

首都国资国企迎新春促消费

北控集团“一山一湖”文旅消费受热捧

本报讯(记者 崔紫阳)今年春节,北控集团旗下城市消费板块迎来“开门红”。其中,以雁栖湖与延庆奥林匹克园区为核心的“一山一湖”文旅项目表现尤为亮眼,通过紧扣新春民俗、体育赛事与冰雪体验三大热点,以丰富业态与优质服务点燃消费热情。春节期间,“一山一湖”累计接待游客同比增长15%,文旅消费活力持续释放。

中心成功举办,成为引爆区域客流的关键引擎。雁栖湖酒管公司紧抓赛事机遇,协同旗下各酒店创新推出“观赛+住宿”专属套餐,有效打通赛事观赏与度假体验场景,精准覆盖体育爱好者与家庭出游等多元客群需求。假日期间,雁栖湖酒管公司累计接待游客量同比大幅增长67.3%,创下雁栖湖酒店群一体化运营改革以来的历史新高。

雁栖湖:格斗赛事燃动假日

作为“来怀柔过大年”系列活动的核心亮点,国际顶尖格斗赛事品牌昆仑决新春格斗盛典在雁栖湖国际会展

围绕新春主题,各酒店纷纷推出独具特色的文化活动与产品。雁栖山庄的“金玉满堂”年夜饭,巧妙融合宋代点茶、宋锦珍珠画制作与围炉煮茶,尽显中式雅致韵味;日出东方酒店打

造“马到成功”主题新春非遗体验区与童趣嘉年华;雁栖酒店打造“马年非遗盛宴”雅集,开展写福字、剪纸等沉浸式互动体验。此外,栖湖饭店推出涵盖年夜饭与亲子互动的优惠套餐,会议中心提供“吃、玩、乐、住”一站式服务,松秀园度假村上线特惠房型,共同满足游客差异化、高品质的度假需求。

延庆冬奥园区:冰雪文旅深度融合

在延庆,奥林匹克公园以“冰雪+文化+体育”为主线,紧密结合米兰冬奥会热点及国家雪橇队取得历史性突破的契机,策划推出系列主题活动。

园区联动北京市文旅局及属地张山营镇,精心组织“龙狮迎春”“滑雪挑战赛”“非遗市集”“户外嘉年华”等37项特色活动,成功将奥运场馆的独特魅力与传统年俗氛围深度融合,进一步激发后冬奥时代的场馆运营活力,促进假日经济与赛事经济的可持续发展。

同步焕新升级的龙庆峡冰灯艺术节成为另一大吸睛点。本届艺术节不仅全面优化冰灯展区,更创新引入冰川峡谷ATV越野车拉雪圈等互动体验项目,通过壮丽的冰雪景观与丰富的游玩选择吸引大量游客。景区还联合周边民宿推出凭门票享住宿折扣的联动优惠,有效延长游客停留时间,丰富“住民宿、过大年”的文旅体验内涵。

服务保障精准有力

面对假日客流高峰的考验,“一山一湖”各园区及酒店提前启动“大客流服务保障机制”。在客流密集区域增派引导、咨询与监督人员,优化酒店入住流程,设置免费休息区与饮水点,并推行30分钟应急联络响应机制,全方位提升服务响应速度与游客体验。针对昆仑决赛等重点活动,项目方专项组建工作组,借鉴成熟的大型活动保障经验,细化全流程服务方案,构建“观赛+休憩+餐饮”的一站式服务体系,以高效协同的运营管理确保游客度过一个安全、有序的新春佳节。

此外,北控集团消费板块的其他品牌也表现活跃。燕京啤酒以“过节喝燕京UB”为主题开展新春整合营销,在线下设置国风快闪店,在线上联合网络达人围绕春节场景进行内容传播,品牌广告登陆纽约时代广场,向世界传递中国年文化。京泰集团所属丰收公司则以“马上迎丰收”为主题,通过线上线下双线布局开展促销活动,节日期间销售额较去年同期提升15%,实现品牌影响力与市场业绩的双重提升。



龙庆峡冰灯艺术节外景。

■企业/供图

金隅环贸“文商旅”融合点燃消费热潮



新春市集现场。

■企业/供图

本报讯(记者 贾叮叮)今年春节期间,金隅环贸中心环贸新生活以“环More吉市”为主题的系列新春活动顺利收官。本次活动紧扣“传统年俗焕新,城市新春会客厅”定位,以国潮美学融合现代商业,通过三大递进式场景串联全档期,以沉浸式体验激活商圈活力,实现客流、口碑与消费业绩同步攀升。

节日期间,项目全域新春氛围全面升级,打造移步易景的沉浸式打卡盛境。E座“踩福大道”、CD座B1层锦鲤主题装置成为热门打卡点,配合全楼层景观布置,营造出浓郁喜庆的新春氛围,有效激发市民打卡消费热情。依托地铁12号线新通道开通的利好,“新庭之序,驭梦华章”新年消费季同步发力,国风场景与便捷交通叠加赋能,场内商户客流与销售显著增长,商圈消费活力持续释放。

本次新春活动分三大主题有序推进。1月26日至2月13日,“赶吉鸿运场”以新中式古风市集形式亮相,融合非遗DIY、国风演奏等互动体验,让传统年俗在沉浸式场景中焕新传承。2月7日至10日,“福里福气迎春场”聚焦白领与家庭客群,推出新年战马领取、木版年画体验、环More花市赠花等亲民互动活动,以高参与感聚拢人气、沉淀口碑。正月初五“金币寻宝好运场”紧扣迎财神习俗,以福袋寻宝互动串联全场,将客流转化为消费动能,实现商户引流与业绩提升双向共赢。

此次新春系列活动,以文化赋能商业,以场景激活消费,既彰显了传统年俗的当代魅力,也展现了金隅环贸新生活作为城市商业地标的活力与温度。下一步,项目将持续深耕文商旅融合领域,打造更多高品质消费场景,为区域商业繁荣注入新动力。

石景山国资系统共迎游客98.8万人次

本报讯(记者 郭雨)春节期间,石景山区国资系统所属资源、依托石景山游乐园、石景山书院、八大处商业街、模式口历史文化街区、古城南路步行街等核心载体,精心打造新春灯会、游园庙会、非遗文化体验等一系列高品质新春活动。据悉,2月15日至2月23日,石景山区国资系统所属景区街区累计接待游客98.8万人次,带动消费额2900余万元。

今年春节恰逢石景山游乐园建园四十周年,游乐园以“灯火满园贺岁岁非遗百戏闹新春”为主题,精心策划安塞腰鼓、舞龙舞狮、火龙钢车、国潮花车与鱼灯巡游等非遗表演,将传统庙会的特色美食、趣味互动与新春灯会的光影艺术融为一体,日游园、夜赏灯,打造昼夜皆宜的多元游玩体验。石景山书院暖意融融,“福字送喜”“童手拼灯”两场新春雅趣活动热闹开启,市民踊跃扫码参与,邻里相聚、老幼同乐,以墨香载福,以灯影传情,定格无数温情瞬间。八大处新春快闪街亮相千年古刹,角楼咖啡香气袅袅,传福邮局以笔墨载满春风寄出祝福,青衿集墨香正酣,红袖徘徊,古刹与新潮交相辉映,让市民在八大处遇见一个不一样的年。

驼铃悠悠,彩灯璀璨,模式口历史文化街区备下满满当当的“年味套餐”:

抬头可见的“花漾模式口”点亮京西年味,沉浸式民俗表演转角即可遇见NPC,跨越山海的京辽文化之约铺展典籍与考古图里的历史长卷,国家级剪纸、辽西布老虎、烙画与明代壁画在此精彩相遇。古城南路步行街打造180米“星空天幕”,搭配马年主题景观小品及中国结、红灯笼等传统元素,融合“一刻钟生活圈”标识,在充分利用往年资源、践行勤俭节约的同时,将节日亮化与街区便民服务、商业活力有机结合,让古老步行街成为有年味、有温度、有活力的“城市新味”便民生活街区。

当千家万户欢聚一堂、共贺新春之时,区属物业服务企业始终坚守岗位,以“服务不打烊、保障不断档”的国企担当,紧扣群众节日需求与运营保障核心,全力做好住宅小区、商业楼宇的保洁保绿、设施维护和应急值守工作;开展西山绿道(石景山段)公共秩序维护、森林防火巡逻、湿化作业等工作;加强重点区域、重点场所的巡逻防控,增加夜间及高峰时段巡逻频次,及时响应各类诉求。他们用辛勤汗水守护万家灯火,以贴心服务温暖百姓心间,切实发挥国资国企在民生保障领域的“稳定器”和“压舱石”作用,让广大市民在整洁有序、安全祥和的环境中欢度新春佳节。

北京重点监测企业春节销售额达84.5亿元

本报讯(记者 刘偶)春节假期,市商务局重点监测的百货、超市、专业专卖店、餐饮和电商等业态企业累计实现销售额84.5亿元,其中实体商业“人财两旺”,同比增长12.4%。据手机信令和第三方大数据显示,全市60个重点商圈假期客流量达5109.4万人次,同比增长5.8%;实现消费金额154.3亿元,同比增长2.2%。

老字号引领国潮消费热潮。本市老字号以匠心品质传承京味年俗,引领新品新韵,创新推出以“马”为元素的特色产品,彰显文化自信,带动国潮消费持续提升。各大新春市集、庙会成为老字号集中展示的舞台,烟火气中寄托新春美好愿景。隆福寺新春市集汇聚三十余家老字号,人潮熙攘、年味升腾,老北京稻香村“三件套”、茶汤羊、锦芳等老字号小吃、义利现烤面包、琅玥景泰蓝产品等热销;北京同仁堂滋补礼盒融合“送健康”理念与新春祝福,菜百“小多多”“马”上有钱等足金饰品销售火热。紫光园、便宜坊、全聚德等老字号与特色餐饮企业协同发力,推出年夜饭套餐、社群互动福利、特色美食礼盒等活动。

商圈年俗消费活力多点迸发。全市各大商圈推出特色消费活动,精准对接多元化消费需求,激活新春消费市场内生动力。融合场景聚客兴商,隆福寺商圈新春市集汇集非遗好物、京味小吃、盲盒手办、书籍文创等多元业态,深度展现城市活力片区的特色魅力与浓厚年节氛围,商圈客流同比增长4.2倍,市集内泡泡玛特“星星人甜品”销售火爆,日均销售额2万余元。商业综合体“上新”带动效应显著,湾里·王府井WellTown打造“来湾里,过中国年”六

大主题活动,创新打造“文旅商+沉浸式体验”模式,带动环游城市商圈客流量同比增长2.2倍。特色国货汇聚人气,三里屯太古里携手品牌打造潮流舞狮文化主题展览,带动商圈假期客流量增长20.7%。首钢园光影秀、艺术展览、冰雪体验等多元化节庆活动,有效带动园区消费升温,新首钢园商圈假期消费金额同比增长23.6%。

首发首秀,科技赋能焕新消费场景。首发经济与烟火年味深度融合,聚新汇优构筑消费新图景。崇文门商圈国潮年货节16款国潮、科技、非遗餐饮新品展示国货创新力,带动商圈消费金额同比增长11.1%;蓝色港湾系列活动联动新春首发,以潮流艺术营造春节欢乐消费氛围,拉动燕莎蓝港商圈假期消费金额同比增长31.1%;朝阳合生汇潮玩、服装系列新品首展首发,时尚氛围与年货消费共振,带动双井商圈消费金额同比翻番。海淀区新春科技庙会设置智慧年货集市、机器人“最火店员”等科技互动展区,推动科技体验与消费场景深度融合,拉动中关村科技园客流量增长86.3%。经开区开展全市首个自动驾驶乘车购物联动优惠活动,“萝卜快跑”携手周边商圈打造“科技+消费”融合创新场景,带动亦庄核心商圈消费金额同比增长23.9%。

入境消费贡献消费新增量。全市推出5大打卡榜单、10条主题线路及新春好礼,广迎全球游客,精准契合“来华过年”入境游热潮,充分满足境外游客体验地道京韵年味的消费需求。据第三方大数据测算,本市入境游客“购”类消费金额同比增长73.2%。

同仁堂打造新春健康消费新图景

本报讯(记者 贾叮叮)今年春节,传统老字号北京同仁堂紧扣市场趋势,以滋补养生、香文化、美妆个护三大品类全线发力,线上线下、境内境外同步布局,不仅取得滋补礼盒销量同比增长超三成的亮眼成绩,更以多元产品与创新服务,勾勒出新春健康消费的新图景。

消费者礼赠需求从传统烟酒转向健康滋补,同仁堂精准对接家庭养生与节日礼赠需求,打造马年特色年货矩阵。旗下“马年健康吉祥礼”年货节精选西洋参、铁皮石斛、低糖阿胶糕等四款核心产品打造定制礼盒,成为礼赠爆款;阿胶速溶粉、阿胶类零食等年轻化滋补产品,凭借便捷即食的特点,契合职场人群日常滋补需求,成为年货市场的热门选择。与此同时,马年主题香囊、“一马当先”多宝手串等香文化产品,融合传统韵味与时尚属性,四季合香礼盒等单品持续热销,让传统文化消费成为新春新潮流。

健康消费的升级也延伸至美妆与日常护理领域。同仁堂推出的五大本



同仁堂推出“马年健康吉祥礼”特色年货节。

■企业/供图

草护肤护肤套新品,以石斛、茯苓等天然本草为核心成分,涵盖紧致焕活、保湿舒缓等多重功效,满足消费者新春肌

肤护理升级需求,凭借可靠品质收获市场积极反馈。在家庭健康保障方面,同仁堂各零售终端备足感冒止咳、

清火补益等家庭常备药,大栅栏总店新设的药食同源新中式茶饮区,更将健康消费与场景体验深度融合,实现从“购药”到“养生”的消费升级。

此次新春消费中,同仁堂更实现境内境外消费市场的同步火热。港澳门店推出新春养生打卡活动,澳门中医师走进社区提供免费体质辨识;加拿大、新西兰等境外门店结合当地需求,推出定制养生茶、健康咨询等服务,通过舞狮展演、非遗展示等形式,让中华养生文化走向世界。同时,同仁堂联动京东健康国际等平台,打造线上线下一体化消费场景,让全球消费者都能便捷选购正宗的健康产品。

从滋补礼盒到文创产品,从境内门店到境外布局,同仁堂以“健康相伴”为核心,通过产品创新与服务升级,精准契合新春健康消费需求。这不仅彰显了老字号的创新活力,更印证了健康消费理念的深入人心,为新春消费市场注入了传统文化与现代健康融合的新活力。

北京春节文旅市场人气旺消费热

本报讯(记者 夏晖)2026年春节假期,全市文旅市场呈现人气旺、消费热、年味浓、科技范、国际化等特点,累计接待游客1984.3万人次,实现旅游总收入331.4亿元。北京市文化和旅游局联动各区各部门,以科技赋能、文化赋能焕新传统年味,温情迎接海内外游客畅游北京过大年。

据介绍,游客接待量排名前十的景区(地区)依次为:王府井、奥林匹克公园、天安门地区、西单、坛厂马河国际风情水岸、前门大街、天坛公园、什刹海风景区、颐和园、南锣鼓巷。

全市举办40余个各具特色的庙会、灯会、游园会,数量、规模均创新高;以京味年俗融合科技体验为亮点,打造“日逛庙会、夜赏灯彩”的全时段沉浸式新春盛宴,让市民游客在烟火气、文化味、科技感中感受地道京味年。

春节假期,北京兴起老字号消费热、非遗体验热。隆福寺新春市集成为春节假期“顶流”,义利面包、稻香村糕点、六必居酱菜、兔儿爷文创等京味美食、非遗文创深受市民游客喜爱。地坛庙会、龙潭庙会、厂甸庙会等传统经典庙会人气爆棚,带来民俗表演、科技潮玩、特色市集等多重惊喜,是市民

游客过年的“必打卡地”。海淀新春科技庙会集结央视总台春晚同款及顶尖机器人“天团”,带来“AI过大年”的先锋体验。大都新春庙会会在国家会客厅打造“百姓喜乐荟”,六大特色展区让人目不暇接。宛平新春戏曲梨园庙会将在宛平城与卢沟桥化作“流动”的剧场,带来跨越时空的新春奇遇。圆明园新春灯会、石景山游乐园新春灯会、世界公园京彩新春彩灯嘉年华、龙庆峡冰灯艺术节等灯会活动精彩纷呈,丰富游客体验。

乡村旅游市场呈现“活动全域开花、消费热度攀升、业态融合创新”的特点。市文化和旅游局以“漫游京郊”智慧平台为核心抓手,联动各区丰富乡村旅游产品供给。假日期间,“漫游京郊”智慧平台通过短视频、直播等方式,为京郊目的地带来超2800万人次曝光,直接带动成交订单3.1万个,交易额突破千万元,夜间游览、深度体验类产品消费占比显著上升。昌平白浮泉新春庙会、怀柔红螺寺祈福游园会、平谷梨树沟非遗游园会、房山周口店镇历史研学线路等传统与新潮交融的京郊乡村旅游活动受到市民游客欢迎。

春节假期叠加加免、加免签政策落

地红利,北京入境旅游市场持续升温。2月15日晚,市文化和旅游局联合中国驻伦敦旅游办事处,在伦敦希思罗机场为搭乘国航CA938航班的旅客举办送行仪式;2月16日农历除夕,在北京首都机场开展接机活动,为该航班抵京的首批英国游客送上新春礼包。在鼓楼举办2026年春节“澳洲万人游北京首发团”欢迎仪式,迎接首批60名澳洲游客共度新春佳节,拉开澳洲万人分批畅游北京的序幕。

市文化和旅游局联合天津、河北、广西、内蒙古等11个省区市,共同开展“马年春节进京过年”系列活动。各地年货好物、地方美食、特色演出等分别亮相朝外商圈、石景山游乐园、城市副中心运河西岸、龙潭、地坛等新春活动现场,为市民游客奉上“好看、好玩、好吃、好买、好逛”的文旅嘉年华。26款“北京礼物”新春礼单和4款定制新春大礼包销售火爆,吸引众多市民游客在各大门店和新春庙会等多元场景选购,累计销售额超千万元。

春节假期,非遗文化更深入融入入庙会、景区、乡村等多样化场景,遍布全市的非遗工坊和各大庙会上的非遗体验受到市民游客喜爱。北京选送的

《天地一线》节目惊艳亮相(2026年非遗晚会),以北京中轴线为叙事脉络,荟萃京剧、剧装戏具制作技艺、民族乐器制作技艺(京胡制作技艺)、灯彩(北京灯彩)、口技、花丝镶嵌制作技艺等6个北京特色非遗项目,多维度呈现非遗的精湛技艺与独特魅力。

春节假期,全市共举办营业性演出2190场,观众约41万人次,票房收入约6401.5万元。国家大剧院、北京交响乐团、北京京剧院举办新春主题音乐会、演唱会。“和你在北京”首文科集团2026贺岁文化季带来《五星出东方》、评剧名家名段演唱会等精彩演出。北方昆曲剧院“盛世昆韵”展演、缤纷国图·2026新春演出季等特色展演带来多元文化体验。俄罗斯圣彼得堡古典芭蕾舞剧团的《天鹅湖》、列宁格勒州国立交响乐团新春音乐会,以及话剧《正红旗》、《我爱桃花》、舞剧《只此青绿》、京剧《茶馆》春节特别版、杂技《金牌杂技闹新春·登峰造极》等国内外精品演出好戏连台。吉祥大戏院、正乙祠戏楼、湖广会馆、开心麻花A33剧场等演艺新空间多点开花,分别带来传统戏曲、沉浸式戏剧、特色音乐会等多元体验。