

端午假期北京变身“城市乐园”

端午假期临近,北京文旅市场再推新活动、新路线。6月17日,北京商报记者从北京市文化和旅游局获悉,北京市文化和旅游局统筹全市文旅资源,以“乐享端午 畅游北京”为主题,推出五大板块1800余场特色文旅活动。针对京郊游、展览游,北京推出10条“粽享京郊·夏日漫游”主题线路,15条精品一日游、两日游采摘线路以及10条展览主题游线路,丰富市民游客假期出游选择。端午假期期间,北京将变身成一座城市“游乐园”,重点文旅活动遍布各区,浓浓佳节氛围铺满街巷。

推出端午“必玩”推荐榜单

端午假期,北京将变身成为一座城市“游乐园”。北京市文化和旅游局宣传处副处长桑小楠介绍,端午假期,全市200余场重点文旅活动遍布各区。为了方便市民游客获取活动信息,北京市文化和旅游局精选30余项特色活动打造端午“必玩”推荐榜单,为市民游客提供实用游玩指南。

据了解,端午假期,东城区将开展“香遇王府井”系列主题活动,艺云数字艺术中心、和平菓局、吉祥大戏院等多点联动,丰富假日

体验;前门国风节、隆福寺“热象周末·好物市集”等新潮活动将火热开展,增强假日文化吸引力。朝阳区北京民俗博物馆将开展香囊制作、五色绳编织等节日体验。

假期三天,逛公园将成为不少游客的出游选择。北京商报记者从北京市公园管理中心获悉,端午假期,市属13家公园及中国园林博物馆将围绕非物质文化遗产传承、公园经济焕新及晚间游览体验三大主线,集中推出夏日特色文化活动。同时,为满足市民晚间游览需求,北海公园、香山公园等多处公园及场馆在端午期间特别策划了夜游活动,让古都的夏夜充满诗意。

桑小楠在接受采访时表示,今年端午假期,全市文旅活动供给丰富。1800余场活动遍布各区,为广大市民和游客营造浓浓的佳节氛围。这些活动呈现出传统与潮流交融的特点。既有应时应景的龙舟赛、游园会、非遗展示,也有演唱会、驻场演出、艺术大展等多元体验,能够满足不同游客群体的喜好。

针对毕业生推出门票优惠活动

端午假期三天,周边游、京郊游正逐步升温。美团数据显示,从目的地看,北京预计成

为端午热门出游城市Top1。

桑小楠介绍,端午假期,北京市文化和旅游局精选特色民俗活动和民宿、村咖、采摘等乡村业态资源,推出10条“粽享京郊·夏日漫游”主题线路。“漫游京郊”平台围绕樱桃、杏等应季鲜果,推出15条精品一日游、两日游采摘线路,适合假期亲子出游。

京郊“微度假”活动同样精彩。其中,通州区北京大运河龙舟嘉年华、密云区古北水镇长城龙舟节、怀柔区第二十一届京韵满乡文化旅游节亮点纷呈,将推出龙舟竞渡、传统民俗、特色市集等系列活动。

古北水镇相关负责人告诉北京商报记

者,古北水镇将于端午假期期间推出“古北水镇长城龙舟节”主题活动,通过龙舟竞渡、游园互动等内容,丰富游客假日出游选择,呈现兼具南北方特色的端午度假场景。活动期间,长城龙舟夺锦勇士挑战赛、长城龙舟赛与长城龙舟浮游会将陆续上演。

针对京郊游相关优惠活动,北京市文化和旅游局乡村旅游发展处副处长滑欣表示,近期,北京市文化和旅游局发布“绿道+民宿”打卡优惠地图,同步推出“绿道打卡 民宿惠享”主题活动。市民游客成功完成绿道打卡数量要求,即可享受民宿优惠。

除了京郊游,“跟着展览游北京”也受到众多游客的青睐。北京市文化和旅游局推出10条展览主题游线路,串联“玉米·黄金·美洲豹——玛雅与安第斯古代文明大展”、“如是莫高”敦煌艺术大展等20余个精品展览及周边文化场馆、历史街区、特色商圈,打造兼具文化深度与消费热度的假日出行新选择。

谈及假期出游优惠政策,桑小楠举例称,全市多家景区,例如北京野生动物园、欢乐谷等,为广大毕业生准备了专属福利,推出免门票或门票优惠活动。同时,北京市文化和旅游局还联合出行平台发放百元券包,让假期出游更舒心。

北京商报记者 吴其芸

Market focus

从外围供货到核心嵌入 中国智造的世界杯跃迁

2026美加墨世界杯的赛场内外,一场跨越代际的产业叙事正在徐徐展开。不同于往届赛事里随处可见的球衣、旗帜、纪念周边等传统轻工中国元素,本届世界杯中,中国智造彻底跳出了“外围供货”的旧路径,以一粒内置智能芯片的比赛用球为起点,串联起算力底座、专业显示、新能源交通的完整技术链条,实现了对赛事核心运转体系的深度嵌入。业内分析普遍认为,这不再是过去依靠供应链优势“走量卖货”的浅层次参与,而是中国企业首次以基础设施提供者、技术标准共建者的全新身份亮相,标志着中国智造的全球化进程正式换挡提速。

赛场内外的全景渗透

回望过去多届世界杯,中国元素长期停留在赛事的“外围圈层”:义乌工厂赶制的助威旗帜、代工厂生产的授权球衣、销往全球的纪念周边,构成了大众对“世界杯中国制造”的固有印象。业内曾将这种模式概括为“围裙经济”——中国企业依托成熟供应链优势赚取加工费,却始终隔着多层隔膜,难以触及赛事判罚、转播、交通保障的核心环节,只能以“旁观者”的身份参与这场全球顶级体育盛会。

而2026美加墨世界杯,这一延续数十年的产业格局被彻底打破。本届世界杯官方用球“三重浪”由中国工厂全程生产,其核心突破早已不在传统缝制工艺层面,而在于淮安顶慕运动打造的内置智能球胆。这款球胆嵌入高精度传感器,每秒可采集500次触球数据,直接接入FIFA半自动越位判定系统,成为赛事公平判罚的关键物理传感终端。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜对北京商报记者表示,“三重浪”的核心价值从来不是制造本身,而是背后“传感—通信—算法”的全链条系统集成能力,这让中国产品第一次从“赛场边缘”走进了决定赛事公平的核心链路。

智能足球的突破从来不是孤立事件,背后是中国体育外贸产业的整体升级。作



为“世界杯最强氛围组”的义乌,2026年一季度体育用品及设备出口额达到28.3亿元,同比增长12%,不少商户本届世界杯的订单量较往届上涨20%—30%。

更值得关注的是,如今的义乌早已不是单纯的“周边代工厂”,大量搭载智能模块的观赛装备、数据采集运动器材正从这里发往全球各地,完成了从“卖商品”到“卖整体解决方案”的关键转型。

场内竞技之外,以容声为代表的中国家电品牌,也借本届世界杯完成了从品牌曝光到技术输出的升级。北京时间6月17日上午6点,2026美加墨世界杯小组赛伊拉克对阵挪威的赛场边,围挡上的八个大字格外醒目——“容声冰箱 鲜翻全场”。

容声冰箱相关负责人对北京商报记者表示,品牌与顶级赛事的合作,早已升级为硬核技术的全球路演。容声不再满足于简单的品牌曝光,而是依托43年的技术积淀,从行业参与者跃升为定义者,率先开创“养鲜冰箱”新品类,并牵头制定多项行业团体标准,把世界杯赛场转化为展示中国家电硬核科技的主场,重塑全球消费者对“中国智造”的认知。

技术协同的体系闭环

中国智造没有停留在单点产品的突破上,而是搭建起覆盖数据采集、算力处理、画面呈现的完整智能赛事体系,形成了独

有的技术协同闭环。

当全球数十亿目光聚焦绿茵场时,一个容易被忽略的事实是:达拉斯国际转播中心的核心显示设备,全部来自中国海信。海信RGB-Mini LED电视进驻IBC国际转播中心,同步赋能VAR视频裁判系统,为精准判罚提供专业级显示支撑。这意味着,一块中国屏幕正在直接参与世界杯的判罚决策链——这早已不是普通的商业赞助,而是实打实的核心技术准入。

这个信号的分量,远超一场赛事本身。过去十年,中国显示产业完成了从追赶到领跑的跨越式发展。根据洛图科技统计数据,2025年全球RGB-Mini LED电视领域,海信产品销量份额达到61.7%,排名全球第一;2026年一季度,其销量份额进一步提升至70.5%,继续蝉联全球第一。如果说DeepSeek用大模型证明了中国AI可以定义全球技术路线,那么海信RGB-Mini LED正在用领先的显示技术证明:全球电视市场的未来将由中国企业引领。

据业内人士透露,针对赛事判罚“零误差”的要求,海信专项攻克了传统Mini LED长期存在的串色、色晕行业痛点,实现了“裁判级”的精准画质,哪怕是一帧画面里的毫米级细微动作,都能被清晰捕捉呈现。

联想则为赛事部署了超过1.7万台服务器与工作站,依托覆盖美加墨三国的边缘计算架构,将全球赛事转播时延压缩至5秒以内,为数十亿观众提供了流畅的4K/8K观

赛体验。更具标志性的是,联想与FIFA联合研发的Football AI Pro系统,不再是按照外方提供的规格书代工生产,而是双方共同定义下一代足球赛事的技术标准,这是中国算力企业在全球顶级赛事中的首次深度参与。

联想集团高级副总裁、首席战略官和首席市场官乔健对北京商报记者表示,对于联想而言,世界杯并不是终点,而是起点。世界杯是全球最复杂、规模最大、压力最高的体育场景之一。如果AI能够在这里成功运行,那么它未来就能够被复制到职业联赛、场馆运营、青训体系、校园体育乃至社区体育及大众健身等更广泛场景。联想正在把世界杯沉淀下来的能力,逐步转化为可复制、可推广、可规模化部署的智能体育解决方案。

赛场之外的城市运维体系,同样是这套协同能力的延伸。中国中车的轻轨列车在墨西哥三大赛事城市投入运营,日均载客超过125万人次,直接打通场馆与城市核心区的通勤链路;800台世界杯新能源接驳车中,95%以上为中国制造,宇通针对当地多雨内涝的气候特点,升级了2米72小时防水的电池系统,推出的26米双铰接客车型单次可载客270人,运力提升40%,直接破解了当地场馆接驳的运力难题;中通客车的无障碍公交落地墨西哥城,搭载智能安全系统与视障人士专属设施,精准适配本地公共服务需求。

“从场内的智能判罚体系到场外的城市交通网络,中国智造不再输出单一产品,而是提供适配本地需求的整套解决方案,形成了覆盖赛事全场景的协同服务能力。”产业观察家丁少将说。

话语权重构的底层跃迁

全链条的技术渗透与体系闭环,最终指向的是中国智造出海逻辑的底层重构。

中国城市发展研究院投资部副主任袁帅表示,回望世界杯的历史舞台,中国元素的身影其实从未缺席,但在相当长的时间里,这些元素大多停留在球衣、旗帜、周边纪念品等轻工业产品范畴,本质上还是依托供应链优势的“卖货”逻辑,中国企业更多扮演着赛事供应商的角色,赚的是代工生产的辛苦钱,在赛事核心环节几乎没有话语权。而2026美加墨世界杯上出现的变化,显然已经打破了这种延续多年的固定模式,完成从“产品出海”到“规则共建”的本质跃迁。

这种跃迁首先体现在身份的彻底转变上。过去中国企业参与世界杯,大多以赞助商、代工厂的身份出现,核心诉求是品牌曝光与短期订单收益,几乎没有机会触及赛事的核心规则制定。

在本届世界杯上,联想与FIFA联合研发AI赛事系统,参与定义下一代赛事的技术规格;海信的显示标准成为VAR判罚的参考依据,直接影响全球顶级赛事的画面呈现规则;宇通的新能源客车定制方案,为北美城市的大型赛事交通体系提供了可复制的样本。中国企业不再是被动接受国际品牌的技术要求,而是主动参与到行业标准的共建中,完成了从“执行者”到“定义者”的身份切换。

更深层的变化,是技术话语权的软性布局。柏文喜认为,将全球转播时延压缩至5秒以内,不只是亮眼的技术参数,更是全球信息分发权力的重新配置:当数十亿观众通过中国企业搭建的算力链路观看赛事,本质是中国技术在全球内容分发体系中占据了关键位置。从智能足球的传感标准,到AI算力的分发逻辑,再到显示设备的画质规范,中国智造正在赛事的核心运转环节,留下属于自己的技术印记,这种话语权的占位,远非简单的商业赞助能够实现。

北京商报记者 卓洋
图片来源:视觉中国