

2345万人次、294.9亿元——

北京文旅市场假日消费看点多

本报记者 高 婷

今年国庆假期，北京文旅市场供需两旺。全市累计接待游客2345万人次，实现旅游总花费294.9亿元。其中，接待入境游客12.6万人次，实现入境游客花费13.7亿元。全市推出3000余场特色文旅活动，红色研学、园林戏曲、水岸夜游、中轴探访、非遗体验、京郊微度假等特色场景焕新登场，文旅体展深度融合，为市民、游客带来内容丰富、多元立体的假日文旅体验。

红色旅游成为国庆假期北京文旅市场的一大亮点。北京市文化和旅游局推出10条“漫步北京—新的长征”红色廉洁文化主题游线路，串联中国国家博物馆、李大钊故居、中国人民抗日战争纪念馆等点位，打造“红色初心之旅”“革命荣光之旅”等经典线路。天安门广场“祝福祖国”巨型花篮吸引众多市民、游客专程打卡。北大红楼、香山革命纪念馆等红色地标推出红色研学、实景课堂、文物打卡等沉浸式活动，大批青少年与家庭游客在寻访红色足迹中汲取奋进力量。

文旅、商贸、体育、展览业态深度联动，持续激发假日消费活力。据手机信令与第三方大数据监测，国庆假期全市70个重点商圈客流6035万人次，同比增长5.2%，实现消费金额156.8亿元。北京市文化和旅游局推出6条“漫步北京—跟着赛事去旅行”主题游线路，串联2026中国网球公开赛、WTT中国大满贯2026、北京亦庄·GT世界挑战赛等赛事场馆与城市核心地标。石景山区首钢园举办WTT中国大满贯赛事，假日期间首钢园六工汇销售额824.6万元。亦庄GT世界挑战赛同步落地“尚Garden·车迷Town”“GT冠军美食嘉年华”主题活动，赛事期间累计接待观众5.1万人次，带动亦庄核心商圈消费金额同比增长11.6%。第十届中国戏曲文化周在北京园博园举办，带来精品大戏展、园林实景演艺、票友竞演、戏曲嘉年华等活



国庆假期，中国园林博物馆“山居雅集·花神藏秋”系列文化活动精彩纷呈。
中国园林博物馆供图

动，并联动商圈、景区为观众提供票根专属福利。2026北京朝阳国际灯光消费季以亮马河文化经济带、奥林匹克中心区为核心，打造水陆双线夜游体验。东城区“隆福潮集·今夜有福”主题市集集聚文创、美食、演艺等板块，国庆假期客流量达40万人次。朝阳区三里屯太古里灯光节联合国际艺术家铺展东方美学光影长卷，三里屯商圈夜间消费额同比增长36.9%。海淀区中关村大融城ART PARK推出“馥桂凝光、非遗拾韵、逐梦流光”主题活动，假日销售额3238.4万元。昌平区保利时光里全新亮相，整合商业、运动、公园多元场景，衔接温榆河专属骑行绿道，假期客流量达18.3万人次，实现销售额1035万元。

老字号守正创新，成为假日消费新看点。京菜名片“北京烤鸭美食推广季主打“非遗+创新”口味，全聚德上新“全球风”系列创意烤鸭，便宜坊焖

炉烤鸭披萨解锁“新、文、武”三重风味。假日期间，全聚德和平门店、前门店、仿膳饭庄等主力店客流增长近两成；烤肉宛招牌酱牛肉搭配小份即食与伴手礼盒，销售量较平日翻一番；烤肉季国家级非遗“炙子烤肉”融入汉堡，汉堡销售量较平日增长近3倍。

精品演艺百花齐放。国庆假期，北京共举办各类营业性演出368台2329场，观众约69万人次，票房约2.3亿元。各类演唱会、北京大运河音乐节、阿那亚·雁栖音乐假日燃情开唱，带动大批观众为了一场演出奔赴北京。国家大剧院《百年荣光·长征组歌》、“红旗颂”北京交响乐团国庆音乐会等主题演出献礼华诞；京剧《霸王别姬》、评剧《雷雨》、舞剧《孔子》等精品剧目轮番上演；芭蕾舞剧《天鹅湖》、弗拉门戈舞剧《卡门》、维也纳童声合唱团音乐会等国外佳作荟萃京城。在北京丰台站，第十届中国戏曲文化周戏

曲快闪活动让来往旅客驻足。游客周阿姨说：“在火车站还能看到专业的戏曲表演，感觉很新颖，孩子看见孙悟空兴奋得不得了。”京剧演员谢毅说：“走出舞台、来到北京丰台站表演，是京剧从业者的一次创新。作为年轻一代的京剧演员，我希望能将艺术热情送给天南海北的游客。”

京郊微度假拓展新场景。北京市文化和旅游局推出“北京旅游休闲绿道赏秋地图”，联动92个周边赏秋点位；发布10条国庆京郊特色游玩线路，涵盖赏秋取景、山野骑行、国潮游园、田园采摘等玩法。凤凰岭、石景山游乐园等景区推出特色游园活动；京西山水嘉年华、第十五届红叶节等主题活动尽显京郊赏秋休闲独特意趣。在密云，古北妙街开街，为长城脚下增添一处文旅新场景。与此同时，燕山脚下的新城子镇，北京鳌游美术馆于国庆前夕正式开门迎客。该美术馆创始人刘若望说：“艺术不应高高在上，而应成为人人可参与的生活现场，让普通群众从艺术旁观者变成艺术共建者。”在昌平兴寿镇辛庄村，“魔法辛庄·奇迹无界”2026第十四届中国北京国际魔术大会暨世界大学生魔术交流大会嘉年华系列活动热闹上演，带来217场精彩演艺。在南苑森林湿地公园，通通AI·疯狂南森乐队大赛从全国2000余支乐队中遴选30支参赛，决出的5支优胜乐队轮番登台。游客李先生说：“在森林里听乐队现场，感觉特别不一样。白天逛公园，晚上听音乐，一家人都很放松。”

此外，全市各级文化馆(中心)、公共图书馆等公共文化机构推出阅读推广、非遗体验、文艺演出等惠民文化活动986项、1104场，累计参与人次55.26万。数据显示，国庆假期全市外来消费金额同比增长8.5%，线下旅游售票类消费额同比增长3.6%。

国庆文旅消费热度攀升

国庆长假期间，文旅消费市场热力十足。县域深度游、文化体验游等多态旅游供给持续激发游客热情。



▲ 10月3日，人们在云南省昆明市官渡古镇参加国潮渔灯节活动。
新华社记者 胡 超 摄

▲ 辽宁省盘锦市盘山县太平街道的稻里景区国庆假期迎来客流高峰，游客齐聚万亩稻海之间，参与“稻花香里庆华诞·丰收国潮乐七天——2026稻里丰收狂欢季”系列活动。

本报记者 葛 鑫 摄



▲ 10月3日，游客在广西来宾市金秀瑶族自治县大瑶山盘王界景区体验竹竿舞。
新华社发(高如金 摄)

一线观察

今年的中秋、国庆“双节”假期，越来越多的科技馆戏剧项目成为年轻群体、亲子家庭出游的新选择。

由中国科学技术馆联合中国煤矿文工团打造的原创话剧《钛度》日前在中国科学技术馆上演，该剧取材于我国深海钛合金材料攻关的真实科研经历，演绎了几代材料科研工作者攻坚克难、接续求索的故事。这也是继沉浸式舞台剧《华夏之光·文明的烛火》之后，双方合力打造的又一部“科学+艺术”深度融合的戏剧作品。

从行业层面来看，中国科技馆与中国煤矿文工团的携手探索并非孤例。

深圳科技馆推出的科幻舞台剧《中国轨道号·火星夏令营》，改编自科幻作家吴岩的少年科幻作品《中国轨道号》，以中国航天、少年成长与科学探索为核心，通过舞台表演、空间影像、实景装置和现场互动让观众“登陆火星”。上海科技馆上演的“科学怪咖数字剧场”，通过VR沉浸体验与真人舞台表演结合的方式，将科普与音乐剧、脱口秀巧妙融合。舞台上，爱迪生、特斯拉两位科学家围绕直流电与交流电之争展开激烈交锋，以轻松活泼的形式讲述电学知识。

早两年，科技馆与专业戏剧团队联手打造的各类科普类戏剧还是个新鲜事物。而今，越来越多的跨界合作团队尝试用戏剧的形式将科学原理具象化，巧妙地将科学知识融入动人的故事情节中，在让观众欣赏戏剧的同时，推动科普形式多样化呈现，为科普类戏剧探索出一条值得关注的道路。

对科技馆而言，戏剧提供了活化科学知识的载体，能将展览中的碎片化知识整合成为有情感、有逻辑的故事线。对戏剧行业而言，科技馆则提供了新的演出空间和观众来源，亲子家庭是科技馆的天然客群，亲子市场亦是戏剧客群培育中的重要部分。二者合力之下，科技馆不只是静态展览空间，还让观众在剧中走进科学家故事、感悟科学精神，实现了科普教育与舞台艺术的双向赋能。

诚然，受限于演员档期、场地安排等因素，目前能在科技馆内常态化演出的科普类戏剧并不多。这其中存在着成本结构的难题，一部戏的制作投入要高于普通的展陈布置，科技馆的公共文化服务定

科技馆里，戏剧正在「生长」

郑子一

位则限制了票价空间。以《钛度》为例，本轮演出共计10场，单场演出时长约90分钟，演出采取免费预约制，面向公众开放。

此外，内容供给的稳定性是另一重考验。科技馆戏剧不能只做“一次性项目”，要形成可轮换、可持续迭代的剧目库，意味着行业层面创作投入和人才储备的持续深耕。这类作品还需要建立不同于传统戏剧的评价标准，更多地观照到观众在观演后是否对科学产生了更深的理解和兴趣。

破解这些难题，需要多方合力。场馆层面，需要把戏剧纳入公共文化服务的基础设施来规划，为剧目编排、演出运营留出空间；创作层面，科普戏剧对创作者的要求不同于传统戏剧，既要有戏剧专业能力，又要理解科学逻辑，还要把握青少年的接受心理。中国科技馆与中国煤矿文工团的合作则为业界提供了一条具体思路，以“术业有专攻”的综合班底为项目的可持续运作打下坚实基础，共同探讨科技与艺术跨界融合，讲好科技展品的故事。

地方扫描

北京

近日，由中国国家博物馆主办的“李静训和她的时代”学术研讨会举办，来自北京大学、中国社会科学院考古研究所、故宫博物院、西安碑林博物馆、西安美术学院、西安市文物保护考古研究院、陕西省考古研究院、山西大学、洛阳博物馆、徐州博物馆、中国艺术研究院等高校和科研机构的30余位专家学者，围绕李静训墓及其所代表的6世纪至7世纪中国历史文化，展开多学科、跨视角的深入研讨。

会议共设4场主旨发言和4个专题，20余位学者分别就考古新发现、文物研究、陶瓷器与文物保护、墓葬与礼制等议题发表报告，深度探讨了西安隋墓出土陶环壶与丝绸之路中西交流、隋代陶瓷与民族融合、李静训家族背景与北朝隋唐大族兴衰等学术课题。在圆桌讨论环节，专家学者、策展人等围绕博物馆展览如何推动学术研究、考古新发现如何反哺展览叙事、文物保护与展示利用的平衡、学术期刊与博物馆机构的协同机制等问题展开深入对话。

青海

近日，由青海省文化和旅游厅、山东省文化和旅游厅主办的黄河溯源——“大河1号”自驾主题游经体验季收官活动在青海西宁落幕。本次体验季历时16天，自驾车队从山东东营黄河入海口出发，西行驰骋5400余公里，穿越沿黄九省区，串联黄河入海到源头的全域风貌，整合生态、人文、红色、民俗等优质文旅资源，全方位展现黄河流域的自然美景与厚重文化。收官活动聚焦成果固化与长效运营，进一步完善沿黄自驾配套，夯实九省区文旅共建共享机制。

活动线上、线下热度颇高，有效激活沿黄文旅消费，带动沿线文旅业态升级，“大河1号”从单次活动转型为常态化、品牌化文旅精品。沿黄九省区将持续深化跨区域合作，优化配套业态、创新推广模式，擦亮黄河文旅IP，助力黄河流域文旅高质量发展。

采写整理：刘海红、李秀彤