

关于打造京西南文商旅消费新高地的建议

李 珍

问题及分析：

文化旅游消费已经成为人们追捧热度最高的体验消费形式和现代生活方式的重要表现方式。房山要建设高品质的北京西南广域级消费中心，就要做足文化旅游消费这篇大文章，形成首都文商旅消费新高地，带动房山成为消费新热点。

建议：

一、搭建文商旅资源平台。打造“京西南文商旅消费高地”是一个系统工程，应充分发挥政府在规划布局、政策扶持、市场监管、公共服务等方面的引导作用，建议由区政府牵头，结合北京市和房山区两级上位规划和文化、旅游、商业等各专项规划，从顶层设计层面联动统筹考虑，注重功能复合、积极推动国土空间规划落地，做好“利旧、更新”文章，集约高效利用空间，高品质规划文商旅消费商圈。用好文化遗存和旅游资源，明确房山独特的文化消费品牌。联合区商务局、区文旅局、区农业农村局等相关部门形成工作专班，搭建文商旅资源平台，吸引社会资本参与建设运营，共同打造北京具有文旅特色的高品质消费商圈。

二、将房山特色文化元素融入商圈肌理。借助正在实施的“一园一景”、“一路一策”提升计划和主要道路两侧增彩添绿工程，将具有房山特色的历史文化活化成文化墙、雕塑、景观小品、道旗、标识系统等元素植入公园绿地、小微绿地、口袋公园建设项目，不断强化人民对房山历史文化的了解度。引入专业的文化运营企业，在存量文旅项目提质增效、布点增量文商旅项目两个维

度要坚持以运营为根本，高标准规划、谋定而后动。力求小而精、小而特、小而美，打造精品文商旅融合示范点。

三、重点打造以长阳商圈为城市文化会客厅的房山特色文商旅产业集群。依据《房山区推进落实北京国际消费中心城市建设工作方案（2021-2025年）》，由政府统筹主导，通过购买服务的方式引入成熟的运营企业，聚焦发力打造以长阳商圈为核心的城市文化会客厅。同时，因圈制宜、分类指导，将拱辰、良乡大学城、燕房、窦店等四大商圈打造成多点联动的特色消费街区，形成文化主题各异的发展格局和城市特色风貌。在满足本地存量日常消费需求的同时，用圈层经济思维，用人际关系反思产品规划，保持耐心和定力，精雕细琢业态和内容，解决增量人群特定圈层消费需求。通过引入社会资本的方式充分利用长阳中央城商业街、首开福茂、北京熙悦天街等空置的经营用房，以人们的消费习惯和旅游动线为基础，一方面，布点非营利性的文化公建或旅游公建，作为房山城市文化会客厅的展示窗口向本地和游客提供历史文化和旅游资源，植入具有公益性的文化共享空间和新场景应用，如实体书店、小剧场、小影院、小展馆等文化旅游休闲设施；以“周周有活动、月月有节庆”为目标，发展体验式、互动式、沉浸式等多元演艺业态，打造艺术氛围浓厚、市民踊跃参与的文化嘉年华，吸引人流服务国内外及本市消费者，助力商家创新消费业态和模式，提升商业经营坪效；另一方面，分批布局一批精品酒店、主题民宿，联合携程、美团等旅游OTA平台制定多条一站式高质量的房山时尚文化旅游线路，往房山各大景区输送客源。通过商业体系的错位发展和城市商业生态的修复，将房山打造为具有鲜明文化IP的京西南广域级商业中心。

四、通过系统化品牌营销思维，将房山源文化活化成影视作品、文化产品、旅游产品、文化活动，多角度释放房山传统历史文化的魅力，为消费者提供趣味感受、文化认知、情感共鸣等分级体验。例如，围绕“人之源”“城之源”“都之源”，打造以“源文化”为主题的特色文化商业街区，将房山区打造成“世界源文化遗产展示窗口”。通过制定并发布文化旅游企业扶持政策和政府引导专项基金，借助人们对学习传承优秀传统文化、历史文化的追捧风尚，引导社会资本和文化产业关联企业参与房山文化开发利用事业中。通过影视、动漫、短视频等媒介加大房山文化宣传力度与广度，联合线上影视和线下市集，延展消费热情及空间；推进景区虚拟3D沉浸式数字化体验业务在文化、文博、文旅场景的应用，打造线下源文化VR体验馆，让全球游客有机会沉浸式了解历史，让用户身临其境体验传统文化，让传统文化成为年轻人的潮流，增强文化自信；发展数字化消费新场景，打造数字藏品；以房山城市卡通形象“方方”为基础，通过文化创意大赛向全国征集代表房山特色的伴手礼，以此带动房山文化创新产业的发展；通过“北京消费季”系列活动，推动实体商业与电商、新媒体合作，组织商业、文化、旅游、体育、农业领域开展促销活动等，总之，要通过为特定的高品质消费客群提供沉浸式的消费场景与高质量的文化体验，来提升人民复游复购的频率和赢得房山文商旅品牌的口碑，借国内外游客到访交流将房山文化品牌向全球推广，打开新的国际市场。

文商旅消费高地要靠文化积淀，靠市场培育，也靠时间打磨。运营主体单位要坚持清单化管理、项目化推进，每年一步一个脚

印，争取 2025 年前让房山成为“文化+商业+旅游+科技”深度融合的夜归地和消费新地标。

关于打造京西南文商旅消费新高地的建议

承办单位 区文旅局

一、推进顶层设计，加强引领作用

完成编制《房山区全域旅游发展规划》及《房山区“十四五”时期国际旅游休闲区建设发展规划》，正式印发《房山区推进落实国际消费中心城市建设工作方案（2021-2025年）》及配套“五个清单”，成立了区级领导小组，积极创建国家级全域旅游示范区，推进文旅品牌发展战略规划、文旅融合发展三年行动计划编制工作。

二、加速资源整合，推出精品线路

一是串联房山优质旅游资源，推出寻根之旅、石经之旅、地质之旅等精品旅游线路以及酒庄游、红色游、骑行游等百余条特色定制线路，并利用全媒体平台与OTA平台进行发布推介，打造高质量房山时尚文化旅游线路，促进消费品质提升。

二是持续推动文化和旅游消费融合发展。2023年春季北京国际长走大会突出房山特色，弘扬区内悠久的历史，丰富的旅游资源。同时还有中医药产业、对口帮扶展销，与文创产品、特色红酒等商业零售区域形成相互引流，促进商文旅体医等多领域的融合发展。同时，首次开展汽车展销活动，本次入驻3家汽车企业，为经济发展赋能。

三是多方挖潜体育消费活力。“房山区全民健身消费季”、2023冰雪消费季、XGAMES中国滑雪巡回赛北京站、滑向“新浪杯”高山滑雪公开赛等。

四是发挥农超对接工作优势，通过“企业+基地+合作社+农户”

模式，协调华冠超市与圣水峪香椿种植专业合作社对接，国家地理标志农产品上方山香椿产品通过直采直供的方式进入商超，拓宽销路。深化拓展消费帮扶。结合北京消费季举办“京彩西品”消费帮扶新媒体电商集中行动，积极帮助结对地区扩大支援合作地区优质特色农副产品的市场影响力和知名度。发挥区内中联正兴消费帮扶分中心和大型商超消费帮扶渠道。继续推进各地特色产品进批发市场、进超市、进机关、进学校、进医院、进企业、进社区“七进”活动。有效保障了市场供应，也为农民增收添翼助力。

三、强化系统营销，助力消费升级

持续开展消费季活动，在首创奥特莱斯举办“2023 北京消费季”房山区启动仪式。融合时装走秀、品牌车展、说车直播、大型商业体联动布展等内容，创新促销模式，增强优质商品配置能力。并于启动仪式上发放 1000 万元汽车消费券。

双节期间活动亮点多。1. 文旅活动丰富多彩。以“F U N 享假期，乐游房山”为主题，推出 4 大类、40 余项重点文旅活动。

“艺海徜徉，房山有戏”以学习中秋传统文化、体验非遗、互动科普为题，包含中秋非遗兔爷存钱罐彩绘体验、“史前世界”主题 IP 文化展等；“精彩华诞，乐在房山”以的重大节庆活动为题，包含西山民俗文化节、长阳音乐节、奥莱嗨购节等；“亲子遛娃，研学逛展”以寓教于乐的亲子时光为题，包含化石挖掘及修复体验、

“探索古遗址的秘密”一日营等；“浸浴自然，赏秋采摘”以走进自然，乡野拾趣为题，包含登高赏叶、露营野炊、稻田钓蟹等。2. 宣传推广成效明显。通过中央电视台、北京电视台、人民日报、今日头条等主流媒体，微信、微博、抖音、小红书等新媒体，京

东、携程、美团等 OTA 平台，联动呼应、全力宣传房山双节期间重点文旅活动及感恩免费游景区活动（周口店遗址、云居寺、石花洞三大国有景区），不断提高大美房山的关注度与曝光量。结合区域特色旅游资源，发布“趣玩亲子研学之旅”“硬核教育爱国之旅”“潮玩艺品陶冶之旅”“音乐畅游狂欢之旅”“醉美金秋赏叶之旅”5 条金秋文旅特色线路，邀请广大市民游客走进房山，体验大美房山多彩金秋。协调“月光下的北京”中秋直播活动节目组，在合生汇广场、世贸天阶、来福士广场、富力广场等遍布京城核心商圈的多处户外 LED 大屏直播房山区中秋晚会“风雨之后共月明”，向全社会传递感恩之情和坚定信心，引起市民广泛关注。