

深蓝媒体智库发布2026年度报告

建议消费提质从补贴思维转向制度供给

5月21日,深蓝媒体智库正式发布《从物理叠加到深度共生——北京文商旅体展融合调研报告》(以下简称《调研报告》)。<《调研报告》通过对话一众顶尖专家,拆解北京环球影城、大三里屯商圈、携程餐厅等12个典型案例,探讨了在纯商品消费加速向体验与场景消费转向的当下,文化、商业、旅游、体育、展览从物理叠加到深度共生的五大路径。同时,围绕融合机制、业态、空间、市场动力方面的痛点,提出包括“从补贴思维转向制度供给”“重大消费活动一窗受理机制”“完善柔性、临时用地政策”等多项建议。

回答融合的必要与前提

在前期调研工作中,深蓝媒体智库发现,传统的单一业态、独立发展、线性增长模式触及瓶颈、增长空间逼近天花板,文商旅体展融合的真正价值,不是资源“一鱼多吃”的粗放业态拼盘,而在于构建“文化铸魂、商业赋能、旅游引流、体育聚力、展览拓界”的全链条生态。

因此,这份报告试图回答一个根本性问题:在纯商品消费加速向体验与场景消费转向的今天,如何让文化、商业、旅游、体育、展览从机械的物理叠加,进化为价值共创的深度共生?

深蓝媒体智库认为,从融合的必然性来看,北京推动文商旅体展深度融合,不是可选项,而是时代浪潮、消费嬗变、城市进阶三重力量交织下的必然选择。当前,消费的底层逻辑已发生根本改变,产业边界彻底被打破,城市竞争进入下半场。文商旅体展深度融合是突破瓶颈、释放潜能、重塑竞争力的关键一步。

深蓝媒体智库调研发现,北京文商旅体

展融合的“必然性”,根植于资源禀赋、政策培育与消费基础三重因素的叠加。

首先,北京的资源顶配。谈到文化,北京有中轴线、故宫等8处世界遗产;谈到商业,北京有三里屯、SKP、国贸等热门商圈,2025年新增首店1068家;谈及旅游,环球影城、长城、颐和园等形成差异化吸引力;谈及体育,北京是双奥之城,年均数百场顶级赛事演出;谈及会展,服贸会、北京车展、科博会等国际展会影响力巨大。

其次,北京的政策体系完整、支持力度空前,为融合保驾护航。从国家《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》,到北京市“十五五”规划、2026政府工作报告,明确提出打造2—3个千亿级融合消费新地标,推广票根经济、第二现场,业态融合项目最高补贴2000万元等。

同时,北京消费基础雄厚,具有高收入、年轻化、国际化等特点。2025年,全市居民人均消费支出50667元,同比增长1.8%。年轻客群、家庭客群、入境客群持续增长,体验消费、夜间消费、周末消费、情绪消费全面崛起。

复盘五大融合模式

必然性与前提条件兼具,融合的路要怎么走?

在过去的两个月里,深蓝媒体智库调研了12个融合标杆案例,总结出北京文商旅体展融合的五大模式:以北京环球影城为代表的“文旅+IP”模式;以大三里屯商圈为代表的“体育+商圈”模式;以大栅栏、檀谷为代表的“存量改造+活化利用”模式;以北京稻香村、内联升等为代表的“IP+创新”模式;以美团、抖音、携程为代表的“数字+赋能”模式。

以“文旅+IP”模式中的北京环球影城为例,其核心逻辑为“超级IP+全业态配套+延长停留”。

开园四年来,北京环球影城重塑了通州商业生态,不仅自身成为主题引爆点,更带动首钢园、中轴线、大运河等周边文旅资源形成联动,推动餐饮、酒店、文创、研学、休闲等业态全面延伸。深蓝媒体智库调研数据显示,北京环球影城周边5公里餐饮达3800家、民宿增长361%、酒店常态化满房,形成高频消费集群。游客的出行偏好也从一日游园延伸为“游园+餐饮+住宿+观展”的2—3日微度假。

通过景区、商圈、文博、演艺的全域联动,北京环球影城成功跑通了“IP带动—业态延展—停留拉长—全域消费”的文商旅体展融合路径。随着湾里奥莱、三大文化建筑、海昌海洋公园加速落地,全域消费格局成型,实现了从单一乐园到城市消费引擎的跨越。

聚焦融合痛点

模式之外,深蓝媒体智库的年度报告中同样聚焦跨界痛点:机制上,部门条块分割、资源数据难以统筹;业态上,项目不能停留在物理叠加拼凑、缺乏核心IP串联与流量互通的初始阶段;空间上,城市核心区与郊区发展不均衡,存量盘活效率不高;市场动力上,社会资本介入路径、盈利模式单一,数字化赋能方式需要更加清晰。

其中“融合深度不足、同质化苗头显现”是被专家和企业反复提及的问题。不少项目仍停留在业态叠加层面,若每个商圈、每个街区都复制同一套网红模板,最终只会陷入“千城一面”的内卷。同样,文创产品也存在“千城一品”的情况。

这些痛点反映出,融合不是喊口号,更不是贴标签,而是一场需要机制创新、运营深耕与耐心资本的系统工程。

提出五大建议

除了案例的调研与拆解,深蓝媒体智库分别与来自国务院发展研究中心、中国旅游研究院、清华大学、CBRE世邦魏理仕的四位顶尖专家进行了深度对话,针对痛点提出五大方向性建议。

第一是机制创新。国务院发展研究中心市场经济研究所原所长、二级研究员王微提出,文商旅体展融合关键在于政策支持需要从“补贴思维”转向“制度供给”。关键不是给钱,而是进一步“放开”和“开放”。王微表示,举办文化演艺、体育赛事等重大活动,涉及文化、体育、公安、市容、交通等多个部门,一些城市已探索重大消费活动的“一窗受理”机制。她认为,在政策赋能之外,支持创新创业的产业基金、松绑式的营商环境改革、审批制度简化,都是比直接补贴更有效率的政策工具。

清华大学互联网产业研究院院长、清华大学经济管理学院教授朱岩指出,可信数据空间是文商旅体展融合的基础设施,所有融合难题的最终解法,都指向可信数据空间与配套数据体系建设。

第二是业态升级。在中国旅游研究院首席研究员李仲广看来,同一杯咖啡,在街边喝和在限定花季的户外野餐中喝,效用完全不同。创新场景,就是为了对抗边际效用的下降,持续为消费者创造新鲜感。

CBRE世邦魏理仕中国区总裁李凌表示,避免同质化竞争的核心是深耕北京在地的文化基因,让每一个融合项目都能讲出独特的

北京故事。

第三是空间优化。多位专家建议,在空间资源紧张的北京,应盘活存量,优化核心区柔性用地机制,补齐郊区融合配套短板,构建全域融合空间格局。一方面完善柔性用地、临时用地政策,在不改变用地性质的前提下,允许核心商圈周边公共空间、闲置地块、边角区域合规准入限时商业、市集、文创、休闲业态;同时简化活动审批流程,支持常态化举办嘉年华、市集、文化展演等活动,盘活空间资源、释放消费潜力。

第四是培育市场,提升消费转化与服务品质。王微特别指出,文商旅体展融合发展培育优质企业未必求大,“服务业也要像制造业一样,培育具有专业性、创新性、引领性、标杆性的‘专精特新’企业”。这为政策精准发力提供了新视角:既要培育龙头,也要关注那些在某一领域有专长和品牌的“小巨人”。

最后,在国际化提升方面,李仲广建议,从多语种服务、支付便利、交通接驳、票务规范等细节入手,打通“落地—游览—离京”全链条。他认为,制度设计和精细化管理做到位了,融合发展的“最后一公里”就能打通。“到那时,文商旅体展就不再是一个概念,而是每个人都能感受到的城市温度和消费品质。”

2026深蓝媒体智库年度论坛由中国经济传媒协会、北京日报报业集团指导,北京日报社、《中外企业文化》杂志社主办,以“融势新生·共赢未来”为主题,跳出行业单一发展视角,从城市发展、人文消费、产业共生层面审视文商旅体展融合现状,梳理实践探索、直面现实瓶颈,为城市更新、业态破圈、生态重塑提供有温度、有深度的行业观察与现实思考。

北京商报记者 关子辰 牛清妍

