

一线实践：多业态探寻同频共振发力点

时值“十五五”开局之年，城市经济转型与新型消费培育提速之际，5月21日，2026深蓝媒体智库年度论坛在北京国际饭店举行。论坛上，来自商业、文旅、金融、体育等行业的企业代表分享各方经验。他们跳出单一发展视角，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。

北京市餐饮行业协会会长，北京华天饮食控股集团有限公司党委书记、董事长贾飞跃

打破边界，解锁全域经营新模式

北京市餐饮行业协会会长，北京华天饮食控股集团有限公司党委书记、董事长贾飞跃表示，餐饮是文商旅体展融合发展的核心纽带与流量入口，具备聚拢人气、串联多元业态、撬动全域经营的独特优势，是打通消费场景、盘活城市消费的重要引擎。而文商旅体展多维跨界融合是餐饮行业突破增长瓶颈、实现聚能增效的核心抓手，行业需从简单业态叠加转向深度价值共生，全面激活消费新潜力，助力北京国际消费中心城市建设。

分享中，贾飞跃列举多个标杆品牌创新实践，详解餐饮跨界融合的落地路径。作为北京老字号代表，华天集团聚焦文化深度赋能消费场景，以鼓楼脚下马凯餐厅为载体打造“京城文化名人会客厅”，依托门店深厚历史底蕴，升级门店环境、特色器皿与招牌菜品，结合齐白石等名人历史故事打造沉浸式文化用餐体验，马凯麻酱糖饼等爆款单品成功出圈，成为深受年轻人青睐的打卡美食。

同时，华天集团持续拓宽融合边界，打造京城首家餐饮老字号艺术馆，通过多主题艺术展览探索“文化+餐饮+体验”全新模式；联动西城文旅微短剧《三井胡同的夏天》，以影视内容赋能老字号文化传播，实现线上种草、线下引流的双向结合；在服贸会打造“物华天宝·西游盛宴”主题市集，推出数十款IP联名菜品，结合集章巡

游、智能体验等新潮玩法，打造“老字号+动漫IP+会展体验”的深度融合样板。

除本土老字号外，多个连锁品牌的北京门店也落地特色融合模式。白塔寺片区必胜客Pizzeria北京首店，融入属地文旅资源，接入“漫步北京”城市微旅游精品路线，串联周边名人故居、文化街巷等地标，打造“文旅+美食”沉浸式体验；瑞幸咖啡创新双赛道融合场景，依托巴西使馆资源打造南美风情主题门店，联动海外文化资源塑造北京CBD国际文旅打卡地标，同时推出科学艺术风万店标杆店，融合智能科技、商务研学场景，打造科技文旅消费新空间，有效带动门店客流、销量与品牌势能同步提升。

结合行业发展现状，贾飞跃总结当下北京餐饮三大核心发展趋势，为行业转型升级指明方向。其一是文化赋能常态化，无论是老字号焕新升级、餐饮文化空间拓展，还是新兴潮流餐饮发展，文化内核已成为餐饮经营的核心竞争力；其二是场景消费主流化，餐饮业态不再局限于门店堂食，逐步向特色胡同、文旅景观、城市漫步路线等多元场景延伸，持续拓宽经营与消费空间；其三是跨界融合系统化，餐饮行业打破业态壁垒，联动文旅、体育、会展、动漫IP、微短剧等多元领域，加速构建全域共生的产业发展生态。

北京商报记者 郭缤璐

中网公司总经理李旭华

用赛事引导观众无缝流转周边商圈和消费

中网公司(以下简称“中网”)总经理李旭华透露，2026年中网赛程将拓展至四周，并增加业余网球最高级别赛事ITF国际网球大师赛MT400。同时，推出全新国际球员接待中心，串联餐厅、娱乐区，构建一体化球员生态圈。

在文化层面，中网组织明星球员前往天坛打卡、开展故宫游，将赛事与文化体验深度融合，通过明星球员的分享，增强北京的体育赛事及其他各项吸引力。

在商业层面，2025年中网在国家网球中心打造了55个美食品牌、超70个餐饮点位、1100个户外就餐座位，新设钻石球场七层空中会客厅和屋顶花园。在三周赛期内，园区综合消费达3600万元，同比增长44%。

李旭华还提到，中网特许产品销售同样成为亮点，2025年共上线240款文化衍生品，销售额达1250万元，同比增长1.6倍。

在旅游层面，李旭华介绍，2025年中网赛事吸引京外观众超18万人次，其中，境外观众超1万人次。中网相应推出“跟着赛事游北京”十条主题线路，联动长城等景点，推出中网主题酒店，提供欢享观赛和签名岛的专属特色服务。此

外，凭中网票根，观众可享受圆明园等11家公园门票减免，30家博物馆及景点、50家艺术机构免费观展，有效拉长游客停留时间。

在体育层面，2025年中网首次将赛程扩充至三周。同时，构建多层次的赛事体系，全年举办超过100场青少年和业余人群的各级比赛，让网球以更亲民、更趣味的方式触动大众。

基于上述成果，李旭华提出，要实现文商旅体的融合，就要做好赛事内容、做活创新模式、做强资源整合。李旭华表示，公司将把中网赛事建设成可持续、可生长、有温度的世界级体育文化IP和城市活力的引擎。

李旭华还提到，国家网球中心将会以全新体验式的场景亮相，还要通过权益互通、场景互嵌，引导观众无缝流转于周边的商圈和消费场景，激活全程消费活力。在旅游方面，中网将与赞助商、合作伙伴推出“观赛+住宿、购物、游玩、美食”等组合产品，延长游客停留时间。此外，还将在澳网和温网开展中网赛事的专项推介，让国际顶级赛场不断听到中国声音。

北京商报记者 关子辰 牛清妍

北京吴裕泰茶业股份有限公司党支部书记、董事长张楠

非遗破圈，老字号打开融合新赛道

北京吴裕泰茶业股份有限公司党支部书记、董事长张楠表示，吴裕泰最核心的基因，就是独特的“裕泰香”，它是产品与研发的灵魂。前段时间，吴裕泰与科研机构合作发现，“裕泰香”可能包含180多种芳香物质，其中核心的有18种，而起决定性作用的5种，构成了“裕泰香”芳香物质的核心。

基于上述核心品质，吴裕泰找到了产品融合创新的打通点。例如，已推出的网红产品茉莉花茶冰激凌、茉莉花茶啤酒，以及未来将陆续推出的饼干、糕点等。今后，吴裕泰还将与科研机构合作，不断通过全新方式把“裕泰香”复制出来并实现“量化”，以此形成消费者最核心的品

牌记忆。

张楠强调，作为老字号，吴裕泰的核心是守正创新。守正，是把住产品灵魂。创新，是在此基础上不断拓宽品牌边界，从冰激凌、啤酒等食品，逐步延伸到杯子、冰箱贴、手链等文创产品。这能把吴裕泰和老北京的情怀串成情感线，拉近与消费者的情感沟通。无论北京人还是外地游客，都能形成强烈的情感对话。

张楠透露，在电商和线下渠道，吴裕泰也将推动陈列的升级。“未来门店不再满足于传统的产品陈列，而是会更专注于打造体验感和情绪价值，以此有效拉动消费。”

北京商报记者 孔瑶瑶

首创证券首席经济学家韦志超

供需双旺 北京文商旅体展潜力广阔

首创证券首席经济学家韦志超表示，北京文商旅体展以及服务产业的发展潜力非常广阔。他从三方面进行解读：一是国内经济整体稳增转型；二是北京坐拥硬核优势，适配高端服务业提质发展；三是服务业发展根基稳固，北京未来增长空间充足。

韦志超判断，未来中国的人均GDP将不断上升，中国服务业的GDP占比也将持续提高。据公开数据，2025年中国人均GDP约为1.3万美元，据社科院等机构估算，至2035年中国人均GDP预计将达到2万至2.5万美元，相比当前水平，仍有较大的增长空间，表明整体经济体量提升潜力巨大。

而深挖北京发展服务业的底层逻辑，韦志超指出，集聚效应是核心，具体可以分为规模效应、网络效应和产业融合三方面。规模效应方面，北京拥有约2000万常住人口，庞大的人口基数，使得大型赛事、演唱会等活动的单位成本得以降低，并且大城市能够支撑更多高频次、大规模的商业和文化活动。

网络效应方面，参与人群越多，整体收益越高，进一步放大发展优势，形成强烈的吸引力并激发新需求。而产业融合方面，文商旅活动不仅限于门票收入，还强力带动参会、食宿、餐饮、交通等相关产业发展。北京拥有“四个中心”定位、众多老字号品牌以及深厚的历史文化资源，为产业融合提供了得天独厚的条件。

“文商旅体展产业具有显著的消费外溢与集聚效应，其发展不仅能够扩大服务消费，还可带动住宿、餐饮、零售、传媒等相关行业，形成经济乘数效应。而北京的集聚效应属于‘加强版’，并且在文商旅体展领域呈现出需求供给双旺的局面。”韦志超强调，“一方面，需求端强劲。北京人均GDP相对较高，直接推动对高品质服务业的需求提升。另一方面，供给端旺盛。北京汇聚了全国优质的文化、历史和教育资源，能够提供高质量的服务供给。”

对于未来文商旅体展更具体的发展方向，韦志超表示，北京有望从提升国际化服务与全球消费便利化、增强夜间经济与城市持续活力、培育世界级文化演艺与赛事IP、提高市场化运营与内容创新能力、优化街区空间与多元消费生态这五方面展开。

“北京过去做得很好，未来会更好”，韦志超总结道。

北京商报记者 刘宇阳 实习生 王思奕

携程集团副总裁秦静

优质旅游产品和项目 是吸引外国游客的关键

携程集团副总裁秦静表示，优质的旅游产品和项目是带动外国游客来华的关键。携程正积极推动节、演、展、赛对入境游客的吸引力。自开业以来，携程打造的“TASTE OF CHINA中国味”沉浸式餐厅已吸引了来自全球超80个国家及地区的近1万名游客到访，好评率高达90%以上。目前，携程正积极筹备北京店及伦敦海外首店。

秦静透露，过去一年，携程销售了超1000场节演展赛门票。在2025湖州马拉松期间，携程通过销售“跑马套餐”累计带动当地周末文旅消费超3000万元。

目前，携程全球节演展赛已覆盖全球177个城市。携程还面向外国游客推广、销售举办于中国的优质演唱会、赛事门票。例如，2026年携程引入了F1中国大奖赛IP，门票销售数据显示，入境游客购票占比达21%。此外，在2025年NBA球星库里中国行期间，携程联合当地政府及团队，通过无人机表演等方式，将重庆游客停留时长从1晚拉长至3晚，当月游客环比增长4倍。

秦静表示，携程的目标是在未来五年，通过平台为中国带来2亿外国游客。此外，携程于2025年5月启动10亿元全球旅游创新基金，设立每年1000万元的“旅游创新奖”，用评奖和资金激励的方式告诉旅游行业B端的商家，如何打造旅游项目能给目的地带来流量、给商家带来收益。截至目前，获得该奖项的项目平均带动了目的地订单增长51%，搜索量增长42%。2026年6月底，携程将揭晓第二届获奖的项目。

北京商报记者 关子辰 牛清妍

餐饮



贾飞跃

赛事



李旭华

旅游



张楠

老字号



韦志超



秦静