社、辽宁省丹东市人民政府、北京市供销合作总社等相关负责人出席开幕式并先后致辞,对活动的举办表示祝贺。各方认

为,京辽两地以供销合作为纽带,以特色农产品为媒介,在深化区域协作、助力乡村振兴方面发挥了积极作用。同时提到,北京市供销合作总社主动搭建产销对接平台,推动“农文旅”深度融合、服务首都市民高品质生活需求的探索与工作成效,为相关工作提供了有益经验。

活动现场,世欣东方(北京)文化集团有限公司京供一农产品汇与辽宁红色印象传媒有限公司签订战略合作协议,北京丹东企业商会与山海江田农业科技(丹东市)有限公司签订战略合作协议,标志京辽两地将在农产品推广、渠道建设、文旅融合等领域展开深度合作。随后,“京供线上平台”丹东专区正式上线。专区聚焦丹东草莓等名优特产,提供线上下单、线下自提服务,实现从产地到消费者的高效对接,标志着“数字供销”助力农产品流通进入新阶段,进一步拓宽丹东农产品进京通道。

图为市民在活动现场购买草莓。 ■记者 刘偶/摄

# 2025年北京新增商业面积超150万平方米

本报讯(记者 刘偶)近日,记者从北京市商务局获悉,2025年全市新开商业面积超150万平方米,消费供给扩容,地标涌现。通过推动超极合生汇、中关村 ART PARK 大融城、湾里商业娱乐综合体等重点项目建设,培育长辛店国潮时尚街区、宛平城特色商业街等步行街,补充京大、北京、京南及副中心商业供给,布局更均衡,多中心格局逐步形成。

2022年以来,北京强化政策引导与机制创新,推动传统商圈升级。完成54个商圈改造任务,连续三年出台品质提升支持政策,给予资金补助并制定公共区域提升政策,打造精品消费空间。第三方2025世界级商圈TOP30榜单中,本市CBD、王府井、西单金融街3个商圈上榜。

北京坚持政策引领、场景打造、活动赋能,构建多元消费生态。打造大吉巷、大融城等一批文商旅体场景;联动电影节、网球赛事等,推出“票根经济”

“超现场”模式,激发市场活力。改造盘活存量资源有三种模式:一是城市更新类,如中海大吉巷由“大吉片儿”胡同焕新为文保、商业等功能于一体的综合体;二是改造提升类,如友谊商店重组业态,引入“超级转转”首店等,转型多元消费;三是存量盘活类,如超极合生汇盘活原永旺商城,呈“东+西”布局,人气火爆。

改造理念升级推动文商旅体融合:一是公园式商业,如中关村 ART PARK 大融城以“公园+商业”为核心,打造广场、绿谷等景观,吸引全龄客群;二是“商业+文化”,如中海大吉巷融合康有为故居等文物资源,定位“城市文化会客厅”;三是“商业+体育”,如西三旗万象汇引进体育零售及培训品牌,为消费者提供健康消费体验;四是“科技+体验”,如京东 MALL 以“沉浸式体验+全品类覆盖”打造“家场景”空间。