



责编 刘洋 美编 张彬 责校 杨志强 电话:64101949 bbtzbs@163.com

两会三人行

探寻更有温度、智慧的城市更新之法

城市更新,是推动发展动能转换与民生福祉改善的关键一环。而北京,是全国首座实现减量发展的超大城市。2026年北京市政府工作报告指出,2025年,北京深入推进城市更新,老旧小区改造完工1225个,精细化治理1411条背街小巷,完成燕莎桥等251座桥系桥下空间整治,宛平等20处重点区域环境面貌显著提升……2026年,北京市将加快超大城市发展方式转型,提升城市精细化治理水平。1月27日,在政协北京市第十四届委员会第四次会议期间,多位委员围绕城市更新的“北京模式”建言献策。

政协委员黄孝斌:

强化建筑运行阶段精细化节能管理

“城市更新”是对城市空间形态和功能的持续改善活动,核心目标是实现从“大规模增量扩张”向“存量提质增效”转变。其中,老旧小区、城中村改造等属“硬件基础”。对此,来自共青团和青联界的政协委员、北京市工商联副主席、北京市时代凌宇股份有限公司董事长黄孝斌强调精准规划与综合协同的重要性。建议利用大数据、人工智能等现代技术手段,在规划阶段就对区域功能、交通、公共设施进行系统性布局,避免“为改造而改造”,实现一次更新、长远受益。

同时,黄孝斌关注到城市更新中建筑运行和精细化节能管理的问题。在他看来,大量建筑“建得好”却“用不好”。城市更新不应止步于硬件改造与设备更新,更应延伸到建筑全生命周期的精细化运营,这直接关系到更新的实际成效与可持续性。

在提案中,他建议进一步强化建筑运行阶段精细化节能管理导向,将人工智能、物联网和数据分析等技术作为提升建筑运行能效的重要手段;充分发挥北京市公共建筑和国有资产建筑体量大、管理相对集中的优势,在机关办公楼、公共服务设施、医院、高校以及国有企业管理的商务楼宇和产业园区中,选择具备条件的项目开展智慧运维节能示范等。

在政策支持方面,黄孝斌特别强调了市场化机制和社会资本参与的重要性。建议进一步完善与建筑运行节能相适应的政策支持方式,探索由侧重设备投入补贴向更加关注运行能效转变,根据建筑能效改善情况给予相应政策引导。同时,引导绿色金融资源更多投向智慧运维和运行节能项目,在公共建筑和国有物业管理中,鼓励通过节能服务外包、合同能源管理等方式,引入专业化运维力量,推动形成多方协同、风险共担、收益共享的长效机制,促进建筑运行节能工作持续深入推进。黄孝斌坦言,只有形成可持续的商业模型,城市更新的经验才能从政府主导的“试点”转化为具有广泛推广价值的“模式”。

政协委员汪碧刚:

构建有温度的基层治理

当前,我国城市发展正从大规模增量建设转向存量提质改造的新阶段。城市副中心作为承载非首都功能疏解、推动区域协调发展的重要载体,其建设不仅是空间形态的更新,更是治理体系和治理能力现代化的深刻实践。

来自环境资源界的政协委员、中国社区发展协会副会长、北京城市副中心社会治理研究院院长汪碧刚关注将城市更新与基层治理深度融合的话题。他表示,城市副中心建设正处在从“城市框架基本成型”向“功能品质全面提升”迈进的关键阶段。汪碧刚提到,城市的发展不仅是经济增长与规模扩张,更是社会文明程度、居民生活品质与整体幸福感的综合提升。因此,要构建有温度的基层治理。他强调,城市副中心在快速城镇化中面临新老市民融合、传统农民“上楼”后服务观念转变等挑战,这要求治理必须从过去的“粗放式管理”转向精细化、人性化服务,关注居民情感需求,实现“共情”。

在汪碧刚看来,城市副中心的建设与治理,本质上是政府、市场、社会组织 and 居民等多元力量共同参与的复杂系统工程。其中,政府扮演着“引导者”与“规则制定者”的关键角色。市场主体,包括开发企业、设计机构和物业服务公司等,则成为重要的“实施者”与“运营者”。社会组织和专业团体,则发挥着“连接者”与“赋能者”的独特作用。居民是这一切工作的核心与最终受益者,在协同共治的框架下,居民从被动的“接受者”转变为积极的“参与者”和“共建者”。通过居民议事会、方案工作坊、志愿服务等多种形式,居民的意见得以被倾听并融入决策,其对家园的归属感和责任感也被有效激发。

“通过持续推动城市发展与基层治理在理念、制度与实践层面的深度耦合,持续为居民赋能、为社会增能,推动‘共建共治共享’从理念口号,转化为每位居民可感知、可参与、可获益的日常实践。在此基础上,北京有望在减量发展时代,走出一条以空间优化促进社会整合、以治理创新激发内生动力的人本发展路径,生动诠释如何在快速发展中守护城市记忆、在高效治理中彰显城市温度,最终建成一个生活更美好、治理更有效、未来更可持续的现代化人民城市首都样本。”汪碧刚说道。

政协委员付玉杰:

探索科技引领的绿色发展模式

绿色产业是城市更新中实现“生态修复与功能完善”的核心内容之一,不仅为更新后的城市空间注入可持续发展的产业动能,更是将生态价值转化为经济与社会价值的关键路径。

2025年,北京全市森林覆盖率达45%,公园绿地500米服务半径覆盖率超过92%,建成各类公园1100余个。在这片绿色背后,一场关于城市发展逻辑的深刻转型正在发生。来自农业界的政协委员、北京林业大学生物科学与技术学院院长付玉杰表示,绿色发展已成为城市更新的核心标志,直接关系到百姓福祉与城市未来。

付玉杰介绍,三个关键环节构成了北京绿色发展的技术支撑体系。其中包括,一是“种子创新”,这是林业发展的源头。北京正在建设“种业之都”,林业种业创新成为重要组成部分。通过林木遗传育种,科技工作者正在培育适应北京不同区域环境的树种。二是“智慧林业”。现代森林培育已进入机械化、智能化阶段。通过“天地空”一体化监测系统,可实现对森林生态系统的全方位观测。这不仅能监测树木生长状况,还能预警虫害火灾,保护生物多样性。特别是在山区郊野公园,野生动物监测成为智慧林业的重要应用场景。此外,从采集储运到产品加工销售,科技创新正在重塑林下经济全产业链。

城市更新不仅是“物理空间”的更新,更是“产业功能”与“人文内涵”的绿色升级。将森林文化、科技与教育融入林下经济,正是以绿色科技创新驱动城市发展模式转型的生动实践。对此,付玉杰建议,将林下经济产品内在的独特森林故事、生态知识与文化价值通过有效的“文化表达”与“体验转化”实现市场跃升。具体来看,聚焦“林草花果蜂药”特色资源,打造“文化+体验”高价值产业链;推动产销环节与自然教育深度融合,建设开放式“森林课堂”;强化科技应用,系统性提升产品附加值。

北京商报记者 董晗萱

时尚产业撬动首都新消费

为加速时尚产业发展,2025年,《北京市扩大时尚消费专项行动方案》《北京市时尚产业高质量发展实施方案(2025—2027年)》相继落地,系列举措从多维度丰富时尚消费供给。在政协北京市第十四届委员会第四次会议期间,多位委员在谈及时尚产业撬动首都新消费话题时提到,新生代群体的个性化潮流需求,是激活时尚消费市场的关键突破口,接下来需通过差异化定位打造专属IP,以跨界融合、技术赋能、场景革新、精准供给为支撑,推动各业态与时尚元素深度耦合,进而全面释放各圈层消费潜能。

政协委员李志起:

时尚消费跟着“口味”走

在持续加快国际消费中心城市培育建设的背景下,北京新消费模式表现活跃。

1月26日,来自工商联界的政协委员、北京市人民政府参事室特约研究员、北京市工商联副主席、振兴国际智库理事长李志起指出,当下北京的商圈建设与社区周边消费网络均实现高质量提升,为时尚消费发展奠定了坚实基础,但后续实现质的突破,仍需找准痛点、补齐短板。

“一个城市最有潜力的消费者,仍然是年轻人这个群体。”李志起直言,聚焦“95后、00后”新生代消费群体的新需求,是撬动时尚消费的核心抓手。当前北京年轻消费已从单纯的性价比追求转向“心价比”,在基础消费上理性精打细算,却愿为兴趣与精神体验付费,潮玩、谷子经济的爆发正是这一趋势的体现。也正因如此,更需要深入研究新生代消费人群的特点与兴趣点,精准挖掘其消费特点,才能让时尚消费精准触达目标群体。

在产品与服务供给端,李志起认为北京仍有较大提升空间。李志起表示,北京在满足消费者个性化、年轻化需求上存在天然“短板”,尽管2025年北京演艺经济迎来“沸腾之年”,成为拉动消费的重要力量,但单一业态的带动作用仍显不足。除了演艺经济,餐饮、时尚消费等领域仍需加码供给保障,让年轻人有更多选择,才能实现消费需求与供给的精准匹配。

政协委员施辉阳:

京郊游迈向“深度”消费

在京郊短途游的发展进程中,时尚产业消费已不再是可有可无的点缀,而是成为支撑其突破“一日游”瓶颈、实现品质升级的核心趋势。

来自科学技术界的政协委员、北京市密云区副区长施辉阳指出,时尚产业的IP打造、情绪价值挖掘等核心特征,能为京郊文旅体农融合发展注入新活力,成为撬动北京新消费的关键支点,而京郊周末游、短途游更是挖掘时尚产业消费潜力的核心抓手。

施辉阳表示,北京作为超大型城市,市民周末、小长假的短途随心游需求旺盛,京郊是首选目的地。如今京郊交通网络四通八达,各区闲置院落改造民宿形成了扎实的接待基础。同时,消费需求已从基础吃住升级为情绪释放、亲近自然,年轻人成为核心客群,并愿意为打卡、出片、社交等情绪价值买单,这与当下时尚消费的IP认同和消费趋势高度契合。

施辉阳表示,时尚产业撬动京郊消费的核心,是让文旅体农实现深度融合。以时尚IP引流,结合滑雪、马拉松等体育赛事打造“赛事+旅游”模式,实现相互引流,同时带动农产品销售与深加工,让京郊短途游从单一的旅游消费,变成全链条的融合消费,这不仅能激活乡村经济,更能为北京建设国际消费中心城市、打造时尚之都形成新的增长极。

政协委员王文举:

提升线下消费体验感

来自教育界的政协委员、首都经济贸易大学经济学院教授王文举表示,当前,北京居民收入水平稳步提升,“年轻力”“她经济”“文艺范”等群体对个性化、潮流化、场景化消费的需求日益旺盛,适老适幼消费与大健康消费也持续升级,这些需求与时尚产业的品质化、多元化、全人群覆盖特征高度契合,为零售业态创新提供了广阔空间。

王文举建议,商超在拓展折扣店业态的同时,要发力价值导向型业态创新,探索“多品种、小批量”的经营模式。此外,要积极布局沉浸式体验零售,将艺术、文化、科技元素深度融入商业空间,并支持首店经济等新业态发展。

王文举同时认为,一方面,应持续推动线下零售业态的智能化转型,着力提升线下消费的科技感和便捷性体验,如加快发展无人零售、智慧餐厅等新零售业态,打造智慧商圈、智慧街区,丰富线下消费的智能化体验。另一方面,支持线上流量向线下延伸,鼓励互联网平台企业拓展线下业务,促进线上线下消费高效协同,带动零售业态持续迭代升级。

王文举强调,零售业态创新是激发消费潜力的核心路径,时尚产业的赋能为其注入品质与活力。通过跨界融合、技术赋能、场景重构、精准供给,推动零售与时尚深度融合。

北京商报记者 郭缤璐

市人大代表相军:

向文商旅体展深度融合“要场景”

在北京持续推进文商旅体展深度融合,消费扩容提质、促进服务业融合创新的当下,赛演经济正成为拉动内需、塑造城市品牌的重要引擎。在市十六届人大四次会议期间,市人大代表、国家体育场有限责任公司党委书记、董事长相军在接受北京商报记者专访时表示,当前国家体育场的核心发展方向是通过文商旅体展深度融合,扩大内需、提振消费。

文商旅体展深度融合过程中,如何将客流转化为实际消费?相军给出的答案是“场景营造”。“国家体育场将围绕文商旅体展深度融合,打造四类典型消费场景,其中包括面向企业的品牌宣传与展示场景、引入知名品牌的现场销售场景、对外输出资源的联盟场景,以及拓展消费边界的票务联动场景。”相军说。

据了解,目前国家体育场已形成涵盖场馆活动策划落地、旅游服务、商业招商管理、无形资产开发、管理输出等场馆运营管理业务的全产业链运营模式,其中自营占比极高,场租收入仅占总收入的26%。2025年,国家体育场营收超5亿元,覆盖折旧近1亿元、税费近5000万元后仍实现盈利。

数据显示,2025年“鸟巢”举办56场大型活动,吸引购票观众超300万人次,据相关文旅部门统计,上述活动为北京市拉动综合消费超137亿元。相军透露,2026年,鸟巢预计举办万人以上的大型活动超65场,同比提升近30%,全年预计吸引入场客流约600万人次,叠加周边3000万免费客流,将形成强大流量

入口。在超65场的大型活动中,演唱会占档期比例最高。

同时,相军表示,国家体育场在“十五五”期间,将继续承办国际重大赛事及国事保障活动,如2027年世界田径锦标赛等。同时,国家体育场也将提升旅游品质,助推“去围栏化”,实现无界开放,延长游客游览时间。契合演艺经济,国家体育场还将会同北京市演出公司,打造体现中华优秀传统文化的驻场演出,整合衍生品开发、餐饮、票务、包厢冠名、广告等产业链资源,助推国家体育场从“奥运遗产”向“城市金矿”的转变,目标是到2030年鸟巢集团收入超12亿元。

在融合消费方面,国家体育场会以文商旅体展深度融合为核心,打造多功能消费场景。其中,品牌宣传场景,国家体育场向机器人、建材、食品等领域企业开放,其中机器人可分别应用于现场展示、驻场演出、设施巡检、商品售卖等;现场销售场景,引入咖啡、快餐、酒类等品牌;资源联盟场景,将国家体育场的演艺、体育、客流资源输出到北京其他场馆;票务联动场景,开展票务联动销售,拓展消费边界。

助力北京时尚之都建设,国家体育场还将通过IP开发和场景赋能切入,目前已面向社会征集“集团团圆”吉祥物IP形象,推出相关毛绒玩具等衍生品,2025年衍生品销售额达1亿余元。未来将持续丰富IP周边产品,结合演唱会、赛事等年轻时尚类活动,强化与潮流消费的绑定,为时尚品牌提供展示和合作平台。

北京商报记者 卢扬 冯若男