

北京市丰台区： 建好首都文化客厅 讲好南中轴线故事

■中国城市报记者 巩 静

近日，“2025 全国省会以上城市市辖区品牌传播指数”发布，北京市丰台区首次上榜，位居前列。凭借持续升级的品牌建设，这片承载着千年历史的城区正以崭新的姿态跃入全国视野。其区域影响力已通过交通枢纽的熙攘人潮、产业园区的蓬勃活力、网络空间的亿万点击传遍大江南北。

丰台区在服务保障首都功能中发挥着关键作用，近年来不仅在产业、生态、交通等硬实力上持续加码，更在品牌传播的“软实力”赛道上加速奔跑，通过构建全媒体传播矩阵、打造爆款传播产品，让“丰台故事”既接天线又接地气，成为全国市辖区品牌建设的鲜活样本。

产业筑基 品牌发展底气足

产业是区域经济的支柱，也是品牌建设的核心内容。近年来，丰台区作为首都中心城区，围绕产业培育和空间拓展，不断优化产业结构，打造特色产业集群，以强大的产业实力支撑区域品牌提升。

中关村丰台园、丽泽金融商务区等重点产业集聚区是丰台区产业空间拓展的重要载体。中关村丰台园经过多年的发展，已形成了以高新技术产业为主导的产业集群，园内完善的配套设施和优质的服务，吸引了大量科技型企业入驻。

丽泽金融商务区作为新兴金融产业集聚区、首都金融改革试验区，积极服务北京国家金融管理中心功能建设，金融产业空间持续释放，金融产业集聚不断加快，已成为北京金融业高质量发展的有力支撑。目前入驻企业已超 1300 家，集聚了银河证券、长城资产、中信证券资管等金融机构，以及华为中国区总部、伦敦交所、路孚特等头部企业。

“丽泽金融商务区从规划之初就注重产业生态的构建，我们以金融业为主导，积极引入科技和高端商务产业，形成了相互支撑、协同发展的产业生态。”丽泽金融商务区管委会相关负责人向中国城市报记者介绍。

北起永定门，南至凤池公园的南中轴，既是赓续传承中华文脉的历史轴线，也是承载拓展首都功能的未来轴线。当前，南中轴地区锚定“展示国家形象和中华文化自信代表地区”这一目标，坚持以新时代首

都发展为统领，全力打造生态轴、文化轴、发展轴，这里将成为引领首都南部地区发展的增长极。

丰台区还积极构建“2+4+10”现代化产业体系，持续巩固轨道交通、航天航空两大主导优势产业，全力壮大新兴金融、高端商务、智能制造、数字经济等四个重点产业，并在低空技术、智能建造、大健康、都市智慧农业等特色领域精准发力。为系统推动这些产业高质量发展，丰台区组织专业力量，为各领域精准绘制产业链图谱，明确产业发展方向、锁定重点企业、梳理关键环节，为企业提供清晰、务实的发展指引。

目前，丰台区经济发展持续向好，各项经济指标表现亮眼。2024 年，地区生产总值完成 2493.9 亿元，同比增长 5.2%。全区新设市场主体数量也呈现快速增长态势，2024 年新设企业 1.9 万家，同比增长 5.1%，增速居城六区第一，2025 年上半年新设企业近 2.2 万家，同比增长 171.9%，增速居全市第一；市场主体的快速增长，不仅带动了就业，也为丰台区的经济发展注入了新的活力，同时也表明，丰台区对企业的吸引力不断增强。

多元绽放 彰显品牌独特魅力

良好的生态环境是区域品牌的重要组成部分，也是提升居民生活品质和吸引人才、企业的关键因素。多年来，丰台区不断提升城市绿化水平，截至目前，城市绿化覆盖率达到 48%，水域面积 8 平方公里。莲花池、南苑森林湿地公园、北京园博园、南宫国家森林公园等多个知名公园分布在区内，

成为居民休闲娱乐的好去处。

近年来，丰台区开展点“靓”凉水河行动，打造“活力水岸”，形成“体育竞技+商业消费+文化体验+旅游休闲”复合生态。同时，着力打造“来南森看北京”文旅 IP，南苑森林湿地公园长期位列大众点评 APP 北京自然景观热门榜，南森燕景台成为京城新晋热门打卡地。良好的生态环境不仅让丰台区的居民享受到了更多的绿色福祉，也吸引了众多游客前来打卡，同时，很多注重生态环境的企业和人才也纷纷入驻丰台区。

文化是区域品牌的灵魂，丰台区的戏曲、花卉文化底蕴深厚，是区域文化的重要组成部分。为了传承和弘扬这些优秀文化，丰台区精心打造了中国戏曲文化周、“花开丰台”端午文化游园会等特色文化品牌活动。此外，丰台还举办了 2024 年北京中秋国庆彩灯游园会和 2025 年京彩新春彩灯嘉年华，展出周期、灯会规模、灯组规格、灯组设计均开创北京灯会历史之最，成为点亮北京文化新地标、丰富北京夜经济的新场景。

今年是中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 80 周年。作为举办国家重大纪念活动和国际和平交往活动的重要承载地，宛平地区进行了保护提升，实现中国人民抗日战争纪念馆、卢沟桥、宛平城、中国人民抗日战争纪念馆雕塑园“馆桥城园”一体化运营，以全新面貌接待八方游客。《为了民族解放与世界和平》主题展览持续掀起参观热潮，开展一个多月就接待社会各界观众超过 45 万人次。

丰台区作为链接京津冀的核心腹地，其交通优势无与

伦比。北京西站、北京南站和北京丰台站的高铁客流量约占全市的 75%，成为区域间人员流动的重要枢纽。正在建设中的丽泽城市航站楼预计 2026 年建成，届时，从丽泽城市航站楼出发，20 分钟即可直达北京大兴国际机场，这将进一步提升区域的交通便捷性。此外，丰台区内地铁线网密度高，为居民和游客提供了多元化迅捷的出行选择。

传播破圈 构建品牌声量放大器

在数字时代，品牌传播的战场早已延伸至虚拟空间。丰台区在敏锐把握传播规律变革、将网络传播作为品牌建设“主阵地”的同时，始终坚持线上线下协同、传统媒体与新媒体互促的传播策略。

在传统媒体领域，丰台区注重与中央、市级媒体深度合作，通过提供“蹲点素材”和“典型案例”，吸引主流报刊、电视广播等权威媒体推出系列报道，深度展现区域在经济、民生等宏观与微观层面的影响力；同时打造“创新发布”品牌，搭建集政府政策发布、企业创新成果推介和活力地标场景宣传于一体的平台，常态化开展新闻发布工作。在新媒体领域，丰台区深耕体系化布局与创意化网络运营，通过开展“网络大 V 丰台行”系列活动、组建“丰台范儿”群众发声人队伍等方式，让区域形象在指尖流转中深入人心，构建立体多元、交融互补的全域传播新格局。

“我们构建了‘政务新媒体矩阵+媒体网络平台合作+市民 UGC 创作’的三级传播体系，形成全网联动的传播合力。”丰台区委宣传部副部长、

网信办主任乔晓鹏告诉中国城市报记者，“丰台区的传播热度跃升，还得益于传播渠道的多元化与传播方式的创新，实现了‘精准触达’与‘广泛覆盖’的结合。”

丰台区通过组织“京津冀协同发展 10 周年”“丰台学子回家”“全国网络名人走进京彩灯会”等系列特色网络大 V 丰台行活动，推出“跟我看丰台”系列短视频，通过“红色丰台”“嗨在丰台”“花香丰台”等短视频，全面展现丰台文商旅体特色，吸引网友关注丰台。

同时，丰台区利用跨界合作打开了宣传的“新窗口”，邀请网红博主、行业 KOL 开展“丰台体验官”活动，通过其粉丝群体扩大传播范围，精准推送区域信息。邀请青年学子、非遗项目传承人等不同群体担任“丰台推荐官”，用真实视角讲述区域发展变迁。这种“跳出传播做传播”的思路，让区域形象通过多元载体触达不同圈层，实现“破圈传播”。针对年轻群体，丰台区还孵化出卢沟狮“丰丰”等文创产品、建设长辛店国潮时尚街区，举办特色国潮主题活动等一批年轻化传播品牌。

城市品牌研究专家表示，丰台区品牌传播热度的快速晋位，是区域硬实力与软实力协同提升的必然结果。重大项目的落地提供了传播的“硬核内容”，区域品牌的打造和治理效能的提升筑牢了正向舆论的“基底”，传播策略的创新则放大了区域的“声量”。这种“实力支撑传播，传播反哺发展”的良性循环，不仅让丰台的区域品牌更加清晰立体，更通过舆论影响力的提升，吸引资本、人才等资源加速聚集，形成推动高质量发展的“加速度”。



北京西站网约车候车区 全新亮相

今年以来，北京各大火车站陆续实施环境提升与流线优化等一系列举措，积极推进“花园站区”建设，致力打造“进京最美第一印象”。图为近日北京西站南广场环岛旁的网约车候车区完成升级并正式启用。

中国城市报记者 全亚军摄