

首都国资国企迎新春促消费

大都庙会办“鹏友局”亮新车送福

北汽集团打造多元化消费场景

本报讯(记者 杜兰 通讯员 邓英英)春节期间,在国家会议中心举办的大都庙会上,北汽集团打造的一场别开生面的“新春大集”——北汽鹏龙汽车 MALL·新春鹏友局,成为庙会中一道独特的风景线。

四款新车诠释多元出行生活

在大都庙会1楼2-3号门入口处,四台展车成为人流汇聚的焦点。北京越野BJ40 增程赤兔版无疑是现场的“人气王”。它身披赤兔红车漆,搭载原厂官方改装套件,还是北京台春晚的同款车型,其硬朗的线条和强悍的气场,吸引了大量观众驻足品鉴,上车体验者络绎不绝。

北汽极狐T1吸引了不少年轻家庭的目光,其流畅的交互体验和智能化车机系统,赢得了众多年轻夫妇的青睐。一位宝妈坐到驾驶座上体验后,为T1点赞:“车机反应快,比我家的智能音箱还聪明。”

享界S9T的流线型车身优雅大气,成为主播镜头下的“宠儿”;北京奔驰CLA也是“颜值担当”,凭借经典的无框车门设计和动感的轿跑线条,成为不少游客的打卡首选。许多游



北汽集团“新春大集”活动现场。

■企业/供图

客在此合影留念,记录下新春的时尚瞬间。

服务温度触手可及

为了让市民在逛庙会的同时也能享受专业的购车咨询服务,北汽集团

统筹资源,打造了全方位的服务平台。现场集结了30余位来自北汽各品牌4S店的专业销售顾问,他们是用户的“出行管家”。无论是技术参数解析、优惠政策解读,还是用车心得分享,顾问们都能提供详尽、专业的解答,让每一位咨询者满载而归。

双奥文化赋能新春 时尚融合点亮年味

北京时尚控股激活文化消费新引擎

本报讯(记者 杜兰)今年春节,北京时尚控股集团旗下北京时装周打造双奥文化庙会,旗下各品牌集体亮相北京“八站两场”新春文化市集,以文化与时尚融合的多元形式,为京城新春注入双奥活力与京味魅力,丰富了市民游客的节日体验。

沉浸式体验打造双奥记忆

连日来,由北京奥运城市发展促进会主办、北京时装周有限责任公司承办的“京韵迎新春·冬奥耀京城”文化庙会,在国家会议中心二期大都庙会与第四十届龙潭春节文化庙会同步开幕。本次庙会作为“从北京到米兰,一起向未来”主题系列活动之一,将北京冬奥会的奥运遗产与米兰冬奥会的热烈氛围深度融合,为市民游客奉上独具双奥特色的新春文化厚礼。

北辰·大都新春庙会成为双奥记忆的沉浸式体验空间。在“传统民俗+国潮非遗”区域内,一处占地150平方米的冬奥文化主题展区脱颖而出,成为全场焦点。展区紧扣“北京—米兰”冬奥传承核心,呼应米兰冬奥会“意韵

由你”的核心理念,让中国春节传统文化与双奥元素有机串联。特别设置的“双奥新春大篷车”奥运文化集中展示区,不仅展出奥运火炬、奖牌、吉祥物等珍贵实物及双奥主题图片,更带来2008年北京奥运会56个民族徽章套装、百家姓徽章套装、人工钻石版福娃套装等收藏级展品,吸引大量游客驻足观赏。现场精心布置的北京冬奥主题、米兰冬奥主题、新春奥运吉祥物主题、冬奥颁奖台主题4处装置,成为游客打卡的热门点位;文创礼品区内,米兰冬奥会特许商品、冰墩墩马年系列文创、中国冰雪系列及唐人坊北京绢人等精品广受欢迎;非遗手作区还邀请烙画葫芦、手工钩织、掐丝珐琅的传承人现场互动,让观众在亲身体验中感受非遗技艺与奥运文化的深度融合。

龙潭春节文化庙会则为传统民俗注入体育活力,延续“京味浓、全民乐”的传统优势,以“传统文化+体育”为核心,打造市民参与度高的新春民俗盛宴。冬奥主题装置与奥运文创产品巧妙融入逛庙会、品年俗的传统场景中,让游客在感受新春年味的同时,近距离触摸冬奥文化的独特韵味,实现传

统庙会与双奥文化的精彩碰撞。

作为承办方,北京时装周有限责任公司充分发挥平台优势与资源整合能力,从主题展区规划设计到非遗手作体验呈现,从奥运文创产品展示到传统庙会氛围营造,助力双奥文化精神以更生动、更亲民的方式融入市民日常生活。

据统计,2月17日开幕至2月22日期间,大都庙会冬奥文化主题展区累计接待游客超过10万人次;2月20日下午开展的“从北京到米兰”直播逛庙会活动,吸引34万人次在线观看;龙潭庙会同期累计接待游客超23万人次,双会场均收获超高人气。

打造新春消费热门打卡地

与此同时,2026年北京“八站两场”新春文化市集已圆满收官。北京时尚控股公司携旗下工美、铜牛、雪莲、天坛等品牌多点亮相,在首都机场、北京西站、北京南站、北京通州站,为春运旅客与市民奉上京味年礼。根据市集期间站点旅客人数统计,首都机场T3航站楼、北京西站、北京南站市集高峰日

活动现场,三位人气主播化身“云导游”,通过直播镜头带领网友“云逛展”。直播间内互动热烈,“后面那款车的后备箱帮忙打开看看”“这款CLA是什么价格”“现在过去还来得及吗”……面对弹幕上的每一个问题,都得到了实时、真诚的回应。这种线上线下同频共振的模式,极大拓展了活动的覆盖面,提升了活动的影响力。

文化赋能共创新春“福运”

除了看车、聊车,北汽还将传统文化与现代互动巧妙融合,让展台充满浓浓的年味与人情味。

活动现场,“幸运大转盘”前队长蜿蜒,游客们怀着对新年的美好期盼转动转盘;在“福报拍照区”,红红火火的背景板上“Horse 盈门 幸福加马”“愿人生如草原纵马 无拘亦无束”“马上发财”等祝福语。特有的“报纸头条”风格拍照装置,帮助一个个家庭定格幸福瞬间。

据悉,北京·鹏友局、鹏狮湾、帝狮俱乐部——北汽旗下的几个车主俱乐部,也把各自的文创产品搬到了现场。

客流均超10万人次,通州站市集高峰日客流超3000人次。

在本次“八站两场”新春文化市集,北京时尚控股公司累计展出产品60余款,旗下各品牌各展所长、特色鲜明。北京工美集团聚集“文化赋能”核心,以“工美文创”品牌为载体进驻北京西站、北京南站,集中推出30余款特色文创产品;铜牛集团深耕北京西站、北京通州站等站点,组织铜牛、天坛、PURE TOUCH、纺科所文创、中国冰雪等品牌集体亮相,展出20余款文创衍生品;与服装服饰产品;雪莲品牌携手“京工1961”品牌登陆北京西站、首都机场、北京南站,以经典羊绒围巾、羽绒服等冬装产品传递新春温暖,更通过大幅优惠让利于民。

此次参展,北京时尚控股公司充分发挥品牌集群优势,旗下品牌凭借文化底蕴与时尚设计,成为各大市集的特色亮点,既用京韵好物慰藉归乡情思,也为首都节日市集注入国企力量。目前,工美集团参与的湾里YOUNG 购集市、“马不停蹄隆福集”新春文化市集客流依旧稳步增长,持续成为新春消费的热门打卡地。

首发集团以市集为媒传递京韵年味

本报讯(记者 刘偶)今年春节,首发集团在百葛服务区启动“金马纳福,老字号在路上”市集活动。活动精准聚焦春运旅客出行需求,精选食品、文创、非遗等多个品类的优质商品,通过主题市集与便利店特色专柜相结合的方式,形成层次分明、互为补充的整体格局,打造出兼具京味儿文化深度体验与广泛消费触达的多元场景,实现服务区内立体化展示与多样化消费的有机融合。

活动期间,服务区室内中岛区域设置6家非遗制作摊位,集中展示糖人、糖葫芦、茶汤、对联、剪纸、中国结等京味非遗技艺;6家自营商品售卖摊位汇聚全聚德、六必居、王致和等9家中华老字号食品;室外则布局10个小吃、故宫文创、京都酒业等特色摊位,同步设置

新能源汽车展示区和机器人、机器狗互动区。活动特别邀请传统手工艺人现场创作,让旅客在出行途中沉浸式感受老字号的匠心品质与传统技艺魅力;同时融入机器人跳舞、机器狗舞狮等科技互动元素,为市集注入时尚活力,展现“在路上”过新春的全新形象,带给旅客不一样的新春体验。

在高速公路服务区举办“老字号在路上”市集的同时,首发集团还在北京西站设立“老字号”档口,聚焦返乡旅客年货采购核心需求,重点引入北京稻香村、御食园等老字号品牌,带来牛舌饼、枣花酥等京味特色食品及精品礼盒,打造便捷采购阵地,让旅客候车间隙即可轻松选购地道京味年货,切实解决春运途中采购不便的问题,传递旅途暖意。

快手马年星晚落地华腾大塘园区

本报讯(记者 贾珂)近日,“快手马年星晚”直播晚会在北京华腾大塘园区演播厅圆满落幕。作为承办方华腾大塘园区,凭借专业的场地与服务获得了品牌认可。

华腾大塘园区为晚会成功举办提供了全方位的硬核支撑。其演播厅及配套用房总面积达5180平方米,拍摄区域建筑面积约3500平方米,不仅拥有长60米、宽48米、高20米的开阔套内空间,还配备环形高空索道、17间配套用房及专业直播间、剪辑室。完善的硬件设施,满足了大型直播晚会的全部需求。该演播厅此前已接待央视、北京

台等官方媒体影视拍摄20余次,专业度获行业高度认可。

依托快手平台的亿级流量与全网传播优势,华腾大塘园区的知名度与美誉度大幅提升,成功实现从专业影视场地向区域影视内容创新高地的升级,进一步巩固了行业标杆地位,也强化了“演艺创意枢纽、影视拍摄首选”的市场定位。

此次合作也为园区带来了实实在在的商业价值,直接带动场地租赁、商业合作、配套服务等经营效益增长,实现了品牌声誉与商业价值的高效转化,为后续承接更多高端演艺、综艺、直播项目奠定了坚实基础。

华天老字号春节迎客流高峰

本报讯(记者 郭雨)春节期间,北京华天集团旗下同和居、同春园、鼓楼马凯餐厅、庆丰包子铺、华天延吉餐厅等老字号迎来客流高峰,其中庆丰包子铺、华天延吉餐厅除夕至初五营收同比增长均超10%。老字号门店菜桌必点,景区门店排起长队,而北京华天同时为西城区15个街道高龄老人送上手工水饺,用浓浓烟火气温暖首都春节。

据介绍,鲁菜泰斗同和居的镇店菜干烧大黄花成“春节顶流”,月坛店除夕售出近500条;同春园凭松鼠桂鱼“封神”,春节日售数百条;位于中轴线北端的鼓楼马凯餐厅,春节期间平均等位超一小时,

除夕至初五订单量同比增长近40%,营收超去年同期;同和居什刹海店因“鲁菜+京味”吸引游客,提前2小时开门,全时段营业,南方游客占比超20%;庆丰包子铺景区店增长显著,北海三座桥店人流如织,颐和园店营收同比增长超40%。

热闹背后是华天的担当。在西城区民政局统筹下,春节前夕,华天旗下品牌为15个街道高龄老人送去定制年夜饭套餐,热饺子、小菜由骑手除夕送达,让独居老人吃上“老字号年味”。此举是2025年启动“春蚕公益行动”的延续,该行动长期服务户外工作者等群体,推动公益常态化。



同和居春节迎客流高峰。

■记者 董一鸣/摄

首文科耀莱新春文旅体展融合焕新味

本报讯(记者 马丹丹)春节期间,首文科集团“和你在北京”贺岁文化季活动如火如荼。集团旗下北京耀莱成龙影城作为北京首批影院新空间,打破传统影院的单一边界,立足“文商旅体展融合”理念,将民俗、科技、艺术、公益与影视深度融合,打造多元化新春文化阵地,用一场场有温度、有质感的活动,串联起北京新春的烟火气与文化味。

影院新空间解锁新体验

作为首批北京市影院新空间代表,五棵松耀莱 Mirra 奇境派到沉浸式影游空间充分发挥文化科技融合优势,推动文商旅体进一步融合与升级。新春之际举办的“Mirra 新春抓马挑战赛”在耀莱 Mirra 融合厅圆满收官。活动以沉浸式竞技为核心,深度探索“电影+”多元体验边界,将光影空间与潮玩互动、新春氛围深度融合,现场人气旺盛、气氛热烈,以新潮竞技方式解锁新春玩乐新场景,吸引了不少家庭群体、年轻观众,献上了一场兼具年味与活力的新春文化盛宴。

公益暖心初心践行显担当

“和你在北京”,不仅有热闹与欢喜,更有温暖与坚守。作为始终践行社会责任的公众人物,成龙先生心系特殊群体。在《熊猫计划》部落奇遇记》热映之际,他专门邀请留守儿童等特殊群体走进影院,让孩子们在光影陪伴中感受新春喜悦与团圆温



北京耀莱成龙影城打造多元化新春文化阵地。

■企业/供图

情。活动现场,成龙先生与孩子们共剪窗花、体验民俗文化,与他们暖心交流、亲切互动。同时,耀莱影城为孩子们特别打造的 Mirra 奇境派到沉浸式专场,是文化与科技深度融合的沉浸式体验,为每一位渴望陪伴与关怀的孩子留下了一次特别的经历。这次聚会,是耀莱与成龙先生在公益慈善道路上的同心践行,更充分彰显了首文科集团的责任担当与核心理念。

首文科集团的新春主题活动百花齐放,吸引了国际友人埃文·凯尔的慕名参与。埃文先生现身耀莱影城,沉

浸式感受文化市集的烟火温情,逛民俗摊位、选文创礼包、与智能机器人互动。他表示:“2026年春节,是我首次在中国完整度过的一个新年。我原本计划在影城欣赏快闪舞蹈、观看春节电影,同时感受北京的民俗风情,却没想到被文创产品和智能机器人深深吸引,并且为之震撼。”

耀莱影城在浓郁年味中,为国际友人送上了一份意外惊喜,这份真切体验让他深深体悟到中国年、中国情与中国文化。影城的烟火气,成为联结中外友好的文化纽带,让“和你

北京”的温情跨越山海,直抵人心。

科技民俗相碰撞添新意

自大年初三起,耀莱成龙影城在传承地道年俗的同时,特邀科技庙会中的“当家花旦”——小K机器人在,在影城大堂现场助阵,为传统年味注入新鲜活力。大年初五,影城进一步将科技与传统年俗深度融合,财神爷、兔爷造型的人形机器人轮流驻守。市民朋友既能听兔爷推荐地道京味小吃,又能领取财神爷专属新春福卡,还能观看机器人舞狮表演,真正让民俗“活”起来,用科技唤醒老北京的年味记忆。

大年初五,除了热闹的市集与趣味科技互动,影城更以文艺之力,为新春增添温情底色。“青春北歌 耀莱相约”歌舞快闪惊喜亮相,北京歌舞剧院的演员们以“盲盒式”惊喜表演,演绎经典怀旧曲目,熟悉的旋律瞬间点燃现场,引得百人共唱。这场快闪打破了艺术与生活的界限,让市民在逛市集、赏电影之余,不经意间与歌声邂逅,在悠扬旋律中品味彼此共振、相聚的温馨与美好。

作为文商旅融合的关键载体,耀莱成龙影城以“电影票根”为纽带,巧妙联动餐饮、娱乐等多领域商户,推出票根增值福利政策。消费者持耀莱影城电影票根,即可在商圈内20余家联盟商户畅享专属折扣,影城由此构建起覆盖多元消费场景的联动闭环,实现观影之外的消费增值,让小小票根摇身一变成为“省钱法宝”。

春节假期全市公园接待游客超千万人次

本报讯(记者 夏晖)记者从市园林绿化局获悉,2月23日,全市公园共接待游客120.27万人次。据统计,春节9天长假,全市公园累计接待游客1258.50万人次,日均游客接待量139.28万人次,同比增长18.79%(2025年同期日均游客接待量为117.25万人次),春节假期游园活动顺利收官。其中,天坛公园、颐和园、圆明园遗址公园游园量居前列,长假9天分别接待127.39万、111.13万、97.55万人次。

长假期间,市民游客游园热情高涨,纷纷走进年味浓郁的各大公园,尽享生态福祉,沉浸式感受“公园里的中国年”的独特魅力。全市公园紧扣“园趣中国年——园藏万象 岁启中国年”主题,围绕“冰嬉贺岁”“岁启新知”“京韵年集”三大板块,开展庙会、游园会、科普研学、演出演艺、冰雪活动等200余项生态文化活动,满足不同年龄段游客的多元化需求。天坛公园的非遗雅乐展演、北海公园的安塞腰鼓表演等传统非遗活动,让游客深度领略中华优秀传统文化魅力;玉渊潭公园、平谷区文化公园、野鸭湖国家湿地公园等依托鸟类资源与自然教育特色,开展生物多样性科普、鸟类观察等宣传及互动体验活动,让游客在欢度佳节的同时亲近自然、增长见闻,收

获别样新春体验;颐和园蜡梅迎春展、国家植物园(北园)兰花展、世界花卉大观园高山杜鹃花展等主题花卉展,为游客带来视觉与精神的双重享受;东城区八大处公园、海淀区圆明园遗址、石景山区八大处公园、昌平区白浮泉等多家公园推出庙会、游园会等沉浸式体验活动,让游客一站式感受“吃、喝、游、购、赏”相融的新春年味;朝阳区温榆河公园、丰台区世界公园、通州区台湖公园、延庆区世园公园等通过特色灯会、夜间游园等活动,点亮京城公园夜生活,丰富游客夜间游园体验。

春节期间,市园林绿化局持续加强公园风景区等人员密集场所的安全管理,排查治理各类安全隐患。联动公安、城管执法、交通、首都文明办等部门启动公园假日应急机制,高效做好大客流应对与疏导。持续优化便民服务体系,增设临时厕所、热水供应点、休息区和母婴室;针对老人、儿童、外籍游客等特殊群体,优化童车与轮椅租借、多语种咨询引导、线上购票指引等服务流程。节日期间,“绿色使者”志愿者和“公共文明引导员”累计千余人次入园服务,服务时长6710小时,共同营造安全祥和、文明有序的游园环境。