

# 新东城报

NEW DONGCHENG WEEKLY

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十大和二十届历次全会精神，接续奋斗做优“六字文章”、开拓进取加速“六力提升”，全力在北京现代化建设中打头阵当先锋！

2026年5月29日 星期五  
本期4版  
总第1551期  
www.dcrmxdbc.cn

中共北京市东城区委宣传部主办

东城区融媒体中心出版

准印证号：京内资准字0707-L0117

## 北京信达中心三大核心业态首次集中亮相

### 政企协同打造“新兴金融+数字科技”生态；东外39MALL、北京东直门JW万豪酒店年内开业

#### 奋进“十五五” 东城开新局

本报讯(记者 付放雷)5月27日,以“万种生活,自此东外”为主题的北京信达中心综合体媒体见面会在前门文华东方酒店举行。会上,北京信达中心写字楼、酒店和商业三大核心业态首次集中亮相,商业“东外39MALL”、北京东直门JW万豪酒店将于今年年底正式开业。以此为标志,北京信达中心已从规划建设阶段迈入实质性运营筹备新阶段,这座位于首都功能核心区的城市高端商务综合体正式面世。

东城区人民政府、东城区商务局、东直门街道等相关部门负责人,中国信达资产管理股份有限公司及其北京市分公司,北京城建东华房地产开发有限责任公司,北京商业联合会等相关负责人齐聚一堂,共研区域发展趋势,共探商业革新路径。

北京信达中心是东直门交通枢纽区域的重点城市更新项目,总建筑面积达59万平方米,集国际超甲级写字楼、五星级商务休闲酒店、涉外高端住宅和高品质商业配套于一体。项目坐拥地铁2号线、13号线及首都机场线三线交汇的枢纽优势,构建起一座功能复合、开放共享的“城市会客厅”。

作为东城区“腾笼换鸟”战略的重要载体,北京信达中心国际超甲级双塔写字楼是东直门交通枢纽产业

集团的核心支撑,项目立足“新兴金融+数字科技”核心定位,致力于打造高端金融科技生态圈。

据介绍,中投公司、农银理财、南洋商业银行、国都证券等行业领军企业已相继入驻,形成了“商务办公与商业消费”的高效联动。该写字楼也是东城区目前已建成的最高楼宇,被视为推动东直门从“交通集散枢纽”向“高端产业聚合节点”转型的重要引擎。

酒店业态方面,万豪国际集团旗下的高端品牌JW万豪已落子信达中心。北京东直门JW万豪酒店总经理潘沛仁透露,酒店预计于今年四季度正式开幕,将打造413间客房与套房、逾1400平方米会务空间及水疗中心等设施,填补区域高端商务配套的空白。

商业板块是此次亮相的焦点,商业案名为“东外39MALL”,将于今年12月正式开业,目前招商工作已全面加速。东外39MALL总经理王泽介绍,“东外”锚定东城核心的城市更新版图,“39”既是项目立足东城、面向全城的专属标识,又是项目所在门牌号,“MALL”寓意包罗万象的生活空间。其定位为东直门核心区规模最大的室内外友好型购物中心,聚焦生活方式与创新型,致力于成为“首都生活方式新地标”。

“东外39MALL采用40%零售、37%餐饮、23%生活配套的业态配比,规划50%的生活方式原创品牌及复合店型。”王泽表示,项目还将打造首都功能核心区唯一的2万平方米屋顶花园,融合品牌首发、潮流活动、文

化展览等功能。活动现场,政府、行业协会与企业三方共同表示,将协同推动区域消费政策落地,补齐核心区商业及民生配套短板。

写字楼、酒店、商业三大核心业态惊艳亮相,高端住宅“东外39号”已于2022年年底全部售罄并交付……至此,北京信达中心已形成“高端居住+国际办公+奢华酒店+品质商业”四大功能板块的闭环。住宅夯实生活根基,写字楼注入金融科技动能,酒店承载国际交往配套,东外39MALL打造生活公共舞台。北京信达中心四大业态互为支撑、流量共享,实现“职、住、商、游、娱、休”全场景融合,打造城市高端商务综合体标杆。

(相关报道见4版)

## 东城打造“紫金融聚+周周融”双平台

### 累计推动融资近百亿元



紫金服务

优化营商环境  
东城在行动

本报讯(记者 任可馨)近日,记者从东城区发改委获悉,东城区创新构建“紫金融聚”品牌活动与“周周融”常态化服务双金融平台体系,累计举办各类对接活动超50场,吸引上千家企业参与,累计推动融资规模近百亿元。双平台通过精准产融对接、普惠金融下沉、政策机制护航,有效为市场主体降本增效,在辖区初步形成政银企、银银、企企多方联动的良性金融生态。

去年,东城区以“创新驱动、金融赋能,多方共赢,助力发展”为主题,举办“紫金融聚·金融赋能东城区经济高质量发展大会”,正式启动“紫金融聚”系列品牌活动。大会汇聚百家金融机构及200余家重点企业,通过产融精准对接、惠企政策发布、政企战略签约等环节,营造了浓厚的金融创新氛围,集聚高端金融资源落地东城。此后,东城区持续丰富品牌内涵,延伸服务触角,先后举办了“金融赋能·

链动未来”“紫金融聚 资启新程”等文化及上市企业专场活动,逐步搭建起多层次、多维度的品牌引领格局。依托“紫金融聚”平台赋能,辖区重点项目融资成效显著,累计促成重点项目融资72.3亿元,为重大项目落地建设筑牢资金保障。

作为“紫金融聚”品牌的实体化延伸,“周周融”常态化服务平台聚焦普惠金融领域,整合多家银行特色金融产品,为企业实现金融产品“货比三家”,享受一站式便捷融资服务。截至目前,“周周融”已联合全区17个街道及相关职能部门,举办专题服务活动超20场;联动合作银行完成融资投放269笔,合计金额11.1亿元,持续拓宽金融服务覆盖面,提升服务精准触达率。与此同时,辖区银行新发放企业贷款平均利率同比下降,为中小微企业减轻融资

负担,降低经营成本。

为强化政策协同,完善全链条金融服务生态,东城区创新建立“政策支持+白名单制度”双向赋能机制。设立1亿元风险补偿专项资金,对合作银行发放的中小微企业贷款逾期本金,给予最高50%补偿、单笔补偿不超过500万元,提振银行放贷、愿贷、能贷的信心;同时,推行企业、银行“双白名单”动态管理模式,引导14家辖区银行量身推出“科创贷”等特色金融产品,为570家高成长优质企业开辟融资绿色通道。此外,区发改委联合辖区多家银行常态化开展“产业服务进企业”政企交流活动,系统宣讲东城区“321”现代化产业体系与“1+N”惠企政策体系,引导银行围绕重点园区、核心产业链定制专属融资方案,实现产业政策与金融服务精准匹配、同频共振。

区发改委相关负责人表示,下一步,东城区将持续深化双平台建设,坚持“品牌活动引领+常态化服务兜底”双轮驱动,持续拓宽金融服务广度、挖掘服务深度,让金融“活水”精准滴灌实体经济沃土,为区域高质量发展持续注入强劲金融动能。



## 数智迎“六一”

“六一”国际儿童节即将到来之际,东城区新鲜胡同小学举办“文脉承古今·数智荟新”第三届新鲜文化论坛暨数智节活动,现场发布学校智能体矩阵,AI书法、VR古今研学、智能机器人互动、数智音美创作等特色体验区全面开放,助力构建智慧教育新生态。图为小学生现场体验VR课程。 记者 任可馨 摄

## 老楼“套”上新骨架 前门东大街8号楼改造稳步推进

本报讯(记者 马昕竹)5月的北京,前门东大街8号楼前车流穿梭,绿色的施工围挡旁,时常能看到居民王女士驻足的身影。围挡内,电钻声、敲击声交织成有序的施工旋律,这声音在王女士听来,是期盼已久的安居序曲。“1983年搬进来,在这栋楼住了40多年,终于等到改造落地,我们有空就想绕过来看看,就盼着顺利搬家。”王女士的话语里,满是对老楼新生的热切期待。

前门东大街8号楼,是北京“前三门”住宅群的标志性楼栋。上世纪70年代,这里建成新中国首批规模化高层住宅,历经近50年风雨洗礼,渐渐显露老态:抗震设防不足、外墙保温失效、上下水管线老化、悬挑阳台漏水……居住问题日渐凸显,老楼改造迫在眉睫。

改造之初,难题接踵而至。地处首都功能核心区,改造必须严守不增建筑面积、不改变建筑高度的底线,传统室内加固方案则会占用居民套内空间,影响采光,如何兼顾安全与民生,成为破题的关键。经过多次前期走访与方案讨论,项目团队创新采用外部钢筋混凝土框架加固工艺,给老楼“套”上一圈坚固的抗震骨架,将结构受力转移至室外,彻底告别室内空间缩水的困扰。针对楼梯间疏散通道,技术团队选用自主研发的玄武岩韧性砂浆加固,面层仅1.5至2厘米厚,既能大幅提升抗震性能,又不挤占消防通道,全面筑牢安全防线,抗震标准直接达标8度设防要求。

因原始阳台为无独立支撑的悬挑结构,安全隐患突出,此次改造需拆除阳台整体重建,项目不得不采取居民短期周转施工的方式。消息传开,顾虑随之而来,楼里有卧床需

要呼吸机的高龄老人、有备战考试的学生,周转安置成了民生考题。“一开始我们心里没底,怕搬出去麻烦,怕工期拖太久。”王女士坦言,最初的担忧,在细致入微的群众工作中慢慢消散。街道组建7个单元工作小组,挨家挨户上门走访三百余次,逐户建立台账,“一人一策”解决难题;对接房屋中介帮助考生就近挑选房源、为重病老人安排专业转运、为独居老人全程代办周转手续,用贴心服务敲开居民家门。4月14日,8号楼的220户居民全部顺利撤离。“工作人员把我们的难处放在心上,跑前跑后帮忙解决,邻居们从担心变成了放心,都尽力配合支持改造。”王女士说。

记者从东城区房管局了解到,目前项目在稳步推进中,地下基础加固已全部完工,正全力推进楼本体及公共区域加固施工。核心攻坚阳台拆除恢复工作,为外墙安装、上下水改造等工序扫清障碍。项目严格对标工期节点推进,居民可按期搬回,预计年底完成全部改造施工。据悉,此次改造除抗震加固、阳台更新外,还将同步实施屋面墙面保温、管线更换、公共空间提质等工程,一次性解决老楼安全隐患与居住痛点,实现“短周转、稳民心、全提升”。

作为“前三门”住宅群改造的首个试点,前门东大街8号楼的实践意义深远。东城区房管局表示,这项改造不仅消除了建筑安全隐患,更全面优化了居住功能,提升了人居环境。项目在技术、施工管理、群众工作等方面形成的可复制模式,为其他同类型老楼改造提供了清晰样板,也将成为未来老旧小区改造工作的宝贵经验。

## 隆福寺夏季潮集夜市6月18日亮相



五环九街  
活力焕彩

本报讯(记者 任可馨)隆福寺街区隆福市集迎来全面升级,全新打造的夏季潮集夜市将于6月18日正式亮相,活动预计持续至9月中旬,将为东城区夜间经济增添文化活力与市井烟火气。

作为京城六百年文化地标,自2025年9月隆福寺二期开业以来,隆

福寺依托深厚历史底蕴,打造“传统+潮流”融合发展的文化商业模式,收获市民与游客广泛好评。此前马年新春市集更是人气高涨,成为京城热门打卡地。依托“福”文化核心内涵,隆福寺持续整合特色商业、艺术演艺、潮流运动、书香非遗、主题潮集等多元业态,成为传承古都文脉、引领时尚消费的东城文化新名片。

据运营方介绍,本届夏季潮集将延续新春市集成熟的运营经验,精选优质商户,保持亲民价位,优化游览环境,并持续推出新颖活动。夏季潮集采用

月度设主题、每周有亮点的运营思路,同步联动室内外场地,定期更新商户阵容,不断为市民带来新鲜体验。结合夏季出行特点,潮集主打夜间消夏场景,每日傍晚开市,营业至晚间10时,方便市民下班后休闲逛玩、消暑纳凉。主办方同时提醒,活动具体开放时间,将视天气情况,以官方后续通知为准。

据了解,本次夏季潮集夜市的亮相,将进一步丰富东城区夜间经济业态,激活街区文旅消费潜力,也为市民就近休闲、感受东城古今风貌增添新去处。

寺赛区同步举行。来自隆福寺、前门大街等重点街区的苏苏越南菜、1402咖啡、顿喜 Suddenjoy、Senz 心之巧克力、梅潭村·糕饼铺、老根山庄、都一处、京师草堂文化中心、藏拉谱林、壹壹同伴10家特色品牌依次亮相,各主理人现场展示特色经营理念,传递差异化的街区文化表达。苏苏越南菜主理人李雪柏表示:“希望借助赛事平台,让更多市民感受特色餐饮文化的独特魅力。”

据了解,本届大赛还获得专业学术机构全程支持,行业指定官方媒体将跟踪报道全部赛事进程。后续,大赛将在全市9大赛区,陆续开展分区路演、专业评审等系列活动,持续挖掘具备创新力、行业影响力与街区代表性的优秀主理人,生动展现北京特色商业街区高质量发展的时代风采。

## 第二届北京特色街主理人大赛在隆福寺启幕

本报讯(记者 任可馨)5月26日,以“聚京城烟火·展主理风采”为主题的2026年第二届北京特色街主理人大赛,在隆福寺中心广场正式启幕。本届大赛由北京特色街商会主办,覆盖全市10个城区、20余条主流特色街区,吸引近300家品牌联动参与,同时首次融入AI数字化技术,打造线上线下全域宣传矩阵,全方位展现京城特色商业街区的创新活力。

启动仪式上,北京特色街商会相关负责人表示,在北京加快建设国际消费中心城市的进程中,特色商业街区是城市消费场景的重要载体,扎根街巷的各类主理人,更是街区业态创新、文化焕新的核心内容创造者。此次大赛专为行业交流、品牌赋能搭建专业化成长平台,助力深耕一线的优秀主理人从幕后走向台前,为本土特

色品牌拓展更广阔的发展空间。

作为北京老城更新、文商旅融合发展的代表性地标,隆福寺既承载着厚重的老城历史文脉,也持续焕发发现代潮流商业活力,特色业态与品质消费场景,深度挖掘本土优秀主理人价值,助力特色品牌提质升级。目前,大赛报名工作已全面启动,北京各大主流特色街区户外大屏同步宣发,形成全城联动、全民关注的传播氛围。

活动当天,大赛首场路演在隆福



《小猪佩奇之奇妙一日游》剧照。



开心麻花供图 观演之余,观众在“簪花小院”游玩。



南锣剧场供图 米小圈系列舞台作品剧照。

北京喜剧院供图

以戏剧流量聚拢人气 用文旅融合激活消费

# 东城“五圈九街”缤纷好戏迎“六一”

## 五圈九街 活力焕彩

本报讯(记者 李滢)缤纷好戏轮番开演,惬意游玩体验十足。“六一”国际儿童节将至,东城“五圈九街”各演艺新空间好戏集中上演,丰富的演出品类,沉浸式、互动式的全新演绎形式,带给亲子家庭新颖的艺术体验。观剧之余,大小朋友们还可以漫步周边商圈、街巷,一站式畅享休闲遛娃乐趣。东城区正以戏剧流量聚拢人气、用文旅融合激活消费,演艺产业与商圈经济双向发力,勾勒出热闹鲜活的文化消费图景。

### 精品剧目登场 丰富节日文化供给

动物园和爬行馆里会有什么?小伙伴们一起为苏西准备了哪些生日惊喜?5月30日至6月1日,拥有英国正版授权的爆款儿童剧《小猪佩奇之奇妙一日游》重磅回归隆福寺开心麻花A99剧场,共计上演六场精彩演出。届时,佩奇、乔治等深受小朋友喜

爱的动画形象悉数亮相,带领台下的观众们一同前往动物园探秘、爬行馆奇遇、沙滩欢乐游玩,齐心协力为好友筹备生日派对,度过趣味满满的奇妙旅程。

剧目风格迥异、内涵各有侧重,兼顾趣味娱乐、文化科普、成长教育,精彩纷呈的演出是各演艺新空间送给小朋友们最好的“礼物”。

在南锣剧场,北京儿童艺术剧院打造的文博探索系列新作《看得见的敦煌:壁画中的我们》火热上演。该剧改编自同名优质绘本,剧中,姐弟二人因误触三兔共耳游戏装置进入了游戏中的敦煌世界,需要集齐三件信物才能回家,二人寻找信物踏上冒险旅途,跌宕起伏又饱含温情的冒险故事,让遥远厚重的敦煌文化褪去距离感,化作小朋友们能够理解感悟的鲜活故事。

5月31日,人气IP新作《米小圈之不肯开口的好朋友》将在北京喜剧院FUN空间迎来首演。剧目聚焦校园生活,围绕好友之间突然沉默疏远展开叙事,深度挖掘孩童成长中的误会、委屈、隔阂与和解,借助轻松诙谐的舞台表演,引导小朋友们学会主动表达心声、珍惜珍贵友情,也让陪伴观影的家长读懂小朋友们的内心想法,拉近亲子彼此间的距离。

### 创新观演形态 打造亲子戏剧场景

当下,东城区演艺新空间主打零距离沉浸式体验、全员趣味互动演绎,不断拉近演员与观众的距离,也赋予儿童剧更强趣味性、感染力与教育意义。

开心麻花A99剧场定位沉浸式演艺旗舰店,500余平方米的黑匣子剧场没有固定座椅,可根据剧目演出需求灵活调整舞台方位与观众排布,适配各类创新演出形式。《小猪佩奇之奇妙一日游》依托其灵活空间优势,接连上演泥坑模仿、集体企鹅舞、人造海浪体验、全场气球传递等全员互动环节。小朋友们跟着舞台角色放声合唱、肆意蹦蹦跳跳,全身心融入童话场景之中,沉浸式享受欢乐的戏剧时光。

南锣剧场同样以互动演绎活化历史题材,主创团队巧用投影光影技术,自由切换戈壁荒漠、丝路市集、莫高窟洞窟等多个场景。服装造型精致还原飞天仙子、粟特商旅、民间画师等人物样貌,将敦煌特色美学直观呈现。演出过程中设置多处互动桥段,

引导小朋友们近距离感知古老文明魅力,潜移默化传递勇敢坚持、真诚善良、坚守梦想等美好品质。

“《米小圈之不肯开口的好朋友》在形式上更加强调沉浸式剧情互动,这也是该剧选择在FUN首演的原因。”北京喜剧院总经理高培介绍道。相较于传统镜框式剧场空间,FUN空间在空间关系上更灵活,更适合近距离观演与互动,能够更充分地承载本剧“沉浸式剧情互动”的表达需求。演出过程中,演员可近距离与小朋友们对话交流,小朋友们可以主动参与剧情推进,亲身感受朋友间产生矛盾、化解隔阂、重归于好的全过程,让“参与故事”从概念真正转化为现场体验。

### 业态联动共生 激活区域消费活力

演艺引流带动人气攀升,配套完善反哺观演体验,扎根商圈的演艺新空间与周边街区业态深度融合,双向赋能协同发展,催生出现剧打卡、逛街购物、休闲游玩一站式消费模式,持续拉动区域消费活力。

走出开心麻花A99剧场,隆福寺街区可爱的佩奇主题装置,成为小

朋友们争相打卡留念的点位。家长们则可随心漫步街巷逛书店、买非遗、尝小吃,一站式解锁文艺休闲与市井烟火交融的遛娃体验,让观剧之余的闲暇时光充实又惬意。

南锣剧场完成院落空间升级改造,打造氛围感十足的“簪花小院”,木质景致搭配雅致花艺,一步一景皆是诗意风光。二层露台设立胡同主题打卡墙,自然风光与胡同人文巧妙相融,古韵氛围感十足。小院同步上新新中式酥点特色甜品,叠加文创选购、休闲休憩多元业态,全方位丰富观剧之余的游玩体验。《看得见的敦煌:壁画中的我们》演出期间,观众可凭演出票根在小院内享受饮品、甜品消费优惠,有效延伸文旅消费链条。

北京喜剧院已连续三年举办艺趣“童”行暑期艺术节,今年7至8月,还将推出题材丰富、形式多样的儿童剧目,同步开展戏剧艺术导赏活动,让剧场成为暑期亲子陪伴与美育成长的重要文化空间。值得关注的是,北京喜剧院将在延续与周边商圈联动基础上,进一步加强与周边酒店等地的宣传合作,探索“演出+餐饮+住宿”联动消费新场景,助力东城区“票根经济”持续升温。

# 回收焕新生 分类新时尚

东城区开展城市生活垃圾分类宣传周系列活动



在崇文门街道,居民通过智能回收机投放可回收物。 区城管委供图

本报讯(记者 李滢 任可馨 通讯员 徐樊)5月25日至31日是第四届全国城市生活垃圾分类宣传周,今年的主题是“回收焕新生,分类新时尚”。连日来,东城区各单位、各街道积极响应,依托“收好‘东’”品牌,统筹策划了覆盖校园、社区、影院等多元场景的宣传活动,在全区范围内掀起了“人人参与垃圾分类、共建美好家园”的热潮。

在此次宣传周活动中,“收好‘东’”这一品牌贯穿始终。“收”是行动,倡导全社会主动参与再生资源回收,让每一份可利用资源不浪费;“好”是目标,推动回收行业规范化、标准化发展,提升再生资源回收利用率;“东”是根基,立足东城区区域特点,整合辖区资源优势,打造具有本区特色的再生资源回收品牌,让绿色循环理念扎根东城、融入群众日常生活。

在这一品牌引领下,东城区各单位、各街道迅速将理念转化为行动。东城区公共机构组织开展“公共机构生活垃圾分类”万人志愿服务活动,通过实地宣讲、现场引导、发布倡议书等形式,广泛普及垃圾分类知识,引导干部职工规范精准投放、践行源头减量,以实际行动推动再生资源回收利用,引领机关节约新风。

东四街道开展“垃圾分类在行

动 旧物重生焕新颜”主题宣传活动,现场设置了宣传普及区、亲身体验区、旧物回收区三大互动区域,并打造专属低碳时尚打卡路线,以知识温习、互动体验、旧物焕新、打卡拍照四种形式开展,有效提升居民及路人垃圾分类的认知度、参与度和投放精准度,推动分类行动从“文明新风尚”转变为人人践行的“生活好习惯”。

垃圾分类既是民生“关键小事”,也是再生资源回收利用的关键一环。如何在日常生活中做好分类回收、智能回收?记者了解到,自2024年起,区城管委牵头将智能回收机纳入“垃圾分类全链条体系”,统筹街道、社区与运营企业,从点位选址、清运调度到宣传动员全程参与,让每一台设备都紧扣居民的需求。

位于崇文门外街道的新景家园,居住着大量的上班族。过去,由于传统回收人员难以匹配上班族朝九晚五之外的时间,加之社区内空间有限,“下班没人收、周末不想等”成了居民处理废品的一大空白。如今,一台智能回收机填补了这一服务盲区,成为社区里的“隐形网红”。它不仅拿下了全区订单量冠军,更精准捕捉到了都市“晚归族”的生活节奏。

数据显示,这台机器的日均订单量超70单,晚6点至9点投递量为全天最高时段。“95后”夫妻小周和小吴

便是这里的常客,上个月他们投递了12次,换来7元收益。“顺手一投,比攒着等收废品更省心。”小周说。

位于前门大街前门东大街的智能回收机,厉害之处不只在“量多”,更在于“类全”——不管是常规的纸箱、塑料瓶,还是让废品站摇头的泡沫、旧衣物,一概“照单全收”;体育馆路街道长青园小区的智能回收机,自安装起,累计使用人数近5000人;龙潭街道培新街乙5号院的智能回收机,近3个月新增注册用户近300人,是妥妥的“圈粉黑马”……据统计,截至目前,全区610个居住区已投放智能回收箱714台,在全市范围内率先实现居住区智能回收机全覆盖;自2024年起,智能回收箱累计覆盖13.46万居民参与,回收再生资源9198吨,居民提现413.91万元,政府同步节省清运开支486万元。

在这张覆盖全区的“绿色网络”里,智能回收机已不是简单的便民设施,而是升级为城市治理的关键一环,不仅显著提升了居民参与垃圾分类的便利性,更在潜移默化中引领着绿色生活新风尚。

“如何长效激励源头分类的意愿,是我们工作的一个重要‘门槛’。这些智能回收机恰好提供了有效的渠道。”东城区城管委固废管理科相关负责人表示,不同于传统宣传动员的“软引导”、叮嘱值守的“硬监督”,智能回收机用即时变现的收益、全品类回收的便利,把政策的影响力切实延伸到居民家中,通过市场化手段,让低值可回收物有了去处,让“资源”二字有了价值。

“但这只是第一步。”该负责人表示,区城管委正打出“组合拳”:前端抓回收网络覆盖——加密智能回收箱的布设,并拓宽布设场景,同时推广“京彩回收”小程序,让居民线上预约可回收物、大件垃圾及装修垃圾回收;中端抓清运体系优化,定期举办集中回收日活动,提升收运效率;末端抓再生资源利用。下一步,东城区还将在回收试点增设“闲置交换角”,打造集回收、科普、邻里互动于一体的“绿色公共空间”。“未来要让这里成为社区环保的‘小客厅’,真正实现垃圾源头减量,促进资源高效循环。”

紧盯入网餐饮服务、食品销售关键环节

# 东城整治网络餐饮食品安全

本报讯(记者 付敖蕾)《网络餐饮服务食品安全主体责任监督管理规定》《网络食品销售经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》两项新规自今年1月由国家市场监督管理总局公布以来,受到社会广泛关注,并分别于今年6月1日、5月20日起正式施行。为推动新规全面落地实施,切实压实网络餐饮服务经营者、网络食品销售经营者的食品安全主体责任,规范网络食品经营秩序,保障群众饮食消费安全,5月28日,东城区市场监督管理局在隆福寺商圈开展执法检查行动。

检查人员重点对入网食品经营者的食品经营许可证、后厨环境卫生、从业人员健康证明、食品原料质量控制等情况逐一现场检查。针对新规明确的有关线上线下信息一致性要求,检查人员现场指导入网经营者围绕经营资质、经营地址、网店名称、经营门面、经营项目等重点开展自查,确保线上公示信息与线下实际经营现状必须保持一致。同时,检查人员现场结合典型案例以案释法,针对新规明确的不得委托他人代加

工、外卖食安封签、外卖配送管理等法定要求进行细致解读,明确新规正式施行后的合规标准与法律责任,指导商户对照新规全面开展自查,确保实现全流程合规经营。

此外,执法人员现场对入网餐饮经营者使用的牛羊肉等肉制品原料开展溯源性成分快速检测,重点检测肉制品成分等指标项目,快检结果当场公示,相关检测指标均合格,严把网络餐饮原料准入关。

随着网络平台经济蓬勃发展,食品已经成为大家网络“购物车”中最重要的商品之一。《网络食品销售经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》施行后,区市场监管局已对辖区内网络食品交易第三方平台和自建网站开展专题培训,要求平台切实履行食品安全主体责任,落实入网食品销售经营者审查登记制度,强化网络日常巡查与监测审核。

区市场监管局相关负责人表示,将持续开展网络食品安全合规提质系列行动,紧盯入网餐饮服务、食品销售关键环节,全力筑牢网络餐饮食品安全坚固防线,切实守护广大消费者“舌尖上的安全”。

# “小金盾”撑起 儿童化妆品“安全保护伞”

本报讯(记者 付敖蕾)“六一”国际儿童节临近,东城区市场监督管理局在辖区范围内开展儿童化妆品专项检查整治行动,为孩子们送上一份特殊的“节日礼物”——一项有力度、更有温度的“安全保护伞”。

从母婴店、商超到化妆品专营店及校园周边商铺,区市场监管局执法人员重点排查无“小金盾”标志的“黑户”产品、标签混乱的“伪装者”以及夸大功效的虚假宣传品,尤其对试图将普通玩具、文具甚至染发烫发产品“洗白”成“儿童专用”的违规行为予以严厉打击。

检查现场成为生动的“科普课堂”,不少带孩子购物的家长驻足学习。“以前总以为贵的就是好的,花花绿绿的包装看得人眼花。今天才知道,

原来挑选儿童化妆品得先找那个金色的‘小金盾’,这下心里踏实多了。”正在为女儿挑选演出化妆品的李女士说。

执法人员一边排查,一边向经营者讲解进货查验流程,叮嘱把好质量关。通过“边查边教”,既规范了市场秩序,也让经营者更加明确自身责任。

区市场监管局同时向家长送上“六一”选购小贴士:认准“小金盾”标志,尽量去正规超市、母婴店或官方旗舰店购买,仔细查看中文标签和备案信息,对来源不明、成分不清的产品坚决说“不”。如发现可疑产品,保留凭证并拨打12315热线举报。

科学护肤,安全过节。这个“六一”,由“小金盾”撑起的纯净“护肤天空”,正在为孩子们的健康保驾护航。



灿然书屋露台。



北京apm七层露台。

## 东城区“微风露台计划”： 檐上微风 城中新景

### 东城特色经济新趋势

初夏傍晚的风掠过王府井的车流，登上北京apm的花园露台，远处的故宫角楼与天际线在暮色中晕染成画；不远处的灿然书屋，苏东坡主题茶点飘出淡淡香气；逸扉酒店8楼闲熟的非遗杯盏与落日余晖相映成趣……近日，以“慢品东城，快意人生”为主题的东城区“微风露台计划”再度启幕，75家屋顶露台文旅消费空间全新亮相。东城区以建筑“第五立面”为突破口，让方寸露台从单纯的观景角落，变为文化传播、消费体验、社交休闲的复合载体，成为在首都功能核心区解锁老城更新与消费升级的全新路。

记者 马昕竹 洪珊 文并摄

### “微风露台2.0”从空间激活到文化进阶

据统计，2025年东城区“微风露台计划”全网传播曝光量突破4000万次，直接带动参与商家客流量整体提升近三成，累计吸引超百万市民游客打卡体验。而连续两年参与“微风露台计划”的商户，已完成从“开放屋顶”到“定制内容”的蜕变，不再满足于简单利用户外空间，而是结合自身基因打造专属场景，让露台成为品牌文化与城市文脉的连接点。

坐落于王府井的灿然书屋拥有超过40年的历史，前身为中华书局读者服务部，2023年完成改造并开辟130平方米露台，面积与室内空间相当。2025年，书屋以老舍主题亮相“微风露台计划”，依托邻近老舍纪念馆的地理优势，打造京味文化场景。今年，露台迭代为苏东坡主题，以“跨越千年的文人对话”完成2.0升级。露台铁艺桌椅悉数

更换为竹制家具，呼应“一蓑烟雨任平生”的诗意意境，楼梯间复刻故宫屋脊、柿树风铃悬挂苏东坡作品名句，书香、绿意与王府井街景相融。“去年加入‘微风露台计划’后，顾客登上露台的概率提升50%以上，整体消费额增长约30%。”灿然书屋负责人吴魏介绍。今年书屋还引入了故宫茶饮团队，推出“一块闲人”东坡肉乳酪慕斯、“岭南荔枝”慕斯等主题茶点，让传统文化以可品尝、可休憩的方式落地，实现阅读、文创、餐饮的深度融合。

璞瑄酒店则以“艺术+酒店+露台”的模式，深耕酒店的艺术内核。今年酒店进一步打破边界，露台全面对非住客开放，将非遗纸艺传承人阿南的“全球濒危鸟”系列作品散置于大堂、露台等公共空间，摒弃传统展览的规整动线，营造“偶遇式”观展体验。“我们希望客人不

是像在展览馆里循规蹈矩，而是更松弛、自然地观展，在吹风、用餐时与艺术不期而遇。”酒店相关负责人表示。酒店二楼左岸酒吧露台、三楼富春居露台、SPA空间旁露台分别与各自所属业态衔接，天气好时上座率能达到80%以上，搭配鸡尾酒、粤菜正餐、瑜伽冥想体验，在一间酒店就可一站式打卡非遗展览、餐饮服务与露台观景，让高端休闲空间兼具文化质感与生活温度。

“微风露台2.0”的核心，是从“物理空间利用”到“文化内容深耕”的蜕变。两年间，参与商户不再将露台视为商业配套，而是以自身特色为根基，让露台成为文化表达的载体。书店锚定文学IP，酒店聚焦艺术融合，既延续了东城的文脉底蕴，又适配当代消费者的沉浸式体验需求，实现商业价值与文化价值的双向共生。

### “露台+”跨界破圈 打造复合型消费新地标

今年的“微风露台计划”以“露台+”为核心抓手，打破业态边界，将运动、非遗、社交、娱乐等元素与露台空间结合，把单一观景场景升级为多元体验场景，让空中空间成为复合型消费新地标。北京apm的“露台+活动”、天安门逸扉酒店的“露台+非遗”，成为跨界融合的标杆案例。

今年4月，北京apm七层露台正式面向公众开放，变身王府井商圈的潮流“空中会客厅”，完成从静态租赁到内容运营的商业转型。“露台并非固定功能区，而是灵活多变的活动场，我们希望通过活动驱动吸引顾客登上露台。”北京apm相关负责人介绍。自焕新以来，露台定期更新活动动态，春日瑜伽、春耕运动会、彩绘露营灯DIY、燃脂派对轮番上线，6月还计划推出落日瑜伽、落日音乐会等主

题活动，露台空间可同时容纳80人。活动期间，露台设置专属打卡点，搭配远眺故宫、北京中轴线景观的独特视野，让屋顶变身社交传播高地。作为王府井地区首个商业屋顶花园，这里已成为融合运动、音乐、社交的体验中心，推动商业地产从“租场地”向“做内容”转变。

位于天安门逸扉酒店8层的闲熟，则将“露台+非遗”做到极致。600余平方米的露台360度无遮挡，可以俯瞰故宫红墙与北海白塔，主理人赵萌是景泰蓝非遗传承人，她把非遗技艺融入露台的每一处细节：饮品托盘、杯具融入掐丝珐琅、大漆等非遗元素，传统国风甜品坚持现制，搭配古法造纸、非遗茶饮等体验项目。“露台把我们工坊里的产品带到更通透、开阔的地方，有风、有阳光，也有新故事。”

赵萌表示，她始终认为非遗是“动词”，而非静态展品，露台让非遗从封闭工坊走向开放空间，年轻人在打卡观景、品尝美食的同时，自然接触非遗技艺，让传统文化实现生活化传播。闲熟也凭借“非遗+观景+美食”的独特模式，成为年轻游客与外国游客的热门打卡地。

“露台+”的本质，是一场以体验为核心的场景升级。露台+运动、露台+非遗，并非简单的业态叠加，而是以露台为纽带，重新定义消费逻辑。商业空间从“售卖商品”转向“提供体验”，文化传承从“展示”转向“沉浸”。这种模式精准契合当下年轻人对松弛感、社交感、文化感的需求，既拓宽了消费边界，又激活了青年消费市场，让东城的“空中经济带”从单一观景，升级为全时段、多元化的复合型消费矩阵。

### 露台赋能原生业态 激活存量消费新增长

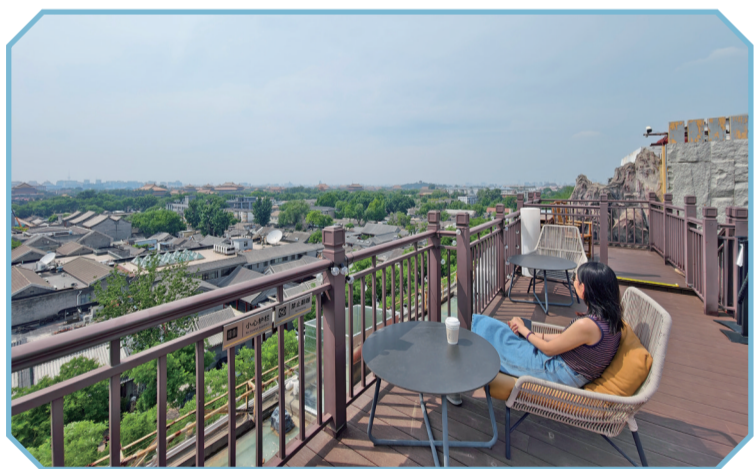
对于餐饮等传统业态而言，露台并非额外新增的业态，而是赋能原生商业、拉动营收增长的“增效器”。兰巴赫餐厅、壹同·湖南菜两家餐饮商户，以露台为抓手，用最小的改造成本，实现体验升级与营收提升，为老城存量商业更新提供了高效样本。

位于合景·摩方购物中心7层的兰巴赫餐厅，是露台经济的“资深玩家”。其露台面积近600平方米，可容纳150至180人，是二环内少有的大面积露台。“露台是我们餐厅的特色，一开始就纳入了规划，配合西餐、精酿啤酒打造氛围感。”餐厅负责人佟文财介绍。兰巴赫合景·摩方店作为品牌旗舰店，将欧陆菜系、全球精酿与高空户外场景结合，营业时间延续至凌晨，4月至10月的露台开放季，成为门店营收的增长极。大面积绿植、开阔视野搭配地道西餐，让这里成为本地居民与外国游客的聚餐首选，露台的存在直接提升了门店的客流与客单价。

餐厅负责人表示，这家位于胡同深处、没有临街招牌的餐厅，凭借露台营造的浪漫氛围，将湖南菜的烟火气与老北京的胡同肌理融合，差异化的体验感使其成为湘菜馆中的独特存在。

露台赋能原生业态的核心价值，在于以轻量化改造实现存量空间的价值倍增。不同于大规模业态调整，餐饮商户只需优化露台环境、搭配原生素菜，就能提升消费体验、延长消费时长、拉动复购。无论是兰巴赫餐厅大露台的规模效应，还是壹同·湖南菜小露台的氛围质感，都印证了露台经济“低成本、高回报”的优势。这种“不拆建、重运营”的模式，让存量业态在露台加持下焕发新活力，实现“小空间撬动大增长”。

从2025年初次亮相到2026年焕新升级，东城区的“微风露台计划”已从单一活动，成长为系统化、可持续的城市文旅IP。一处处空中露台，串联起书店的文化、酒店的艺术、商场的潮流、餐厅的烟火，以轻盈的空间载体，完成了老城文脉的当代转译。在故宫以东、中轴之畔，露台不再只是一片屋顶，而是一种“慢品东城”的生活方式，是文旅体展深度融合的新引擎，正为消费提质、城市发展注入温柔而持久的力量。



天安门逸扉酒店8层的闲熟露台。



合景·摩方购物中心7层兰巴赫餐厅露台。

### 东评

## 微风露台，让老城向新而行

当城市建设从大规模增量扩张转向存量提质增效，如何盘活“沉睡”的微小空间？东城区把目光投向了城市的“第五立面”——露台。

发展露台经济，把各具特色的露台打造成文化之窗、消费之地、民生之福。这是东城区给出的答案。

露台，是向空中延伸的生活场域，也是扩大文旅消费的新型空间。作为全国文化中心的承载区，东城区深谙此理：文化是城市的灵魂，也是旅游最好的资源。

凭借故宫以东、中轴线上的区位优势和资源禀赋，东城区于2025年启动“微风露台计划”。短短一年，累计吸引超百万市民游客打卡体验，参与商户客流增长近三成。

2026年1月，国务院办公厅印发《加快培育服务消费新增长点工作方案》，明确提出聚焦“情绪式体验式服务”等潜力领域，从健全激励机制、优化安全管理、培育优质品牌、建设平台载体等方面发力。

这一顶层设计为东城区“微风露台计划”进一步指明了方向。

乘政策东风，今年4月，东城区“露台经济”的“朋友圈”再次扩容——覆盖300余家露台及延伸场景，联动50余家酒店、80余处文旅资源。露台经济，正以“慢品东城、快意人生”的方式徐徐铺展。

在灿然书屋，品尝一块形似东坡肉的乳酪慕斯，于市井烟火中体悟东坡先生的旷达与风趣；在璞瑄酒店，欣赏中国美术馆，远观景山万春亭，在喧嚣都市中寻得一份“偷得浮生半日闲”的惬意；在逸扉酒店的闲熟，俯瞰中轴线，令人顿生“夫复何求”之感。

由此可见，“露台经济”的本质，不是简单地在屋顶摆几张桌椅、卖一杯咖啡，而是让消费者愿意为“体验感”“情绪价值”买单。东城区让政策的顶层谋划在基层落地生花。

优质的供给，才能激发旺盛的需求；高水平的融合，才能催生高质量的消费。

东城区联动携程、美团、高德、抖音、银行等五大渠道，精心挖掘六条“彩凤”线路，推出多场精品活动。从供给端持续发力，构建“文化+体验+消费”的立体生态。

当然，露台经济的成长并非一路坦途。如何平衡商业运营与居民生活，如何确保高处空间的安全与秩序，同样考验城市治理的智慧。以精细化管理为底座，以标准先行作保障，“露台经济”才能行稳致远。

“微风露台计划”的实践表明：微小空间并非城市发展的“边角料”，而是存量时代的“黄金台”；微创新实践也绝非“小打小闹”，而是赋能发展的重要举措。

向新而行者，老城常青。  
文/洪珊

# 政企协同 城市焕新

## 北京信达中心落户东城，三大核心业态书写首都城市更新新篇章

奋进“十五五”  
东城开新局

在北京东二环东直门交通枢纽地带，一座总体量达59万平方米的城市高端商务综合体正加速从蓝图走向现实。5月27日，北京信达中心正式对外发布其写字楼、酒店、商业三大核心业态的规划布局与运营时间表。作为首都功能核心区城市更新的标志性工程，该项目依托政企协同机制，聚焦功能复合与业态共生，承载着东城区“腾笼换鸟”与产业升级的关键使命，标志着首都功能核心区城市更新从“单点改造”迈向“功能共生、价值共创”的全新阶段。项目高端住宅“东外39号”已于2022年年底全部售罄并交付，写字楼于2024年1月入市，商业部分定名“东外39MALL”，并计划于2026年12月正式开业，北京东直门JW万豪酒店也将在年内启幕。



北京信达中心综合体效果图。



北京东直门JW万豪酒店效果图。



北京信达中心写字楼效果图。



东外39MALL北分区商业大中庭效果图。

### 看点1 国际超甲级写字楼： 新兴金融+数字科技 驱动产业能级跃升

作为北京信达中心“产业引擎”的核心承载，项目国际超甲级双塔写字楼体量近14万平方米，建筑高度约158米，是北京二环沿线最高的建筑之一。项目已斩获国际LEED铂金认证、WELL金级认证及国内绿建三星三重权威标准，为在此办公的人群提供绿色、健康、环保、国际化的环境。

北京信达中心写字楼负责人吕建军介绍，该项目于2024年1月正式交付入市，重新面向市场后，迅速获得大型金融机构认可。2024年农银理财率先入驻写字楼南塔；随后，中国投资有限责任公司入

驻，写字楼南塔接近满租。目前主推北塔，已入驻企业包括中国信达北京市分公司、南洋商业银行，以及今年3月入驻的国都证券。

吕建军表示，取得这一成绩说明企业客户对项目高度认可，这离不开东城区政府的大力支持。他透露，写字楼外立面泛光照明正在提升，将于近期亮相。

写字楼是北京信达中心综合体的首个亮相业态。该项目围绕“新兴金融+数字科技”双定位，致力于打造首都功能核心区高端金融科技生态圈。吕建军表示，项目将依托绿色健康、高效便捷的高端办公

环境与国际化物业服务，持续为入驻企业做好服务，创造多赢局面。

过去，东直门区域以交通集散功能著称，商务与产业聚合度相对薄弱。北京信达中心写字楼的落成，正推动这一区域从“人流集散枢纽”向“高端产业聚合节点”深度转型，实现从人流到要素集聚的能级跃升。项目不仅补齐了东城区在超甲级办公空间上的短板，更为区域带来了稳定的高净值商务客群与产业税收贡献。目前该项目定位为东城区首个“百亿级楼宇”培育对象，将成为区域产业升级与价值重构的标杆。

### 看点2 酒店业态： 新增高品质商务配套 赋能国际交往中心建设

在高品质商务配套方面，北京信达中心引入万豪国际集团旗下高端品牌JW万豪，这也是该品牌基于严苛选址标准，落户东直门的重要布局。北京东直门JW万豪酒店规划客房与套房共计413间，配备逾1400平方米会务空间，以及自然光泳池、健身中心与水疗等高端设施。酒店预计于2026年第四季度正式开业。

“此次选址东直门，恰恰印证了信达中心的核心区位价值。”北京东直门JW万豪酒店总经理潘沛仁表示，酒店将服务于高端商务、国际政务及休闲旅居人群，填补区域内长期缺乏高端国际品牌酒店的配套空白。“我们期待为高端商旅与休闲宾客缔造奢雅居停体验，助力北京国际交往中心建设。”

东城区作为首都功能核心区，

国际消费中心城市示范区建设成效显著，“五圈九街”商业格局加速成型。而东直门片区依托北京信达中心，借助酒店、写字楼与商业的业态协同，正在形成“商旅集聚、国际氛围浓厚”的复合功能片区。JW万豪酒店的落地，不仅为区域提供了高品质住宿配套，更通过其品牌号召力，为商业板块持续导入高质量的国内外客流。

### 看点3 商业业态： 2万平方米屋顶花园打造“万种生活新主场”

北京信达中心商业业态“东外39MALL”正蓄势待发。依托2号线、13号线与首都机场线“三线交汇”的交通优势，这个17万平方米的商业体定位于“首都生活方式新地标”，计划于2026年12月正式开业。它将成为东直门规模最大的室内外友好型购物中心，拥有2万平方米屋顶花园，全天候对市民开放，聚焦生活方式与创新店型，致力于打造城市级商业中心。

东外39MALL总经理王泽介绍，在业态创新上，东外39MALL以“生活方式解决方案”为核心，深度贴合“万种生活新主场”定位，采用40%零售、37%餐饮、23%生活配套的业态配比，构建全龄段生活配套体系，并规划50%的生活方式原创品牌与复合店型为核心抓手，聚合形成城市级生活方式内容集群，打破传统业态边界。

在空间创新上，东外39MALL打造首都功能核心区唯一的2万平方米屋顶花园，融合品牌首发、潮流活动、文化展览、市集等多元功能，实现“商业空间+城市公共休闲空间”的双重属性。同时，项目活化下沉广场、TOD接驳转换空间、室内街区、商业中庭等全域场景，设置友好公共区域，打通从“交易空间”到“交易空间”的消费链条。

王泽表示，东外39MALL精准锚定品质家庭客、高净值白领、枢纽新青年、国际外事商务人士四大核心客群，以“首店经济+品牌空间共创+本土品牌赋能”为核心，构建差异化品牌矩阵。

“东外39MALL一直以‘情绪价值+公共价值’为核心，打造‘东外生活俱乐部’多元兴趣社群，通过过去两年间持续落地的多元活动，

从一场徒步、一节瑜伽课开始，围绕‘连接’展开，连接人与人，连接都市与自然，连接商业与生活。通过与品牌共创，让品牌与消费者从陌生走向共鸣，让商业空间成为承载都市生活温度的公共场域。”

“东外”承载片区历史文脉，“39”代表北京北纬39度与项目门牌号，“MALL”寓意承载城市万般生活。北京市商业联合会相关负责人评价道，这种“空间即消费场景，场景即生活方式”的创新理念，精准回应了消费者对高品质、有温度、具松弛感生活的向往。

正如王泽所言：“我们不是卖货，而是卖生活。让每一个都市人在这里找到归属感。”今年年底，东外39MALL将正式亮相，成为集文化、社交、消费、体验于一体的“万种生活新主场”。

### 看点4 政企协同加速： 一座综合体带动一座城

北京信达中心的整体亮相，离不开北京市、东城区两级政府与企业的深度协同。据介绍，东城区作为首都功能核心区，正加快推进国际消费中心城市示范区建设。作为东直门地区城市更新核心载体，北京信达中心将被打造为全区首个“百亿级楼宇”，补齐商业与民生配套短板，成为消费政策落地样板与特色“城市会客厅”。

中国信达资产管理股份有限公司北京市分公司党委书记、总经理李清亮介绍，中国信达深耕行业27年，始终立足首都定位、融入东城发展。“北京信达中心秉持政企协同、价值共创理念，紧扣老城更新要求，打造集高端办公、星级酒店、品质人居、沉浸式商业于一体的城市高端商务综合体。如今，三大核心业态全面亮相，项目正式转入运营阶段，将推动东直门片区从交通

枢纽向总部经济集聚区转变，助力首都高质量发展。”

此外，北京信达中心高端住宅“东外39号”已于2022年年底全部售罄并交付入住，为核心区建设提供了高端居住资产。至此，项目正式形成“高端居住+国际办公+奢华酒店+品质商业”四大功能板块的完整闭环。住宅输送高净值家庭客群，写字楼注入产业动能，酒店承载国际交往配套，商业提供公共生活舞台。四大业态互为支撑、流量共享、价值共生，实现“职、住、商、游、娱、休”全场景融合。

面向“十五五”，东城区将做强金融、文化、科创主导产业，培育多元新型消费。北京信达中心正以“一座综合体带动一座城”的范式，长效助力东城区“黄金宝地”释放“钻石效益”，为北京建设国际消费中心城市与全球宜居之都提供可复制的城市更新样本。



屋顶花园效果图。