



责编 刘洋 美编 贾丛丛 责校 杨志强 电话:64101880 kuaijiagao@163.com

教育服务专题首设跨境出海专区

提质择优

作为服贸会九大核心专题之一,教育服务专题是展示首都教育对外开放成果、畅通跨境教育交流合作、赋能教育服务贸易高质量发展的重要窗口。

针对整体情况,魏旭斌介绍,经过前期周密筹备,本届教育服务专题紧扣国际教育合作、智慧教育创新两大主线,将集中呈现双向留学提质、中外合作办学建设、职业教育产教融合等实践成果,还将举办多场高水平国际论坛,共同探讨全球教育发展新路径,为全球教育合作注入新动能。

在招展环节,魏旭斌介绍,教育服务专题坚持提质择优,500强及行业龙头企业占比较去年提升66%。

集聚高端资源、构建多元协同的国际教育合作生态,是本届专题展的亮点之一。魏旭斌表示,专题展依托服贸会国家级平台,汇聚境内外优质教育与产业资源,国际化、专业化水平进一步提升。参展单位既包括北京大学、北京理工大学、北京航空航天大学等重点高校,也涵盖英国文化教育协会、法国法语联盟、俄罗斯文化中心、世界权威大学排名机构QS、剑桥大学出版与考评院等境外知名机构,以及一批行业龙头企业。

“本届专题展坚持以展促合、实效为先,把项目对接、成果落地、贸易转化作为核心目标。”魏旭斌进一步介绍,面向社会消费端,推出语言培训、留学咨询、AI智能教辅等产品,丰富市民教育供给,激活教育服务消费活力;面向产业端,组织B2B对接、政企对接、项目推介专场,精准匹配各方诉求,推动项目签约落地,把展会资源优势转化为对外开放实际成效,推动教育服务专题升级为集展示、交流、对接、交易于一体的高能级合作平台。

双向流通

本届教育服务专题聚焦对外开放提质增效,全方位展示首都国际教育合作成果。

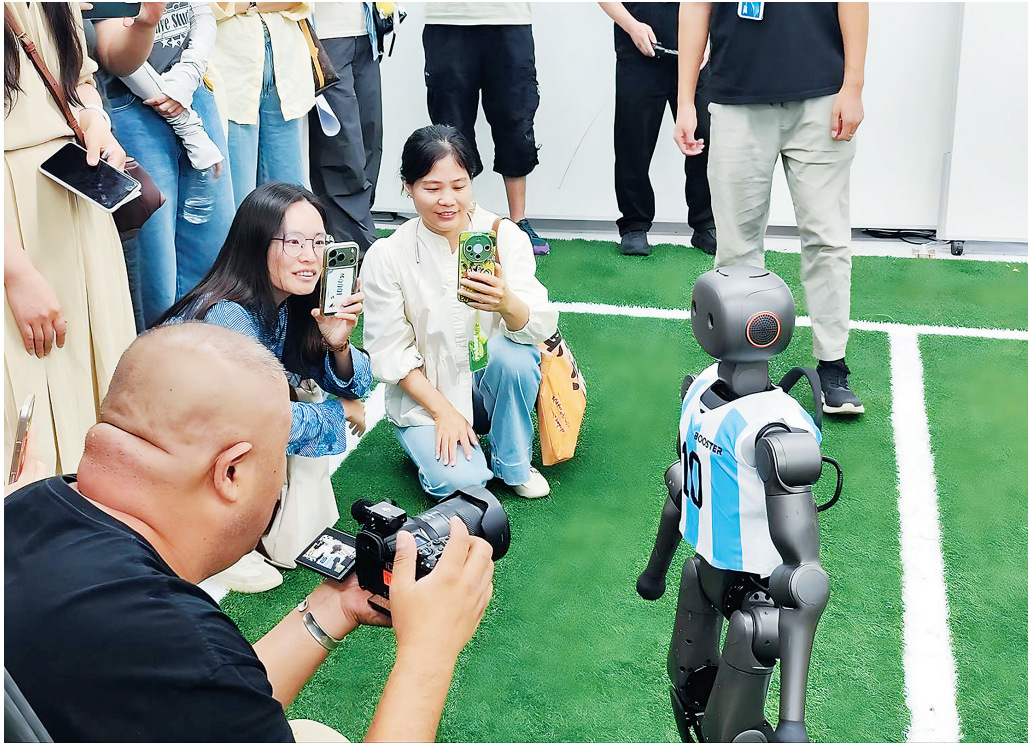
魏旭斌介绍,专题展开幕式上将举行中

在近日举办的2026年服贸会教育服务专题新闻通气会上,北京市委教育工委委员、市教委副主任魏旭斌介绍,本届教育服务专题以“教育强国,智创未来”为主题,落地首钢园8号馆,紧扣国际教育合作、智慧教育创新两大主线,并同步展示教育新基建、AI未来学习空间、教育机器人等前沿创新成果。今年教育专题展还将重点展示“留学北京”品牌升级等工作,并新设教育服务跨境出海专区,进一步提升首都教育的国际影响力与竞争力。

国一上海合作组织基础教育合作中心揭牌仪式;专题展还将重点展示“留学北京”品牌升级、中外合作办学内涵发展、中外校际常态化交流等工作,展现首都教育开放包容、互利共赢的发展风貌。

魏旭斌还表示,今年新设的教育服务跨境出海专区,围绕教育资源输出、智慧教育产品出海、国际化人才联合培育,展示首都参与全球教育服务贸易的创新实践,打通国内外教育资源双向流通渠道,提升首都教育国际影响力与竞争力。

北京航空航天大学中法工程师学院、国际通用工程学院党委书记张江介绍,今年,北航中法工程师学院招收20名法国学生,这也是学院连续第三年实现法国留学生招生人数突破两位数。随着我国教育水平的不断提升,越来越多的外国高中毕业生选择来华留学、进入北航中法工程师学院求学,这充分表明中国人才培养的成效已获得法国学生及其家长的认可。以往,外国留学生来华多侧重于语言和文化学习,而如今,他们与中国学生同堂接受系统的工程师教育,这一转变在北航中



法工程师学院得到生动体现。

首都教育以其开放包容的格局,持续吸引着世界各地的留学生。北京大学燕京学堂院长董强谈到,燕京学堂强调多元、开放,注重跨文化交流和对话,每届学生来自30—40个国家和地区,不同国家、不同文化背景的同学共处一堂,促使学生以多元、开放的思维方式互相借鉴。学堂也通过多种形式促进跨文化交流和对话,受邀的国内外各界学者让多元文化议题在课堂内外交融碰撞。

国际教育正是当下的重点赛道,各企业也将在教育专题展上展示相关创新产品与服务成果。新东方教育科技集团副总裁王学文表示,今年,由新东方留学考试与出国咨询两大板块整合升级而成的“新东方国际教育”品牌,将首次在服贸会亮相,集中展示一站式国际教育生态体系,涵盖语言提升、国际课程、升学规划、留学申请、中外合作办学及就业发展等全链条服务。

不仅如此,北京商报记者还了解到,为服务中国企业出海对国际化人才的需求,新东方国际教育全新推出的“全球胜任力定制提

升方案”也将亮相,面向半导体与芯片、AI、新能源、新茶饮等出海产业,提供语言提升与业务实战一体化人才培养。

数智赋能

随着人工智能技术持续迭代,教育新场景加速涌现,“AI+教育”正成为当下教育变革的核心驱动力。据介绍,本届教育专题展聚焦数字科技赋能变革,迭代升级智慧教育创新应用场景,紧密对接首都教育数字化转型部署,集中展示人工智能赋能教育的落地成果。

魏旭斌介绍,在往年基础上,专题展将迭代第二批“京娃”系列教育智能体矩阵,覆盖课堂教学辅助、个性化学习、校园治理、公共教育服务等场景,构建普惠高效的智慧教育服务体系。现场将集中展示AI基础教育应用、教育垂类模型、智能教育装备、智慧课堂等创新成果,呈现首都依托教育新基建推动教学模式、管理效能、服务品质全面提升的实践探索。

北京市“京娃”系列教育智能体之一的

“育见京小宝”也将亮相服贸会。北京尚睿通科技有限公司副总裁赵战术介绍,“育见京小宝”面向出生、托育、学前阶段,构建“育、服、教、管”一体化服务体系,探索“医养教”融合、“一童一案、因童施教”,助力市民从“幼有所育”走向“幼有优育”。

“当前,人工智能正在加快进入教育教学和公共服务的真实场景。”北京国智创科教育科技有限公司党支部书记、董事赵克文认为,对基础教育来说,公司关注的不只是“有没有AI”,更重要的是能否落实立德树人根本任务,能否安全可靠地进入学校、家庭和社会,能否把技术创新转化为师生和家长看得见、摸得着、用得上的教育服务。本届服贸会将重点展示中试服务平台、教育词元公共供给平台和教育AI评测场。

猿力科技集团飞象星球副总裁蒋沁君介绍,今年服贸会期间,飞象星球将集中展示三大教育大模型与五大场景产品,系统呈现面向基础教育的大模型如何从底层能力走向学校、教师、课堂和学生。猿力科技集团旗下教育智能硬件品牌小猿学习机以及斑马儿童科教集团也将亮相。其中,小猿学习机将搭载全新升级的“超拟人AI老师”,集中展示分学科教学、个性化精准辅导与全场景伴学三大核心升级能力;斑马则以“AI赋能儿童教育”为主题,核心展示自研儿童科教大模型如何贯穿2—12岁全阶段的学习内容体系。

具身智能也是当前科技领域的热点之一,北京众多企业正积极跟进,加快相关产品的布局与人才培养。北京加速进化解决方案和服务负责人史克表示,加速进化以“人才”与“场景”双轮驱动具身智能生态生长。针对教育解决方案,K12阶段聚焦具身智能启蒙,高职阶段注重工程技能与实训,高校阶段聚焦研究与应用开发,产业阶段人才则逐步进入真实场景。在基础教育方面,加速进化还在人工智能通识课中加入人形机器人实践项目,让学生更直观地感知和了解人工智能的落地场景,并通过开设人形机器人社团课和研学营,带领学生学习前沿科技,培养其科创实践能力。

北京商报记者 吴其芸/文并摄

赛事IP跨界联动 北京加速迈向“国际赛事名城”

“双奥之城·赛事同行”——“北京赛事×长安街知事和他的朋友们”主题对话活动近日在国家网球中心举行,传递“北京出品”赛事的温度与效率。会上,活动全方位展示了“双奥100”精品赛事体系建设的成果;作为2008年和2022年北京“双奥”荣光的记录者,“长安街知事”与众位“北京赛事”参与者展开跨界对话与思维碰撞。



“双奥100”精品赛事体系成形

“北京赛事”是北京市为加快建设国际赛事名城,由“双奥100”精品赛事体系延伸出的城市体育品牌概念。2024年,打造具有国际影响力赛事体系的部署落地,“双奥100”精品赛事体系建设蓝图正式向全球发布。2025年,198项精品赛事“叫好又叫座”。

2026年,在京举办的世锦赛、世界杯总决赛等国际体育组织最高级别赛事达9项,世界杯、巡回赛等国际体育组织常规赛事达16项,21项高等级国际赛历赛事实现在京长期连续举办。进入金秋9月,北京将迎来全年赛事高峰期,中国网球公开赛、WTT中国大满贯、北京马拉松、世界短池游泳锦标赛等十余项国际重磅赛事将相继登台。

北京市体育局二级巡视员张华表示,高水平体育赛事已不仅仅是竞技场上的胜负较量,更已融入城市发展和市民生活,成为推动城市高质量发展、丰富市民生活内涵、塑造城

市品牌形象、提升社会文明程度的重要引擎。

北京日报报业集团副总编辑曹斌表示,本次活动是媒体力量与北京赛事的深度联动,旨在通过“北京赛事”与“长安街知事”两大IP跨界联动搭建多方高效沟通平台。报社将依托“1+3+4+N”的全媒体传播矩阵对“双奥100”赛事进行全方位立体赋能,用媒体视角记录赛事背后的城市故事,携手各方共同讲好“北京赛事”故事,助力国际消费中心城市与国际赛事名城建设。

运营数据为办赛实力“背书”

在核心对话环节,两场主题对话汇聚多元智慧、碰撞跨界思维。

作为本次活动举办地的“东道主”,首创集团副总经理、中网公司董事长孙宝杰介绍,中网是北京市自主培育的赛事品牌,近三年实现“三级跳”,观众增至36万人次,票房与赞助收入大幅跃升。今年,中网将通过打造园区“精致体验”、拓展“5+N”全城第二现场、深化

票根经济等举措,构建全时全域消费链条。长远来看,中网将依托“中网+”战略,完善青少年赛事体系,布局AI训练馆等新业务,通过全产业链运营持续为北京城市发展赋能。

北京国资公司副总经理朱捷介绍了破解奥运场馆“赛后闲置”难题的“北京方案”：“鸟巢”“水立方”“冰丝带”三大奥运场馆近三年举办万人以上活动117场,接待观众1800万人次。通过丰富多业态供给,三大场馆非场租商业运营收入占比近50%,“鸟巢”全年使用率高达94%。在深化IP打造方面,构建了涵盖国际知名赛事与特色IP的多元赛事体系,积极布局科技新兴赛事,成功举办两届世界人形机器人运动会,以“体育+科技”双轮驱动,不断放大IP赋能价值,助力国际赛事名城建设。

北京石景山文化旅游有限公司总经理樊文斌以WTT中国大满贯为例,介绍了“赛城联动”的创新探索:京石文旅通过“串场景、作票根、优服务”,将首钢园工业遗存与体育风潮深度融合,推出“行走的票根”文创T恤及15

条“有求必应”宠粉措施,实现“看一场赛事,游一座城区”。去年,该赛事带动周边消费约3.2亿元,带动石景山区消费约7亿元。

国际篮联中国区总经理方亮则揭秘了国际篮联洲际杯连续三年落户北京的背后考量。他表示,北京卓越的统筹办赛能力、深厚的篮球文化底蕴及庞大的球迷基础是打动国际篮联的核心优势。未来,国际篮联不仅将带来顶级俱乐部对决,还将推动三人篮球及青少年赛事体系落地,实现国际顶级赛事与本土青训、群众篮球的双向赋能,助力北京做强“三大球”都市赛事品牌。

赛事流量沉淀为商圈消费增量

赛事出行、特许服务、商圈消费、金融服务……如果说第一场圆桌对话展现的是“北京赛事”直接举办者的办赛实力,那么第二场圆桌对话则聚焦城市气质如何融入赛事经济,是对第一场对话的延伸与拓展。

北京首都机场股份有限公司董事会秘书李博表示,全市首个“双奥100”主题特许店落户“第一国门”,是文商旅体展深度融合与商业模式转型的关键突破;该店借助赛事影响力与机场区位优势,为北京城市名片注入体育文化内涵。未来,首都机场将以该首店为起点,深化赛事宣传、票务及抵离保障等多元合作,完善“城市会客厅”生态,为旅客提供更丰富的出行体验。

亚奥商圈拥有亿级客流,针对如何将其转化为消费增量,北京亚奥商圈发展促进会秘书长王凡表示,一是创新“票根经济”,依托小程序发放消费券,联动百家门店引流,并以此引入更多商业业态;二是构建沉浸式消费

场景,亚奥商圈从今年起探索推动赛事第二现场及主题酒店餐厅有效落地;三是推动体育IP与商圈活力双向赋能,将短期赛事流量沉淀为长期商圈活力,助力国际消费中心城市建设。

中国南方航空股份有限公司华北营销中心副总经理俞伟海介绍,赛事宣传和服务链条正从赛场延伸至出行端,专为北京“双奥100”赛事推出的“出行服务包”涵盖机票专属折扣、优先登机、休息室及涉赛行李专属值机等全流程保障,目前已服务多项重磅赛事。

体育赛事已成为展现城市活力与国际交流的重要窗口。中国工商银行北京崇文支行党委书记、行长周宏峰指出,银行业正从单纯品牌曝光向深度融合赛事特征转型,围绕赛事IP定制金融服务,打通餐饮、旅行等多元消费场景。同时,针对赛事的跨国界连接属性,持续优化跨境支付环境,将赛事客流转化为消费动能,让全球宾客感知北京金融服务的温度。

北京拥有全球顶级的“双奥”场馆集群、充沛的赛事人才遗产以及深厚的人文基础。首都体育学院副院长左伟建议,赛事与城市融合发展,要充分发挥北京科创中心优势,推动体育人工智能、体医工融合等“专精特新”技术赋能赛事运营,将赛事转化为激活存量空间、拉动消费升级的“催化剂”。

赛场之上,是世界的瞩目;赛场之外,是城市的生长。未来,北京双奥国际赛事名城将以开放之姿拥抱世界,持续将赛事IP融入城市空间与消费场景,以高质量体育赛事推动首都文商旅体展深度融合,服务首都“四个中心”功能建设。

北京商报记者 和岳
图片来源:中网公司