

## 2026首都市民系列文化活动采购需求

根据北京市文化和旅游局《关于印发〈2026年首都市民系列文化活动工作方案〉的通知》和北京市人民政府办公厅《关于印发〈北京市2026年重要民生实事项目〉的通知》相关要求，全面贯彻党的二十大和二十届二中、三中、四中全会及市委十三届六次全会、全市宣传思想文化工作会议、全市旅游发展大会、全市文化和旅游工作会议精神，深入学习贯彻习近平文化思想，传承中华优秀传统文化，不断发展新时代中国特色社会主义文化，立足北京全国文化中心建设总体布局，紧扣城市副中心高质量发展定位，聚焦推动文化繁荣、建设文化强国的使命任务，积极开展高质量的首都市民系列文化活动，持续提升活动群众性、参与性、互动性、针对性、观赏性和影响力，持续增强市民游客的文化获得感和幸福感。通州区拟于全区范围内开展2026年首都市民系列文化活动。具体内容如下：

### 一、活动目标

以区、街道（乡镇）、社区（村）为重点，开展首都市民系列文化活动，贯穿全年，丰富活跃市民群众的精神文化生活。强化宣传，确保重点任务项项有宣传、周周有报道，扩大影响力，提升满意度，完成绩效目标。提升副中心市民群众的参与度、体验度、满意度，增强副中心市民群众的文化获得感，幸福感。

### 三、活动时间

2026年全年内（最终以采购人要求为准）

### 四、活动内容

通州区“2026年首都市民系列文化活动”将在全区各街道、乡镇以及社区和村全面开展，并结合《北京市公共文化服务保障条例》做好宣传贯彻工作。活动内容包括以下内容：

1. **时代征程主题系列活动**。围绕纪念长征胜利90周年、建军100周年、改革开放50周年的国家重要庆典、纪念日，组织开展活动。

2. **“我们的节日”文化活动**。依托国际劳动节、端午节、七夕节、中秋节、重阳节、国庆节等全年重要节日及节气，开展“我们的节日”文化活动。

3. **文化进万家活动**。开展文化活动进乡村（社区）、进军营、进园区（工地、劳务市场等）、进景区或地标性建筑等公共场所，多点齐发，扩大影响力，让首

都市民系列文化活动“看得见、听得见、遇得见”。

4. **运河传遗——传统文化传承活动。**针对未成年人、老年人、残障人士、农民、进城务工人员、“两新”群体组织、少数民族、军人等不同群体的精神文化需求，组织开展专项文化活动。

5. **讲好运河故事——运河文化沙龙活动。**依托三庙一塔、运河西岸等地标性建筑，以“活态传承、全民共享、副中心表达”为核心，讲好漕运文脉、古城变迁、新城崛起、京津冀协同的运河故事。

6. **副中心幸福文化账单。**组织服务的副中心居民观看市级、区级专业文艺演出；组织培训、演出、非遗国潮体验活动；培训多支文艺队伍，对培训成果进行汇演等。

7. **运河文化派对——艺启副中心活动。**围绕通州及京津冀文化底蕴，打造集文艺演出、展示展销、互动体验于一体的文化派对活动，丰富城市副中心群众文化生活，促进文化消费，同时加强京津冀三地文化系统交流互动。

8. **我和运河有个“乐”会——北京城市副中心公共空间音乐系列艺术活动。**本次“我和运河有个“乐”会——北京城市副中心公共空间音乐系列艺术活动”旨在深度挖掘通州大运河千年历史文脉，与国潮民乐深度绑定，打破传统演艺场景边界，串联形成通州全域“演艺+”特色线路，打造沉浸式、互动式多元化文旅体验场景，推动公共文化的高质量发展。

9. **“诗韵通州·声动运河”北京城市副中心诗词大会活动。**作品内容要求围绕北京城市副中心在经济发展、城市建设、文化传承、生态环境等方面的发展与成就进行创作，面向北京市进行征集。可以采用个人诵读、集体诵读、配乐诵读等多种形式，同时走进校园，邀请各大高校学生参与，青春风采与诗词魅力相互交融，增强表演的观赏性。

10. **“京”彩副中心 共话运河情——通州区群众文化大联欢系列活动。**在群众文化大联欢系列活动中，充分展示通州区作为北京城市副中心的独特魅力和蓬勃生机，同时深入挖掘和传承大运河文化的深厚底蕴，突出文化共享的理念，强调通过活动让更多的人享受到文化的乐趣，展现新时代通州人民携手共进的精神风貌。

11. **运河上的通州摄影作品征集展览活动。**通过高水准影像艺术，擦亮“运

河上的通州”文旅品牌，生动展现北京城市副中心的时代形象与独特魅力，以光影为媒，讲好运河故事、通州故事、副中心故事。

12. **运河正青春文化活动**。进一步深入挖掘运河沿线的文化宝藏，推动中国优秀传统文化的交流、弘扬和传承。

## 五、支付及验收方式

1. 甲方和乙方因本合同发生的一切费用均以人民币结算及支付。甲方依据乙方交来的合同、发票、服务项目明细、工作项目总结、工作验收考评报告等向乙方支付服务费，所有费用通过网银转账支付。

2. 合同签订生效后，乙方向甲方缴纳本合同总费用的 10%作为履约保证金，甲方收到乙方履约保证金后，财政资金到账后向乙方支付合同价款的 60%；

3. 具体付款方式：项目执行至9月，甲方向乙方支付合同价款的 40%。乙方按合同约定，当项目完成后，甲方组织验收，对验收不合格的，甲方有追究乙方一切责任的权利；

4. 项目完成并验收合格后，甲方向乙方无息退还履约保证金。

5. 如因政府财政政策、财政支付等原因导致甲方无法按照以上约定时间支付，不视为甲方违约。甲方须在原因消除后7日内按约定的支付比例继续支付。

各节点支付款项均需经甲方审批通过后方可支付。

# “时代征程主题系列活动”

## 采购需求

### 一、项目背景

为迎接长征胜利 90 周年、建军 100 周年、改革开放 50 周年三大国家重要庆典，举办“百年砺剑 九秩长征 五十奋进——时代征程主题系列活动”。该活动属于通州文旅局“首都市民系列文化活动”范畴，由通州区文旅局提供场地、组织观众及行政协调，供应商负责整体创意策划、现场活动执行、短视频制作和新媒体平台发布等。

### 二、总体思路

本系列活动以“运河”为地理坐标和精神意象，组织三场活动，串联三大主题。活动强化“沉浸式体验”与“全媒体传播”，通过“活动+短视频”的形式，让红色基因、强军壮志、改革精神在市民的参与中“活”起来。

### 三、具体活动内容

供应商应根据主题精心策划三场活动的活动方案，投标时详细列出，内容包括但不限于情景诵读、群众合唱、歌曲（军哥）联唱、人物访谈、年代歌会、群众互动等，鼓励创新性活动形式，但相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。每场活动需制作不低于 1 分钟的短视频，并在有一定影响力的媒体传播。

### 四、保障措施

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

### 五、活动宣传

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。

# “我们的节日”文化活动

## 采购需求

### 一、活动背景

中华传统节日与重要节气，承载着中华民族悠久的历史记忆、丰富的人文精神和独特的价值理念，是维系民族情感、增强文化认同的重要纽带。为深入贯彻落实习近平文化思想，传承弘扬中华优秀传统文化，厚植家国情怀，丰富群众精神文化生活，通州区文化和旅游局策划推出“传薪火 续文明”——“我们的节日”系列文化活动。

本系列活动贯穿 2026 年全年，依托端午节、七夕节、建军节、中秋节、重阳节、国庆节、立冬、冬至节等重要节点，通过形式多样、内涵丰富的文化体验活动，让市民在参与中感悟节日文化内涵，在体验中传承中华文明薪火，共同营造温馨祥和、文明向上的节日氛围，生动展现通州区作为北京城市副中心的独特文化魅力与人文温度。

### 二、活动主题

传薪火续文明——“我们的节日”通州区系列文化活动

### 三、活动目标

**传承文化薪火：** 深度挖掘节日节气的历史渊源、民俗传统和精神内核，让优秀传统文化在新时代焕发生机。

**营造节日氛围：** 打造具有通州特色、主题鲜明、温馨和谐的节日文化体验场景。

**丰富群众生活：** 提供高品质、接地气、互动强的文化活动，满足市民精神文化需求。

**培育家国情怀：** 通过情感共鸣和价值引领，增强市民的文化认同感、归属感与自豪感。

**打造文化品牌：** 持续塑造“传薪火 续文明”通州节日文化品牌，提升区域文化影响力。

### 四、主办单位

北京市通州区文化和旅游局

## 五、活动时间与地点

**活动时间：**2026 年全年，紧扣各节日节气时间节点，每场活动时长约半天（3 小时内）。

**活动地点：**主会场设在通州区文化馆、图书馆、运河文化广场、城市绿心森林公园、西海子公园（燃灯塔景区）等标志性文化空间；分会场深入各街道社区文化中心、乡镇文化站、特色书店、景区景点等，方便群众就近参与。

## 六、宣传推广

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。收集市民反馈，为后续活动优化提供参考。

## 七、各节日节气活动执行方案

供应商应根据主题精心策划活动方案，投标时详细列出，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

## 八、组织保障与注意事项

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

# 运河承文脉·文化润万家——通州区文化进万家系列活动

## 采购需求

### 一、活动总览

#### （一）活动大主题

运河承文脉·文化润万家——通州区文化进万家系列活动

#### （二）活动核心定位

紧扣首都市民系列文化活动要求，以通州本土非遗文化为核心载体，开展文化活动进乡村（社区）、进军营、进园区（工地、劳务市场）、进景区/地标四大场景，多点齐发、全域覆盖，让文化服务下沉基层、贴近群众，实现非遗文化“看得见、听得见、遇得见”，擦亮通州文化名片。

#### （三）活动时间

2026 年全年内（具体以通州区文化和旅游局最终安排为准）

#### （四）活动场次与类型

1. 文化进乡村（社区）：4 场，通州非遗文化体验制作类
2. 文化进军营、进园区（工地/劳务市场）：2 场，非遗文艺演出类
3. 文化进景区/地标性建筑：2 场，通州非遗文化体验制作类

### 二、活动的意义

**文化惠民，提升幸福感：**聚焦乡村居民、部队官兵、务工人员、景区游客等不同群体需求，开展沉浸式、互动式文化活动，丰富基层群众业余生活，满足精神文化需求，营造欢乐祥和的文化氛围。

**非遗传承，活化本土文脉：**通过现场体验、文艺展演等形式，让通州非遗技艺走出展馆、走进群众，激发非遗活力，培养群众非遗保护意识，推动传统文化代代相传。

**全域覆盖，扩大品牌影响力：**多点布局、分类开展活动，形成文化传播矩阵，强化“首都市民系列文化活动”品牌辨识度，让文化惠民声音传遍通州大街小巷，提升区域文化软实力。

**凝心聚力，彰显城市温度：**以文化为纽带，拉近政府与群众、不同群体之间的距离，传递城市关怀，营造团结奋进、文明和谐的社会氛围，助力区域精神文明建设。

### 三、活动方案

供应商应根据主题精心策划活动方案，投标时详细列出，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

#### **四、活动保障措施**

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

#### **五、宣传推广**

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。收集市民反馈，为后续活动优化提供参考。

# 运河传遗——传统文化传承系列活动

## 整体方案

### 一、活动总览

#### （一）项目概况

本项目旨在深入贯彻党的二十大关于“推进文化自信自强，传承中华优秀传统文化”的精神，精准对接新时期人民群众多样化、多层次、多方面的精神文化需求。我们将以“运河传遗”为媒，以非遗技艺体验为桥，特别关注未成年人、老年人、残障人士、农民、进城务工人员、新经济组织和新社会组织群体（“两新”组织）、少数民族、军人等不同群体的文化权益，让公共文化服务“一个都不能少”。

项目将秉持“古韵新声，情满运河”的理念，通过组织一系列精心设计、分众化、体验感强的非遗活动，吸引各类人群走进综合文化中心、24小时智能文化空间等公共文化设施。让古老的技艺不再是博物馆中的静态陈列，而成为连接邻里情感、凝聚社区共识、促进社会和谐的“文化粘合剂”。在指尖的触摸与创造中，让非遗薪火照亮每一个角落，让运河文脉在新时代绽放出更加温暖、包容、璀璨的光芒，为北京城市副中心绘就“各美其美，美美与共”的精神共富新画卷。

#### （二）活动主题

运河传遗——传统文化传承系列活动

#### （三）主办单位

通州区文化和旅游局

#### （四）活动时间

2026年全年内（具体以通州区文化和旅游局最终安排为准）

#### （五）活动地点

拟定通州区各街道（乡镇）综合文化中心、社区活动室、24小时智能文化空间、残疾人温馨家园、军营、工地文化活动站、学校等（具体以通州区文化和旅游局安排为准）

#### （六）服务对象

精准服务未成年人、老年人、残障人士、农民、进城务工人员、“两新”组织群体、少数民族、军人等各类群体，并根据不同群体特点优化活动内容和组织

形式。

### **（七）活动人数和规模**

核心体验活动 30-50 人/场（根据场地和目标群体灵活调整），确保每位参与者获得深度体验。

## **二、活动内容简介**

供应商应根据主题精心策划活动方案，组织不少于 15 个主题的相关活动，投标时详细列出方案，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

## **三、组织保障与注意事项**

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

## **四、宣传推广**

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。收集市民反馈，为后续活动优化提供参考。

# 讲好运河故事——运河文化沙龙活动

## 采购需求

### 一、活动背景

2026年，拟策划推出“讲好运河故事”系列活动，旨在深入挖掘大运河丰富的历史文化资源，生动展示通州“古今同辉”的独特魅力。活动以“四大场地+四大故事+每地两场”为核心架构，在三庙一塔聆听漕运文脉的回响，于大光楼触摸古城变迁的印记，在运河西岸捕捉新城崛起的光影，至湾里共绘京津冀协同的画卷。

八场活动，八次对话，不仅是历史的回溯，更是未来的启航。我们期待通过这一系列有深度、有温度、有参与度的文化体验，让文物“活”起来，让非遗“潮”起来，让运河故事走进千家万户，让千年文脉在新时代焕发勃勃生机。

### 二、活动内容

供应商应根据主题精心策划活动方案，组织八场精品文化活动，投标时详细列出方案，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

### 三、组织保障与注意事项

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

### 四、宣传推广

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。收集市民反馈，为后续活动优化提供参考。

## 副中心幸福文化账单

### ——文化赋能基层社区居民共建幸福家园系列活动采购需求

#### 一. 项目概况

##### 1. 项目背景

通州区作为北京城市副中心，承载着京津冀协同发展的重要使命，同时拥有深厚的大运河文化底蕴。2026年“副中心幸福文化账单活动”将面向全区范围开展，通过“政府主导+专业师资+居民参与”的方式，打造服务于副中心全体居民的“运河边的文化共享客厅”，形成可持续、可复制的“副中心幸福文化账单活动样板”。

##### 2. 项目目标：

以“**走出来+送进去**”双向奔赴的文化服务模式，一方面组织居民“走出来”，到文化馆、剧场等专业场馆，欣赏高水准文艺演出，开阔文化视野；另一方面将优质资源“送进去”，把文艺培训、艺术课程送到居民家门口，提升居民艺术修养。

#### 二、项目内容

供应商应根据主题精心策划活动方案，投标时详细列出，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

#### 三、项目执行保障

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

#### 四、宣传推广

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。收集市民反馈，为后续活动优化提供参考。

# 运河文化派对——艺启副中心

## 系列活动采购需求

### 一、活动背景

深入贯彻落实习近平总书记关于大运河文化保护传承利用的重要指示精神，立足增强北京城市副中心文化旅游主导功能，依托通州区大运河文化带保护建设成果，加强大运河历史文化遗产保护利用，深入挖掘大运河文化内涵，不断增强人民群众的文化获得感、幸福感，促进文旅产业经济振兴，将大运河通州段打造成为城市副中心蓝绿交织、水城共融的金名片。2026年是京津冀协同发展战略实施十二周年，通过策划举办“艺启副中心——运河文化派对”活动，进一步激活运河文化资源，推动文旅深度融合发展，让千年运河在新时代焕发更加蓬勃的生机与活力。

### 二、活动目标

（一）推动文化创新发展。深入挖掘大运河承载的历史文脉与时代价值，创新文化表达方式和传播载体，通过文艺演出、互动体验等多元形式，展现通州及大运河的独特魅力，持续提升城市副中心文化软实力和影响力。

（二）促进文旅产业振兴。依托大运河文化资源禀赋，搭建展示展销平台，促进文化旅游产业跨界融合与协同发展，激发文化消费潜力，培育文旅消费新增长点，为副中心经济社会发展注入文化动能。

（三）满足公众文化需求。坚持文化惠民导向，将高品质文化产品和服务送到群众身边，提升公众对通州历史及运河文化的兴趣与热情，丰富群众精神文化生活，增强文化自觉，坚定文化自信。

### 三、活动概况

活动时间：2026年全年内，具体以通州区文化和旅游局最终安排为准

活动场次：7场

活动形式：文艺演出、展示展销、文化交流

### 四、活动内容

供应商应根据主题精心策划活动方案，投标时详细列出，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

## **五、宣传手段**

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。收集市民反馈，为后续活动优化提供参考。

## **六、组织保障与注意事项**

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

# 我和运河有个“乐”会

## 北京城市副中心公共空间音乐系列艺术活动采购需求

### 一、活动背景

《北京市国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》强调，“十五五”时期，北京要构建丰富优质的公共文化服务体系，高水平建设“演艺之都”。规划纲要创新设置了“人均接受文化场馆服务次数”指标，“十五五”期间要从6.69人次提升至8.5人次以上。

本项目将深度挖掘通州大运河千年历史文脉，与国潮民乐深度绑定，打破传统演艺场景边界，串联形成通州全域“演艺+”特色线路，打造沉浸式、互动式多元化文旅体验场景。进一步擦亮“运河上的通州”文旅名片，推动区域文旅产业高质量发展，为北京建设全国文化中心注入通州力量。

### 二、项目概述

#### （一）活动主题

我和运河有个“乐”会——北京城市副中心公共空间音乐+系列艺术活动

#### （二）核心理念

以“传统文化”为纽带，以“大运河文化带”为载体，在都市打造沉浸式国乐美学现场，用现代审美重构传统国乐，面向受众传递东方美学的当代生命力。

#### （三）活动时间及场次

2026年全年，共举办8场（暂定，最终以采购人实际要求为准）

#### （四）活动地点

通州大运河文化旅游景区、北京通州站、花海片区、“三庙一塔”及周边古建群、六环高线公园等重点文旅区域

### 三、活动内容

供应商应根据主题精心策划活动方案，投标时详细列出，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

### 四、活动组织保障

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

# “诗韵通州·声动运河”北京城市副中心诗词大会系列活动

## 采购需求

### 一、活动立意

为深入贯彻习近平总书记关于弘扬中华优秀传统文化的重要指示精神，生动展现北京城市副中心建设发展新貌，打造具有区域特色的文化品牌，特举办“诗韵通州·声动运河”北京城市副中心诗词大会活动。本次活动以诗词为载体，融合多元舞台艺术，通过年轻化、时尚化的表达，讲述通州故事，传播运河文化，展现副中心古今交融的独特魅力。活动面向北京市征集相关诗词作品，作品内容要求围绕北京城市副中心在经济发展、城市建设、文化传承、生态环境等方面的发展与成就进行创作。

### 二、活动主题

以“运河脉动·青春通州”为主线，串联起通州的历史文脉、当代发展与未来蓝图，用诗词朗诵与舞台创新展现“蓝绿交织、水城共融”的副中心画卷。

### 三、主办单位

北京市通州区文化和旅游局

### 四、活动时间及地点

具体时间、地点以通州区文化和旅游局最终安排为准

### 五、活动方案

供应商应根据主题精心策划活动方案，投标时详细列出，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

### 六、宣传推广

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。收集市民反馈，为后续活动优化提供参考。

### 七、组织保障与注意事项

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

## “京”彩副中心 共话运河情

### 通州区群众文化大联欢系列活动采购需求

2026年是“十五五”规划开局之年，通州区作为北京城市副中心，承载着新时代首都发展的战略使命，全面落实“十五五”规划纲要，持续激发城市发展活力。本次系列活动继续以“京彩副中心 共话通州情”为主题，以文化赋能、群众参与为核心理念，深度融合副中心现代化活力与大运河历史文脉，全方位展现通州的独特魅力。

今年，活动坚持群众文化群众办的思路，打破传统室内剧场的空间限制，将舞台与户外自然和城市景观相融合。通过**欢唱会、合唱展演、乐队表演及冬季音乐会4场**各具特色的群众文化活动，进一步丰富人民群众的精神文化生活，绘就“城兴村美、民乐人和”美丽画卷。

#### 一、活动安排

供应商应根据主题精心策划活动方案，投标时详细列出，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

#### 二、活动保障

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

#### 三、宣传推广

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。收集市民反馈，为后续活动优化提供参考。

# 运河上的通州摄影作品征集展览活动

## 系列活动采购需求

### 一、活动总览与核心理念

#### (一) 活动基本信息

活动主题：《运河上的通州》——“醉”美北京城市副中心摄影大展暨“副中心十大网红打卡点”发布（暂拟）

主办单位：北京市通州区文化和旅游局

配套活动：评选并发布“副中心十大网红打卡点”（或摄影家眼中的“副中心十大网红打卡点”）；8场主题讲座

活动时间：2026年全年内（具体以通州区文化和旅游局最终安排为准；展期预计30天）

活动地点：拟定北京城市图书馆（大观厅/道和厅）

#### (二) 展览规模与预期效果

展出作品约140幅，均为知名摄影家精品力作。共设四大单元，系统呈现通州的历史文脉与时代新貌。

配套讲座8场，每周2场，每场容纳100人。

预计日均接待观众1000人次，总观展量近3万人次；线上曝光量目标为100万以上人次。

展览期间将发布“副中心十大网红打卡点”榜单。

### 二、整体活动方案

供应商应根据主题精心策划展览和讲座活动方案及“副中心十大网红打卡点”评选活动的详细方案，投标时详细列出，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

### 三、宣传推广方案

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。收集市民反馈，为后续活动优化提供参考。

### 四、保障措施

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

## 文脉传承 运通中国

### ——运河正青春文化活动采购需求

#### 一、活动背景

##### （一）活动宗旨

活动将以通州文旅为引领，聚合大运河沿线 8 个省市的特色文化与旅游资源，持续打造夯实“运河正青春”这一文旅品牌 IP。由文带旅，由点及面，让大运河在新时代的文旅产业版图上不仅是一条地理意义上的河流，更成为一条流动的创意之河、一条连接未来的精神之路。

##### （二）活动组织机构

主办单位：通州区文化和旅游局、中国群众文化学会（拟邀）

#### 二、活动概述

“文脉传承 运通中国——运河正青春”文化活动以通州大运河文旅资源为核心，面向中国大运河沿线八省（市）（北京、天津、河北、山东、河南、安徽、江苏、浙江）的高校学生及社会青年群体，将大运河沿线的非物质文化遗产、优秀传统文化、独特文化景观挖掘并串联起来。本届活动特别创意推出“行走运河·专家巡回宣讲”“行走运河·青年调研计划”两大特色板块，让青年从“坐着听”变为“走着看”，在行走中感受遗产的温度，思考传承高度。

活动旨在搭建一个“文化共创+文旅融合+数智赋能”的立体平台，让青年成为运河故事的讲述者、传播者与创新者，推动大运河文化在“十五五”新征程中焕发青春光彩。

#### 三、活动内容

供应商应根据主题精心策划活动方案，投标时详细列出，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

#### 四、活动宣传

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。收集市民反馈，为后续活动优化提供参考。

## 五、组织保障与注意事项

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。