# BEIJING

# 北京

Raconter l'histoire de Beijing

Septembre 2026

Publié le 25 de chaque mois

Code d'abonnement postal 82-939




## Un quartier aux mille visages

## Restez et flânez

ISSN 2095-736X

09

9 772095 736263




Des robots athlètes lors de la Coupe mondiale de robots humanoïdes
Photo prise par Tong Tianyi

# 北京
( BEIJING )

Issue 9, 2026 ( Vol. 591 )

**Supervision**
Département de communication du Comité municipal du PCC à Beijing
**Sponsors**
Bureau de presse du gouvernement populaire de Beijing
Centre des échanges internationaux de Beijing
The Beijing News
**Éditeur**
The Beijing News
**Rédacteur en chef**
Ru Tao
**Rédacteur en chef exécutif**
An Dun
**Rédacteur**
Wang Wei
**Rédacteurs photo**
Zhang Xin, Tong Tianyi
**Rédacteur artistique**
Zhao Lei
**Conception créative de la couverture**
Dong Bo
**Service de traduction**
Shanghai YIGUOYIMIN Translation Service Co., Ltd.
**Photo fournie par**
Agence de presse Xinhua ; vcg.com ; 58pic.com ; IC photo ; tuchong.com ; AIGC
**Distribution**
The Beijing News
**Adresse**
F1, Bâtiment 10, Fahuananli, Tiyuguan Lu, Arrondissement de Dongcheng, Beijing
**Tel**
+86 10 6715 2380
**Fax**
+86 10 6715 2381
**Imprimerie**
Beijing Tianhengjiaye Printing Co., Ltd
**Code d'abonnement postal**
82-939
**Date de publication**
25 Septembre 2026
**Prix**
38 yuans
**Numéro de série standard international**
ISSN 2095-736X
**Numéro de série national standard de la Chine**
CN10-1907/G0
**E-mail**
Beijingydxx@btmbeijing.net
**Photographie de la couverture**
Tong Tianyi, Zhang You, Zou Weilin, Gong Yuexian, Xu Kangran, Zhao Shuhua, [le Yémen] Mohammed Ahmed
**Photographie du catalogue**
Zhang Xin, Tong Tianyi, Zhang You, Gong Yuexian


# Table des matières


10 À la recherche des tendances à Pékin

18 Guide des trouvailles pékinoises

36 Ici, le shopping rime avec plaisir

4 Un quartier aux mille visages Restez et flânez

24 Pékin bouillonnant, l'esprit authentique de la capitale

30 La touche tech dans le panier

48 Culture Express

42 Pékin la nuit resplendit



























# Un quartier aux mille visages Restez et flânez

Texte Ma Kai  Photos prises par Zhang Xin, Tong Tianyi, Zhang You, Zhao Shuhua, Jiang Litian, He Li



**Un soir de week-end, si vous passez par Xidan, vous remarquerez un changement subtil. Sur les passerelles, les étals de thé au citron et les bijoux artisanaux brillent d'une lumière chaude sous la brise du soir. Des jeunes, adossés aux rampes, photographient la rangée des centres commerciaux qui s'étendent derrière eux. Autrefois, il fallait traverser les rues en attendant les feux de signalisation et circuler au sol en faisant des détours. Aujourd'hui, on emprunte les escalators de The New. Des passerelles aériennes interconnectent Hanguang, Juntai et Xidan Joy City : circuler d'un site à l'autre donne l'impression de marcher au-dessus de la ville.**

**Cette expérience de shopping fluide redéfinit le visage du commerce à Pékin.**

**En 2021, Pékin figurait sur la première liste des villes-centres internationaux de consommation, marquant le début d'une profonde mutation du commerce urbain. Cinq ans plus tard, le Forum de Wangfujing 2026, placé sous le thème « Nouveaux formats, nouveaux modèles et nouveaux scénarios de consommation », donne une illustration tangible de cette transformation : les dix premiers scénarios de consommation emblématiques et douze projets prioritaires sont dévoilés simultanément, tandis qu'un ensemble complet de politiques dédiées à la consommation des visiteurs étrangers est pleinement mis en œuvre. La réponse apportée par Pékin ne se réduit pas à l'ouverture de quelques centres commerciaux supplémentaires. Elle consiste à redéfinir ce qu'est un quartier commercial, ce que recouvre la notion de consommation, et ce qui fait qu'une ville mérite que l'on s'y attarde.**

## Des scénarios renouvelés pour de nouvelles dynamiques

Ces cinq dernières années, la rénovation des quartiers commerçants de Pékin s'est définie par la « transformation ». En 2026, c'est la « redéfinition » qui prime.

Taikoo Li Sanlitun illustre bien ce mouvement. Fin 2025, sa zone nord a achevé une grande refonte : des bâtiments vitrés indépendants ont remplacé le format classique des centres commerciaux pour accueillir les boutiques phares de Dior, Louis Vuitton, Tiffany et Hermès. Dans ces espaces de luxe, chaque étage possède sa propre personnalité, comme les pages d'un magazine en relief. Flâner ici, c'est visiter un musée urbain de la consommation.




Le secteur nord de Taikoo Li Sanlitun a achevé une rénovation de grande envergure : un complexe de bâtiments indépendants à façades de verre remplace la forme traditionnelle de centre commercial

À Zhongguancun Darongcheng, on abandonne le modèle fermé des centres commerciaux pour le concept « parc + commerce ». Un toitjardin de 20 000 m² forme une oasis aérienne, et cinq placescours en contrebas intègrent la nature au cœur des commerces. Plus d'une centaine de premières boutiques et enseignes originales s'y trouvent. Faire ses courses n'est plus une course aux lieux à voir, mais une flânerie tranquille dans la verdure où l'on découvre des trouvailles inattendues.

Quelle offre de consommation pour le pôle secondaire de Pékin ? WellTown WanliWangfujing apporte la réponse. Premier complexe national associant culture, commerce et tourisme, il se caractérise par trois atriums thématiques : « Lumière, Eau, Ciel ». Outre ses marques outlet, plus de 40 % des surfaces sont dédiées à la restauration, aux loisirs et aux expériences immersives. Ce lieu ne vise pas seulement les achats : il invite à rester, pour un repas, une exposition ou un après-midi de détente. Sur le site d'Universal Beijing Resort, Harry Potter et les Minions montrent tout l'attrait des licences internationales. Non loin, la cité de Tingyun accueille la première boutique nationale du thème « Cadeaux de Pékin Cadeaux du Grand Canal : bonheurs successifs ». Elle réunit des créations autour du Grand Canal, une exposition d'objets tirés du *Voyage vers l'Ouest* et des ateliers de théâtre d'ombres (patrimoine immatériel). Nouveau lieu prisé du pôle secondaire, il complète l'offre du parc. Chaque site affirme sa spécificité ; le paysage de consommation du pôle secondaire se dessine peu à peu.

Dans le centreville, la ruelle Zhonghai Dajixiang propose une autre formule pour rénover le vieux Pékin. Conçue comme un « salon culturel urbain », elle est ouverte gratuitement, sans mur d'enceinte. D'anciennes cours historiques côtoient cafés, librairies et boutiques de sélection. Un an après son ouverture, les chiffres parlent d'euxmêmes : plus de 20 millions de visites cumulées, 121 enseignes dont plus de la moitié de premières boutiques ou concepts surmesure, et 900 millions de yuans de chiffre d'affaires. Pour son anniversaire le 30 mai, le quartier a accueilli une exposition itinérante exclusive du Musée de la Capitale : « Civilisations anciennes des Mayas et des Andes ». Trois installations artistiques, dont La Croissance de l'éléphant géant, étaient accessibles gratuitement. Ici, consommer dépasse le simple achat : c'est une façon singulière de découvrir l'histoire.

La rénovation des quartiers commerçants de Pékin abandonne les modèles copiéscollés pour rechercher une identité propre. Chaque lieu ne cherche plus à imiter un autre, mais à définir ce qu'il est.

## Premières ouvertures et lancements exclusifs : un nouveau moteur

Pékin est le baromètre des tendances de consommation chinoises, une destination prisée pour l'implantation et les lancements des marques nationales et internationales. Depuis 2019, la ville a accueilli plus de 5 000 premières boutiques et mis en place douze centres de lancements mondiaux. Au premier semestre 2026, ces chiffres continuent de croître : 483 nouvelles boutiques physiques, plus de 520 événements (lancements, défilés, expositions, représentations inédites), soit près de trois manifestations par jour.

Les grands quartiers commerçants de Pékin servent à la fois de porteentrée aux marques et de scène régulière pour lancements, défilés, expositions et spectacles inédits. Avant les vacances du 1er mai, la première boutique nationale de Yushu Technology a ouvert au Wangfujing Yintai in88. Le robot humanoïde G1 et le chienrobot Go2 s'y produisent en vitrine. Au Super Heshenghui de Changping, le Centre chinois des sciences spatiales de Pékin offre une expérience originale. Dans son espace immersif de 3 700 m², une réplique 1:1 du module central de la station spatiale Tiangong permet aux visiteurs de voir la Terre comme un astronaute. Des familles viennent de loin avec leurs enfants pour vivre ce « voyage dans l'espace ».

Les premières boutiques de restauration pékinoises réservent bien des surprises aux gastronomes. La première boutique directe pékinoise de Popeyes, marque mondiale de poulet frit, s'est implantée à l'Oriental New World de Wangfujing ; le jour de l'ouverture, des clients faisaient la queue dès l'aube. En juin, la boulangeriepâtisserie Paris Baguette y a inauguré son premier laboratoireboutique national. Pour la première fois, elle dévoile au public ses travaux habituellement réservés à l'usine et adapte son offre aux goûts locaux, avec notamment un sandwich au bœuf à la sauce Erbajiang (sauce sésame mélangée).

Le réseau des premières boutiques s'étoffe aussi dans la distribution. La première enseigne nationale de Smartwool (groupe VF, équipements outdoor) a ouvert au Raffles de Pékin. La marque coréenne Andersson Bell installe sa première boutique chinoise à Sanlitun ; l'enseigne américaine d'ameublement Harbor House présente un conceptstore à Guomao ; la boutiquephare de la marque coréenne de vélos pliants VIOLI s'installe au Joy City de Haidian…

Tout en attirant les marques étrangères, Pékin aide ses enseignes traditionnelles à allier héritage et innovation. Nouveaux produits, nouveaux points de vente, expériences immersives : les marques emblématiques locales conservent leurs racines tout en s'adaptant aux modes de consommation modernes.

Si les premières boutiques offrent des expériences nouvelles et tangibles, la multiplicité des lancements, défilés et expositions inédites constitue un spectacle visuel pour le public.

Fin 2025, le Yuanmingyuan a organisé pour la première fois son exposition des têtes de bronze animales dans un lieu commercial : le centre commercial Century Golden Source. L'exposition « Têtes d'animaux pour la nouvelle année : paix et prospérité » a fait beaucoup parler d'elle sur les réseaux. Des familles ont fait le déplacement en voiture pour combiner shopping et découverte de trésors nationaux. Quelques jours plus tard, Taikoo Li Sanlitun accueillait la première exposition nationale « Le RoiLion arrive à Pékin », mettant à l'honneur la danse du lion du Lingnan. Pendant les vacances du 1er mai, l'exposition Pop Mart « Bienvenue sur la surface lunaire » a ouvert à Wangfujing et attiré de nombreux jeunes visiteurs.

Le secteur du spectacle est aussi très dynamique. Les concerts de groupes indépendants de nouvelle génération se multiplient : leurs mélodies apaisantes et l'ambiance immersive offrent aux jeunes un exutoire émotionnel. Dans la mode se succèdent spectacles de danse IA « hommemachine », premiers défilés de mode traditionnelle chinoise tendance et présentations immersives de marques de luxe accessible. La communication des marques passe d'une simple présentation à un spectacle multisensoriel associant son, lumière et technologie.




Avec la sortie du film « Les Minions et le Grand Monstre », le magasin « Bonjour les Minions » sur Universal CityWalk Beijing affiche une popularité croissante ; ses produits dérivés sont très prisés des touristes



Un bateau décoré « Dragon d'or » long de 18 mètres glisse lentement sur l'eau, en écho avec les boutiques riveraines

Les quartiers commerçants de Pékin multiplient les raisons de s'y rendre. Premières boutiques, expositions et défilés inédits en font des espaces de découverte, d'expériences originales et de partage.

## Une fusion diversifiée qui repousse les limites

Les soirées au Chaoyang Heshenghui diffèrent de celles des autres centres commerciaux.

À 21h, le quartier créatif « 21 Zone BLOCK » (B1-B2) s'éveille. Sur 20 000 m², plus de 200 enseignes proposent cuisines occidentale, japonaise, coréenne et spécialités locales, dans une odeur de grillade mêlée aux rires. La fête dure jusqu'à l'aube.

Le jour, le Heshenghui change totalement d'atmosphère. Popups, marchés artisanaux, spectacles d'humour, soirées esport se succèdent toute l'année. Presque chaque semaine propose une nouveauté que les jeunes découvrent sur Xiaohongshu.

On peut y passer toute une journée sans s'ennuyer : shopping le jour, restaurants nocturnes le soir, entrecoupés de concerts live, expositions immersives et séances de karaoké. Il ne vend pas seulement des biens, mais tout un art de vivre consacré aux loisirs.

Au 7e étage du Yintai in88 de Wangfujing, on découvre un ancien théâtre aux plafonds à caissons peints, plutôt qu'un restaurant ou un cinéma. Fondé en 1906 sous le nom de Jixiangyuan, c'était le premier théâtre de la vieille cité intérieure de Pékin. Démoli pendant les travaux de rénovation de Wangfujing, le Grand Théâtre Jixiang a rouvert en 2021 au sein du centre commercial. Il donne plus de 200 représentations par an et attire autant les amateurs traditionnels que de nombreux jeunes. Après le spectacle, on peut visiter la boutique de produits culturels : sacs-toiles à l'effigie des masques d'opéra, bijoux inspirés des costumes de scène. Dans le café voisin, on peut déguster un latte thématique *La Concubine ivre*.

La rivière Liangmahe n'est pas un quartier commerçant à proprement parler, mais elle relie Sanlitun, Yansha et Blue Harbor, formant la zone riveraine la plus emblématique de Pékin. L'an dernier, la Fashion Week y a installé ses défilés, mêlant mode et reflets aquatiques.

Cette année, le spectacle nocturne du « Dragon d'Or » a fait le buzz : un bateau de 18 mètres, illuminé, glissait sur l'eau, ses lumières épousant celles des boutiques. La rivière devient ainsi à la fois promenade, lieu d'achat, vitrine culturelle et sujet viral.

Le COFCO Xiangyun Town propose une autre forme d'intégration. Proche du nouveau pavillon du Centre international des expositions et du Centre des congrès de la capitale, il est accessible à pied. Exposants et visiteurs peuvent visiter les salons le matin, déjeuner sur place, puis reprendre leur visite l'après-midi, conciliant travail professionnel et shopping.

La première enseigne pékinoise de Mr Bean Bread y a ouvert en juin et attiré beaucoup de visiteurs. En avril, des artistes ont collaboré à créer un quartier artlecture intégrant salons du livre, ateliers et espaces éphémères aux rues commerçantes. En mai, des professeurs de yoga chinois et étrangers ont animé des séances publiques. Des espaces thématiques bien pensés permettent aux participants de tous âges et origines de trouver du plaisir.

Au premier semestre de cette année, la consommation de services croît plus vite que la consommation de biens matériels. La synergie entre culture, commerce, tourisme, sport et expositions se confirme. Les limites de la consommation s'élargissent, les fonctions des quartiers commerçants sont redéfinies. Les autorités visent d'ici 2030 la création de deux à trois nouveaux sites emblématiques intégrant culturecommercetourismesport, chacun générant 100 milliards de yuans de chiffre d'affaires. Ce bond, audelà des chiffres, traduit la transformation des scénarios de consommation et l'épanouissement de la créativité commerciale urbaine.

## Une nouvelle expérience respectueuse de l'environnement

Pour construire une villepôle de consommation internationale, l'internationalisation est un critère essentiel. L'enjeu est d'offrir aux visiteurs du monde entier un accueil fluide : séjour agréable, achats faciles et détaxe simplifiée.

La facilité des achats pour les visiteurs étrangers repose sur un système de services d'accueil optimisé par Pékin sur trois axes : paiement, déplacement et détaxe TVA.

Dans de nombreux centres commerciaux, l'accueil des visiteurs étrangers est amélioré : signalétique et écrans interactifs bilingues, consignes et comptoirs d'accueil multilingues. Les terminaux de détaxe immédiate acceptent les réseaux VISA, MasterCard, JCB ainsi que la fonction de remboursement instantané « Tap & Go » d'Alipay. Sur les sept premiers mois de l'année, le nombre de bordereaux de détaxe a quadruplé sur un an ; le chiffre d'affaires des biens détaxés et le montant total des remboursements ont augmenté de plus de 40 %, battant tous les records.

Riche de ses liens internationaux et proche de l'aéroport, le district de Chaoyang vise à devenir la « première étape de consommation à l'arrivée » de la capitale. Ses mesures : exploiter la politique d'exemption de visa de transit de 240 heures, assurer une liaison fluide entre l'express aéroportuaire et les quartiers commerçants, installer des guichets de services intégrés à l'aéroport et dans les lieux commerciaux, généraliser le dispositif « détaxe sur toute la ville, traitement en un point » et étendre le réseau de magasins détaxés.

Dans ses principaux quartiers commerçants (SKP, Sanlitun, Blue Harbor), les terminaux compatibles avec les cartes bancaires étrangères atteignent 100 % de couverture. Des solutions de paiement mobile adaptées sont aussi déployées pour améliorer l'expérience des visiteurs internationaux.

Le district de Chaoyang déploie systématiquement la détaxe immédiate en magasin. Les touristes étrangers obtiennent leur remboursement sur place au moment de l'achat, sans faire la queue à l'aéroport : le délai passe de plusieurs heures à quelques minutes, améliorant fortement le confort et la satisfaction client. Il complète ce dispositif par une signalétique multilingue et des cartes interactives des points de change, pour construire un environnement de consommation international et pratique. Avec plus de 500 magasins détaxés et points de remboursement immédiats, il permet aux visiteurs du monde entier de profiter pleinement de leur séjour et de leurs achats.

Qu'estce qu'un quartier commerçant ? Il y a cinq ans, la réponse était simple : un lieu pour acheter. Cinq ans plus tard, à Pékin, la réponse ne se réduit plus à une phrase.

Le secrétaire général Xi Jinping a souligné qu'il fallait « s'adapter à l'évolution de la structure de consommation et élargir l'offre de biens et services de qualité ». L'évolution des quartiers commerçants de Pékin en est la mise en œuvre la plus concrète. Autrefois, on venait y acheter ; aujourd'hui, on vient y rester et flâner. Telle est peutêtre la réponse la plus simple de Pékin à cette question.




Pékin déploie systématiquement le dispositif de détaxe « achat-remboursement immédiat » : les touristes étrangers peuvent effectuer leur détaxe sur place après leurs achats, sans faire la queue à l'aéroport au départ, réduisant le temps de détaxe de plusieurs heures à quelques minutes



# À la recherche des tendances à Pékin

Texte Ma Kai  Photos prises par Zhang Xin, Tong Tianyi, Jiang Litian

**La carte des tendances de Pékin n'a jamais été une affiche statique.**

**C'est un fleuve sinueux entre les quartiers commerçants, faisant jaillir des éclaboussures variées. Ces dernières années, la vague commerciale de Pékin est entrée dans un cycle d'auto-renouvellement constant, formant un paysage tendance diversifié où coexistent des personnalités distinctes. Chaque centre commercial raconte à sa manière ce qui définit le mieux la « tendance » actuelle à Pékin.**

## La modernité s'exprime au cœur de la ville

Les quartiers commerçants tendance de Pékin sont un festin, le CBD en est la table d'honneur recouverte d'une nappe en dentelle. Il concentre près de 60 % des restaurants étoilés Michelin et « Perles Noires » de Pékin, et 40 % des cafés haut de gamme. Son chiffre d'affaires par carte bancaire dépasse 120 milliards de yuans depuis plusieurs années : point culminant de la carte commerciale pékinoise. En matière de haut de gamme, tout y a sa réponse.

Au centre commercial China World, au cœur du CBD, croiser des célébrités est monnaie courante, et un événement culturel international en avant-première n'a rien d'exceptionnel.

China World ne se contente pas d'aligner des marques internationales. Au deuxième trimestre 2026, l'exposition « Récit des fleurs » de Pop Mart, première en Chine du Nord, y a ouvert ses portes. Narrée en quatre actes du cycle floral, elle s'étend de la place extérieure à l'intérieur, puis à la terrasse du 6e étage par la passerelle arc-en-ciel. Les teintes et les matériaux de chaque acte sont orchestrés : métal et miroirs éclatants, acrylique et tissus doux, structures blanches minimalistes, le tout se fondant dans la ligne d'horizon du CBD. Beaucoup s'interrogent : pourquoi un centre haut de gamme organiserait-il une exposition de figurines de collection de tendance ? Attardez-vous dix minutes, et vous comprendrez : le thème n'est pas une simple décoration florale, mais une métaphore de la croissance, de la germination à l'épanouissement. L'aménagement devient vecteur d'histoire : le consommateur n'achète plus simplement un produit, c'est une expérience où il participe à l'histoire. Chacun y voit non seulement une belle installation, mais aussi le journal de croissance de SKULLPANDA. Ce design narratif incarne la logique de la consommation émotionnelle à l'ère économique, mêlant art, émotions et expérience de consommation pour toucher chaque visiteur.

Le charme de China World ? Offrir aux élites urbaines une réponse complète à « comment passer une journée entière dans le CBD ». On flâne ici pour acheter une montre, là pour essayer une paire de chaussures de trail, puis pour admirer une exposition, avant de monter sur la terrasse du 6e étage pour contempler le coucher de soleil, légèrement éméché. Au CBD, quelqu'un a tout prévu pour vous du matin au soir.

Non loin, SKP-S relie les quatre étages par un fil narratif : « la colonisation de Mars ». Ici, faire du shopping, c'est lever les yeux pour contempler le monde.

À l'entrée, le « tunnel martien » impose la pénombre. Contrairement aux centres commerciaux où la lumière prime, l'atmosphère est volontairement théâtrale : acier inoxydable noir, pierres sombres, spots ponctuels, l'emplacement de chaque faisceau est étudié.

En entrant dans la « Ferme du futur » au rez-de-chaussée, on découvre des moutons robotisés broutant et bêlant, dont la laine d'un réalisme troublant donne envie d'être touchée. Beaucoup entrent pour flâner, se font retenir par les moutons, ressortent les mains chargées.

Au deuxième étage, le « Miroir magique des pingouins » est plus captivant : cette installation interactive composée de centaines de pingouins motorisés reflète les contours des mouvements du corps. À l'approche d'une personne, la colonie se retourne en bloc ; chaque


Tunnel martien du SKP-S dans le CBD


L'installation artistique de moutons robotisés de la « Ferme du futur » est l'un des spots incontournables du SKP-S


Base martienne au troisième étage du SKP-S

signe de la main, chaque demi-tour est reproduit avec précision. Un visiteur venu spécialement pour s'y photographier s'est exclamé : « les guides sur Rednote disaient qu'il fallait compter une à deux heures, je trouvais ça exagéré, mais j'y suis resté trois heures».

Au troisième étage, la base martienne est au cœur du récit. Sur fond de paysage martien, deux gorilles robotisés sont absorbés dans une partie d'échecs, à côté d'une projection de dialogue IA-humain. Entre réalité et fiction, on se croirait sur cette planète rouge si lointaine. Un client a déclaré : « Sans les boutiques, on pourrait sans exagération qualifier ce lieu de petite galerie d'art ».

Au quatrième étage, l'espace T-10, pôle d'attraction, ne fait pas de vente au détail, seulement des expositions : « League of Legends : Arcane », installations immersives… du nouveau à chaque visite.

Avec tout un univers complet de science-fiction, SKP-S redéfinit le shopping. Nul besoin de se fixer un objectif d'achat : chaque virage est une rencontre, et avant de s'en rendre compte, on a passé tout un après-midi dans ce centre commercial martien.

Le Sanlitun Taikoo Li réinterprète la tendance par son architecture. L'imposant bâtiment de l'entrée sud est depuis toujours le baromètre des tendances commerciales de Pékin. En 2008, la première boutique Uniqlo de Pékin s'y est installée : son emblématique façade orange, associée à un aménagement en espace ouvert, a marqué la première impression de Sanlitun pour d'innombrables visiteurs. À l'époque où les grands magasins dominaient la Chine, ce complexe, qui a introduit le concept de « première boutique », a non seulement créé un tout nouveau cadre de consommation de type quartier, mais a également intégré le terme « première boutique » dans le vocabulaire commercial pékinois, insufflant à Sanlitun son ADN tendance originel.

Dès 2022, le réseau de premières boutiques monte en gamme, Sanlitun entre dans une phase historique de renouveau. Les marques internationales s'y succèdent, le faisant passer de « machine à premières boutiques » à pôle de boutiques phares. Fin 2025, près de la moitié de la zone nord avait été rénovée : LOUIS VUITTON, Dior, Hermès, Tiffany… leurs boutiques indépendantes s'alignent, dessinant un nouveau paysage mêlant marques et repères urbains.

La Maison Dior à Pékin attire particulièrement l'attention : aux tons beiges rehaussés du motif cannage, elle abrite le premier restaurant « Monsieur Dior » de Chine. La Maison Louis Vuitton rassemble toutes ses gammes — maroquinerie pour hommes et femmes, vêtements, chaussures, parfums, beauté — et intègre un restaurant ouvert du déjeuner au dîner, en passant par le goûter, alliant mode et art de vivre.

Outre ces marques phares, l'écosystème de Sanlitun se diversifie. La boutique phare mondiale de BALENCIAGA, ouverte en 2025, occupe quatre niveaux

▼ Vue nocturne de Sanlitun



dédiés à la mode, accessoires et salon de marque, brisant les stéréotypes des boutiques traditionnelles. La première boutique nationale de B&C Butter & Bread, inspirée d'un domaine français rétro, a ouvert pour le 1er mai, attirant de nombreux consommateurs venus s'y photographier ; son sac à desserts rose est devenu la coqueluche des réseaux. En août, la marque coréenne JUUN. J a ouvert sa première boutique en Chine du Nord, avec son nom chinois officiel « Junji ». La marque britannique Studio Nicholson a ouvert sa première boutique phare à Pékin, où sa collection de baskets en collaboration avec ASICS a été lancée en avant-première nationale.

Début 2026, Sanlitun Taikoo Li comptait 171 premières boutiques haut de gamme, 227 lancements et plus de 100 espaces thématiques sur mesure créés en collaboration avec les marques. Par l'innovation spatiale et le récit de marque, il écrit un nouveau chapitre des tendances commerciales de Pékin.



▲ Décor cartoon devant une boutique de Xidan Gengxinchang

## Se découvrir dans les recoins de la ville

Les quartiers haut de gamme ont leur définition de la tendance, mais d'autres préfèrent les recoins discrets. Pour eux, la tendance de niche existe, et ne doit pas être confinée aux vitrines.

À deux minutes de la zone sud de Sanlitun Taikoo Li, se dresse une « grande boîte » : l'ex-Tongying Center, aujourd'hui Sanlitun No. 1 T+Mall. Juste à côté, il a pris une voie différente, fidélisant les jeunes par des renouvellements fréquents et un réseau de premières boutiques.

▼ T+ Park à Sanlitun




Le grand escalier de la place nord, prisé des réseaux, est un point d'entrée naturel : publicités, expositions, annonces s'y affichent. « L'espace est un média », ici, n'est pas un slogan. La place est aménagée en camp urbain avec espace vert ; les beaux après-midis, on y boit un café ou photographie ses tenues, comme si les réseaux sociaux prenaient vie. Sur le toit, le T+ PARK face à la ligne d'horizon du CBD dispose de courts de pickleball et d'un espace détente : café, match, soleil et vue sur les gratte-ciel.

L'atrium principal, autrefois fermé, est devenu une « boîte de lumière et d'ombres ». Des écrans LED adaptent éclairage et contenu aux événements, IP et fêtes. Noir, blanc, gris dominent : terrazzo, acier sablé, panneaux lumineux s'alignent, laissant la vedette aux vitrines. On s'y promène comme dans une galerie.

La liste des marques ressemble au carnet d'un rédacteur de mode. SATUR, SMFK, WEVE2050, OUTCiRCS, VIAPITTI… inconnues du grand public, mais elles constituent une sélection éditoriale. MondaySleepingClub et TWOI Design Lab y ont ouvert des boutiques phares, où sélection et mise en scène dépendent des fondateurs.

L'avenue Chang'an, de Dongdan à




▲ V-HUB à Wangjing

Xidan, est bordée de gratte-ciel. Mais à Xidan, un escalier discret mène au centre souterrain Xidan Gengxinchang. Ce lieu est bien loin de l'image standard d'un centre commercial. Un parc de plus de 10 000 $m^2$ le recouvre, on ne se doute pas que 35 000 $m^2$ d'espaces commerciaux se cachent sous terre.

En descendant, des miroirs brouillent les frontières entre illusion et réalité. Gris foncé et blanc argenté dominent ; les façades en roche volcanique absorbent l'eau, la chaleur et le bruit. Les sorties des métros 1 et 4 mènent directement au centre commercial, où navetteurs et clients se croisent. Un mur d'eau masque les klaxons de l'avenue Chang'an.

Les marques de Xidan Gengxinchang n'occupent pas des emplacements : chacune est un espace d'exposition. HARMAY y a ouvert sa plus grande boutique phare. À l'entrée, un long comptoir en métal noir expose des centaines de références ; en se retournant, on découvre la « cabine respiratoire », espace blanc aux murs en damier, qui rompt avec le modèle traditionnel des rayonnages.

STAYREAL a été très active cette année. En avril, elle est revenue à Xidan Gengxinchang avec le thème « Embrasser le parc » : à l'extérieur, une installation de 7,4 m trône sur une nappe de pique-nique où le lapin Hebubu et la carotte MoMoHuHu se blottissent ; à l'intérieur, un lapin géant ouvre les bras, et « Bu Bu Xiang » transmet le courage de dire non. En juillet, pour ses 19 ans, la pop-up anniversaire est revenue à Xidan Gengxinchang.

On y trouve aussi UNDERBOBO, le supermarché d'art Zuoyou, BLANKSOCKS, an action a day… des boutiques au style raffiné et à la sélection unique. Après le tour, les sacs contiennent souvent des articles auxquels on n'avait pas pensé : c'est la précision de la mise en scène de Xidan Gengxinchang.

Le 22 août, à l'ouest de la petite rue de Wangjing, à l'emplacement de l'ancien centre Fangheng, le V-HUB a ouvert ses portes. Son slogan : « Du centre commercial au parc de loisirs, une métamorphose ». Il se distingue des centres commerciaux classiques : 60 % d'espaces publics ouverts, plus de 300 m de façade donnant directement sur la rue, on s'y promène comme dans un parc de quartier à faible densité.

Parmi les 156 marques, 88 sont des premières boutiques. Ito-Yokado est revenue à Wangjing après 12 ans ; GOOSE ISLAND, POPEYES, El NIDO, Grid Coffee, la boulangerie De Nan, BALA MART, le CLUB Shan et le cinéma Halifa ont fait leur apparition.

À l'ouverture, les files dépassèrent les prévisions. Une étape d'un concours mondial de danse urbaine s'installa dans l'atrium ; sur la place, le premier Festival du cheeseburger de Pékin aligna plus de 50 stands, et les 5 000 produits dérivés en édition limitée furent rapidement écoulés. Marché créatif, fête Guochao, soirée Zumba se succédèrent pour un week-end bien rempli. Ces formats prisés des jeunes, concentrés dans 40 000 $m^2$, affichaient une densité équilibrée.

## Profiter d'un mode de vie tranquille dans de nouveaux espaces de campagne

En s'éloignant du centre-ville, la densité commerciale baisse, mais une certaine tendance a trouvé sa place en banlieue.

Passé le sixième périphérique vers l'ouest, le relief se fait plus montagneux. Par la G108, au détour d'un virage, Tangu apparaît. On n'y trouve ni murs d'enceinte, ni enseignes uniformisées : des bâtiments à faible densité se nichent dans la vallée, entre la crête des monts de l'Ouest et la pelouse du parc Slow Flash.

Super Plant y a ouvert sa première boutique pékinoise : à l'entrée, un immense volcan d'aromathérapie, des étagères de peluches, figurines et pierres aromatiques. À la librairie One Way Space, une bibliothèque jusqu'au plafond ; au deuxième étage, les baies vitrées ouvrent sur le panorama des monts de l'Ouest. Livres, café, comptoir occidental : on vient pour l'un ou pour la vue. À la boulangerie Mian Tuan, des ciabattas dorées tout juste cuites, le parfum s'échappe par la porte et se propage sur plusieurs mètres le long du chemin pavé.

Au cœur de Tangu se cache le premier spot de pêche aux petits poissons de l'ouest de Pékin. Pas de sac à canne ni d'amorçage : une mini-canne et une boîte d'appâts suffisent. Cette technique a conquis les amateurs de plein air. L'équipement tient dans un sac ; pas de levée matinale, pas de compétition. Les plans d'eau sont petits mais les poissons y sont denses : même les débutants repartent rarement bredouilles.

À l'est, à la sortie du métro Beiyunhe Xi à Tongzhou, la rue Yudaihe Dongjie bruit de circulation. Mais en tournant dans la rue Binhebei, le bruit cède au murmure de l'eau. Le quartier de la rive ouest, long de 1,3 km, s'étend du pont Dongguan au pont Yudaihe. Difficile d'imaginer qu'il était un espace désert : depuis 2025, il est devenu le « petit Bund du canal ».

Des installations artistiques et de la végétation jalonnent les allées. Deux grands escaliers ouvrent la rive sur l'eau, où l'on s'assoit au bord de l'eau. Bondé pendant les courses de bateaux-dragons, c'est un excellent point de vue pour le coucher de soleil.

Le long des berges, se trouvent des boutiques originales. Shanshishe, prisée des réseaux, dont la façade ressemble à des conteneurs assemblés, présente plus de 30 variétés de nouilles instantanées exotiques sur un mur entier, avec bar à vins de fruits et distributeurs de boules surprises. Le Jardin de M. Qingye a transplanté un jardin au bord du canal. Au sud, Wuhua Ma propose bières artisanales et raviolis ; en août, son équipe s'est lancée dans la restauration sur l'eau, à bord du restaurant musical Canal Bar.

Pour le 1er mai, la première boutique Tongzhou Gifts a ouvert ses portes sur la rive ouest. Étagères en forme de rames, plafond ondulé, caisse inspirée des quais : design alliant culture du transport fluvial et éléments du sous-centre urbain. Plus de 200 modèles et 20 000 articles ; les plus populaires, deux personnages du Grand Canal — Hexi et Shuiyun'er — sous forme de peluches, sacs et porte-clés.

Au printemps 2026, la rive ouest a ajouté un programme d'animations : concerts, cinéma en plein air, théâtre les week-ends, tournoi de basket, concert, carnaval. Le spectacle immersif « Voyage sur le canal » a recréé le quai du tableau « Surveillance du transport fluvial » : comédiens sur plateformes flottantes, bateaux d'époque, jeux de lumière. Pendant la fête des Bateaux-dragons, courses et défilé du dragon d'or ont attiré les touristes de Pékin-Tianjin-Hebei, les deux rives étaient bondées. Cet été, le « Super Week-end · Concert sur l'eau » a fait interagir la scène flottante et les gradins.

Dans le nord-est de la ville se cache un rare quartier commercial de type jardin : COFCO Xiangyun Town. Son charme ? Une atmosphère de petite ville européenne : bâtiments bas irréguliers, allées sinueuses. Façades épurées et verre transparent atténuent le côté commercial. L'échelle équilibrée — ni trop vaste, ni trop bondée — transforme le shopping en balade. Installations et décorations, renouvelées au fil des saisons, font de chaque visite une rencontre.

Fin 2025, son projet Courtyard a remporté le prix national du « Meilleur projet de rénovation de quartier commercial », seul projet pékinois. Une simple rénovation de couloir : les architectes ont ouvert le toit à la lumière, qui glisse du matin au soir le long de sa courbe. Arbres, plantes et terrasses en gradins donnent une impression de légèreté. Aujourd'hui, restaurants, décoration, salons culturels s'y sont installés : ce passage où l'on traversait est devenu un lieu où l'on s'attarde.

Pour un mode de vie tendance, Xiangyun ne déçoit jamais. Marques de référence — lululemon, fudi — et boutiques originales : premier centre de vol en soufflerie intérieure de Pékin, boutique phare Steinway, SPECIALIZED. Sport, culture, famille, art de vivre : plus besoin d'aller en centre-ville, ce qui fait de Xiangyun la référence du nord-est de Pékin.

Des familles internationales habitent aux alentours ; leurs enfants, de toutes origines, jouent près des fontaines. Les commerces acceptent Visa, Mastercard, yuan numérique et paiements mobiles. En 2025, la Banque de Chine est devenue point de détaxe centralisé « achat-remboursement immédiat » : les touristes étrangers récupèrent leur remboursement en quelques minutes.

En réalité, la tendance n'a jamais de réponse unique. Luxe raffiné, originalité avant-gardiste, décontraction : ces valeurs forment la tendance de l'époque à Pékin. Quel que soit le style cherché, on le trouve — mais il n'est plus concentré au même endroit.






Boutiques sur la rive ouest du canal et COFCO Xiangyun Town








Paysage à Tangu : boutiques et aire de jeux pour enfants

# Guide des trouvailles pékinoises

**Texte Gao Yuan  Photos prises par Tong Tianyi, Zhang Xin, Zhang You**

**Si le commerce est le baromètre de la prospérité d'une ville, l'évolution de ses quartiers commerçants en est le reflet. Qu'il s'agisse de la rue Xiushui, étroitement liée à l'ouverture internationale, du marché de Hongqiao, témoin de l'essor du commerce populaire, ou des outlets qui ont redéfini le mode de vie du grand public, ces quartiers commerçants de Pékin, aux profils variés, vibrent au rythme d'une ville en perpétuel renouveau et constituent des cartes de visite de la capitale.**

## La rue Xiushui : une vitrine du dynamisme de la consommation internationale

Sur l'avenue animée de Jianguomenwai se dresse un bâtiment moderne, imposant et élégant. Le jour, c'est un immeuble commercial ouvert et animé ; la nuit, des jeux de lumière courent et scintillent sur sa façade vitrée et se marient au paysage nocturne éclatant du CBD. Il s'agit de la rue Xiushui à Pékin.

Il y a plus de quarante ans, la rue Xiushui n'était qu'un modeste marché de plein air au bord de la route. Aujourd'hui, royaume des marques propres chinoises et de la création originale, elle est une étape incontournable pour de nombreux dignitaires étrangers et personnalités des arts et du sport. En quatre décennies, elle s'est imposée comme haut-lieu des échanges sino-étrangers et vitrine de la mode, reflet, sous un angle révélateur, du miracle du développement rapide chinois.

Au deuxième étage de la rue Xiushui, espace mode féminine, les enseignes « Chinese Style » sont omniprésentes. Xiangyunsha ou soie satinée épaisse pour un qipao ? Subtilités des boutons à nouer ? Coupe adaptée à chaque silhouette ?… Presque chaque boutique emploie du personnel conversant aisément avec les touristes étrangers. Dans un atelier de qipaos sur-mesure, une cliente étrangère a choisi tissu et motif ; la vendeuse a pris plus d'une vingtaine de mesures de coupe, et la précision du savoir-faire comme la qualité du service l'ont profondément impressionnée. Plus étonnant : la vendeuse lui a indiqué que le vêtement serait à retirer dès le lendemain. Aujourd'hui, dans la rue Xiushui, de la sélection des tissus à la confection finale - prise de mesures, coupe, essayages, retouches - le sur-mesure intégral est parfaitement rodé. Modèle standard vers 1 000 yuans, luxe accessible de 3 000 à 5 000 yuans ou haute couture au-delà de 10 000 yuans : la commande est prête en un à deux jours, et la confection le lendemain pour les urgences - presque un service standard dans chaque boutique.

La haute couture n'a jamais été un univers inaccessible : à la rue Xiushui, elle peut être un pantalon de costume, un qipao revisité ou une jupe en satin jacquard. Un touriste singapourien a commandé un costume sur-mesure dans un atelier du quatrième étage. Il expliqua s'entraîner régulièrement, avoir une carrure imposante et peiner à trouver des vêtements à sa taille. Après la prise de mesures, le propriétaire lui choisit un tissu en cachemire, resserra la taille et ajusta le tour de poitrine pour un costume trois pièces. À l'essayage, le client, les yeux illuminés, déclara sans détour que c'était exactement le costume qu'il recherchait.

La rue Xiushui ne se résume pas à la soie et à la haute couture : porcelaine, fruit d'un savoir-faire artisanal et de l'esthétique chinoise, et créations du patrimoine culturel immatériel en font aussi ses spécialités. Au cinquième étage, dans la boutique de la marque historique Guoci Yongfengyuan, une porcelaine raffinée et lustrée brille d'un éclat de jade sous un éclairage tamisé. La boutique phare internationale « Beijing Gifts » connaît également un vif succès : plus de deux cents références de créations pékinoises, d'œuvres du patrimoine immatériel et d'articles de tendance chinoise. Ces produits singuliers offrent aux touristes étrangers un accès direct à la culture et à l'esthétique traditionnelles chinoises.

À la sortie de la boutique « Beijing Gifts », certains touristes étrangers se rendent directement au comptoir d'information voisin, où se trouve le point central de détaxe immédiate de la rue Xiushui. Selon le personnel, la procédure ne dure pas plus de deux minutes ; certains clients, remboursement en poche, repartent aussitôt vers une autre

▼ Une boutique de haute couture au marché de la rue Xiushui



▼ Des touristes étrangers font leurs courses au marché de la rue Xiushui










En 2025, le Magasin de l'Amitié de Pékin, fort de soixante ans d'histoire, a rouvert après une rénovation complète, cherchant à se faire une place dans le paysage commercial de Jianguomenwai

boutique. Beaucoup de touristes étrangers ayant acheté dans d'autres centres commerciaux pékinois viennent également à la rue Xiushui avec leurs tickets de caisse pour cette démarche.

Première et plus célèbre vitrine commerciale internationale de Pékin, la rue Xiushui est réputée pour la qualité et la praticité de ses services. Acheter sur place ne soulève ni difficulté de paiement ni barrière de communication. Tous les commerçants acceptent les cartes bancaires étrangères ; bureaux de change et distributeurs acceptant les cartes internationales sont également disponibles, dissipant toute appréhension des visiteurs. Par ailleurs, le centre commercial propose un service après-vente multilingue : personnel qualifié et outils de traduction intelligents couvrent plus d'une vingtaine de langues, dont le français et l'allemand, pour une communication sans obstacle avec les visiteurs du monde entier.

Forte d'une philosophie alliant « qualité, mode et rapport qualité-prix optimal » et d'un « service pékinois » d'une efficacité remarquable, la rue Xiushui est devenue une vitrine du dynamisme de la consommation internationale à Pékin. De plus en plus des produits chinois de qualité et des souvenirs de Pékin partent d'ici à la conquête du monde.

## Le Magasin de l'Amitié : souvenirs d'une époque

À deux pas de la rue Xiushui, un bâtiment imposant et serein se dresse sur l'avenue Jianwai, très passante. Il s'agit du Magasin de l'Amitié, grand magasin historique chargé de souvenirs pour d'innombrables Pékinois.

Devant l'entrée, on se sent immédiatement transporté dans le temps. L'imposante enseigne dorée à chaud porte encore les traces du temps ; au-delà du hall, la cour arrière dévoile un univers insoupçonné.

Fondé en 1964, le Magasin de l'Amitié est le premier magasin international créé après la fondation de la République populaire de Chine, témoin des transformations d'une époque. En 2025, fort de soixante ans d'histoire, il entreprend la rénovation la plus radicale de son histoire. Modernisation de l'offre et nouveaux scénarios de consommation visent à lui tailler une place dans le quartier de Jianwai, où dominent la rue Xiushui et le centre commercial Guomao.

Le changement le plus marquant est le Jardin de l'Amitié, ancienne arrière-cour jamais ouverte au public. Aujourd'hui, on y flâne à la fois pour se remémorer le passé et pour découvrir des concepts novateurs. Cantine du personnel, conciergerie et entrepôts d'origine sont devenus salons de thé et cafés de style chinois conservant le cachet des bâtiments, ainsi qu'un supermarché gastronomique aux saveurs du monde. Dans la cour verdoyante, d'anciens bâtiments abritent boutiques créatives et espaces événementiels variés, insufflant une nouvelle vitalité et offrant à cette enseigne historique de nouvelles raisons d'attirer les jeunes venus s'y promener et s'y photographier. Certains viennent pour la pelouse de 800 $m^2$, rare en centre-ville ; d'autres pour les échoppes gourmandes ; d'autres encore chinent bagages et sacs ainsi que des figurines tendance à l'entrepôt de luxe d'occasion « Super Zhuanzhuan » ; des routards internationaux, enfin, ont pris



▲ Des touristes étrangers font leurs courses au marché de Hongqiao

leurs quartiers à l'auberge de jeunesse du quatrième étage. Le bâtiment principal rénové accueille désormais un centre de bien-être, une auberge internationale et un espace de commerce circulaire de seconde main - des concepts rares dans les grands magasins traditionnels -, offrant une offre complémentaire aux centres voisins tout en forgeant son identité.

Autrefois lieu commercial empreint de mystère, le Magasin de l'Amitié est aujourd'hui un salon urbain ouvert et partagé. Histoire et contemporanéité s'y rencontrent, tendances et créativité y cohabitent.

## Le marché de Hongqiao : le pont de l'amitié

En face du parc du Temple du Ciel, de l'autre côté de la rue, le marché de Hongqiao allie architecture ancienne chinoise et style moderne. D'un marché en plein air au pied des murs du Temple à un marché aux perles de renommée mondiale, Hongqiao a bâti, grâce à une perle, un pont d'amitié avec le monde.

De l'extérieur, le marché de Hongqiao est étonnamment discret : un simple immeuble commercial dans la ville. Mais en entrant, on découvre un autre univers.

Aux troisième et quatrième étages, zone de la perle, les boutiques, grandes et petites, serrent les unes contre les autres. Les vitrines regorgent de perles d'eau douce, de mer, des mers du Sud et noires de Tahiti, ainsi que de colliers, boucles, pendentifs et bagues aux innombrables modèles. Presque tous les commerçants confectionnent sur place des bijoux de perles sur-mesure. Qu'il s'agisse d'un simple collier de perles rondes ou de boucles, broches et bracelets au design élaboré, le client choisit lui-même perles nues, matériau du fermoir et style de chaîne ; le commerçant perce, enfile, monte et sertit sur place. De la sélection à l'harmonisation des couleurs et à la remise du produit fini, les modèles simples sont prêts en quelques dizaines de minutes ; les créations de sertissage complexes, pour la plupart, en un à deux jours.

Le charme de Hongqiao dépasse largement les bijoux de perles étincelants. Les créations artisanales du patrimoine immatériel, porteuses du savoir-faire oriental, attirent aussi de nombreux touristes étrangers. Dans la zone culturelle du patrimoine immatériel, des artisans démontrent en direct l'art du modelage de pâte (miansu). Lors de la visite de l'épouse du président turc, un héritier de ce savoir-faire a modelé sur place, à partir d'une photo, un portrait en pâte d'un réalisme saisissant ; sa dextérité a émerveillé les hôtes étrangers. La zone électronique du rez-de-chaussée est très prisée des passionnés de technologie. Pour les visiteurs étrangers, Hongqiao n'est pas seulement un lieu d'achat, mais une fenêtre sur l'artisanat traditionnel chinois. Ils y choisissent bijoux, collectionnent créations du patrimoine immatériel, goûtent au plaisir de marchander et ramènent des souvenirs empreints de charme oriental, découvrant au fil de leur parcours une culture chinoise vivante.

## Les outlets : une expérience d'achat au meilleur rapport qualité-prix

Contrairement aux quartiers commerçants axés sur le design local ou la tendance chinoise, les outlets misent sur d'importantes remises de marques pour attirer touristes chinois et étrangers venus faire du shopping, leur offrant l'expérience d'« acheter de grandes marques à petit prix ».

Depuis l'ouverture en 2002 du premier outlet de Pékin - le Yansha Outlet -, ce concept né aux États-Unis et prospère en Europe est présent dans la capitale depuis plus de vingt ans. Il a donné naissance à une « famille d'outlets » pékinoise, aux profils variés et fonctions complémentaires : le Yansha Outlet, idéalement situé sur le quatrième périphérique est, est un centre commercial complet et pratique ; le Shouchuang Outlet, de grande envergure et au programme riche, est la destination privilégiée des habitants de l'ouest et du sud de la ville ; le Spruce Outlet, proche de l'aéroport international de Pékin-Capitale, est devenu, par son emplacement unique et ses concepts tendance, un espace de rencontre entre voyageurs d'affaires et clientèle jeune ; le Well-Town Wanli-Wangfujing, nouvelle pépite de la « famille », a repoussé les limites des outlets traditionnels pour devenir un pôle de consommation parallèle à Universal Studios.

Chaque week-end ou jour férié, le Badaling Outlet est pris d'assaut. Plus performant des outlets de Pékin, il a réalisé un chiffre d'affaires annuel record de 6 milliards de yuans, considéré comme la référence du secteur et surnommé le « paradis des bonnes affaires ». Depuis son ouverture en 2015, il réunit près de 300 marques : maisons de luxe internationales de premier plan (Prada, Gucci, Burberry, BVLGARI) et marques de luxe accessible ou enseignes renommées, internationales comme chinoises (COACH, MK, Lululemon, Descente, AIMER, JNBY). Cette diversité de marques confère au Badaling Outlet une forte attractivité.

Outre la richesse de son offre, l'atout majeur du Badaling Outlet réside dans ses remises particulièrement attractives. Voulez-vous savoir d'où tire-t-il son assurance ? La vente directe par les marques. Cette stratégie s'appuie sur un rythme de renouvellement des collections comparable à celui des boutiques internationales, et sur des remises exceptionnelles dignes des meilleurs outlets étrangers. En supprimant tous les intermédiaires, le centre fait bénéficier les clients de l'intégralité de ses avantages de coûts, leur permettant d'acquérir des produits d'exception à prix accessibles - l'incarnation parfaite du « luxe accessible ».

Aujourd'hui, les outlets ont largement dépassé leur rôle de « magasins de déstockage ». Les nouvelles générations sont de véritables complexes intégrant achats, restauration, loisirs et divertissement, offrant une expérience complète et conviviale. Le Shouchuang Outlet en est une parfaite illustration : ce géant de 170 000 m2 et plus de 300 boutiques est impossible à parcourir en une seule visite. C'est pourquoi offre gastronomique variée, divertissements immersifs et cadre paysager agréable, créant une atmosphère propice à la flânerie, constituent sa stratégie clé pour fidéliser la clientèle et encourager des achats naturels dans la détente.

À l'intérieur, la lumière du jour inonde l'espace à travers la verrière, tandis que deux cours en contrebas offrent plans d'eau murmurants et végétation généreuse. Cafés, bars à boissons et espaces de repos jalonnent la promenade. En s'y promenant, l'achat n'est qu'une toile de fond : c'est l'art de vivre qui prime. Pendant les fêtes, le lieu se pare d'atours festifs : décorations, soirées et animations thématiques rivalisent d'imagination pour créer une ambiance joyeuse.

Avec l'essor des outlets à Pékin, un art de vivre façon outlet s'est installé dans le quotidien des Pékinois.

Face à l'amélioration continue des politiques d'exemption de visa et de détaxe, les touristes étrangers sont de plus en plus nombreux à choisir Pékin pour faire leurs achats. « Acheter à Pékin » n'est plus un slogan : c'est une réalité tangible. La sincérité et l'assurance de la capitale incitent les visiteurs à ouvrir leur portefeuille de bon cœur et à repartir pleinement satisfaits.

▼ Le Badaling Outlet est réputé pour ses réductions importantes



# Pékin bouillonnant, l'esprit authentique de la capitale

Texte Gao Yuan  Photos prises par Zhang Xin, Tong Tianyi

**Les quartiers commerçants traditionnels de Pékin se nichent dans un dédale de ruelles et s'imprègnent de son histoire millénaire. De la rue Qianmen, « première rue sous le ciel », à Dazhalan (Dashilar), où passé et présent se mêlent, en passant par Longfusi, modèle de renaissance de la vieille ville, ces artères du cœur de Pékin ont connu plusieurs vies : de places marchandes sous les Ming et les Qing à des quartiers commerçants modernes. Chacune porte l'empreinte de son époque et tisse une mémoire urbaine propre à Pékin.**












La rue Qianmen et le quartier Dashilar à Pékin attirent de nombreux touristes étrangers grâce à leur histoire séculaire et leur culture riche, venus pour le tourisme, le shopping et la gastronomie

## « La première rue sous le ciel »

Un dicton pékinois résumait les trois quartiers les plus florissants : « Dongsi, Xidan, devant la tour du Tambour ». Mais tous font pâle figure face à Qianmen.

Parmi les quartiers commerçants traditionnels, l'avenue Qianmen est la plus célèbre, la plus ancienne, la plus riche en histoires et en héritage culturel. De tout temps, pour les Pékinois comme pour tous les Chinois, s'y promener est un rêve et une marque de distinction.

Dès la sortie du métro Qianmen, ligne 2, le regard est saisi par la tour majestueuse de la porte Zhengyang et sa barbacane. Porte principale de la ville intérieure sous les Ming et les Qing, elle a traversé une histoire mouvementée et vu grandir Pékin. Les Pékinois la surnomment Qianmen, « la porte de devant » ; pour beaucoup d'anciens, elle incarne la ville. Les empereurs des deux dynasties l'empruntèrent d'innombrables fois pour sacrifier au Ciel, partir en tournée vers le sud ou chasser. Elle reçut les surnoms de « rue céleste » et de « première rue sous le ciel ».

Aujourd'hui, l'atmosphère mêlant passé et présent vous saisit dès les premiers pas. Sous les pieds, l'ancienne voie impériale ; au bord, des lampadaires en forme de cages à oiseaux ou de brochettes de fruits caramélisés (tanghulu). De part et d'autre de l'artère, enseignes centenaires et spécialités culinaires se succèdent. Des bâtiments alliant styles chinois et occidentaux s'égrènent avec harmonie, révélant le charme d'une rue façonnée par les siècles. Les rails d'un tramway de style ancien traversent la rue du nord au sud, invitant à un voyage dans le temps.

La longue histoire de Qianmen a vu naître nombre d'enseignes mondialement connues : canards laqués Quanjude et Bianyifang, viande marinée Yueshengzhai, shaomai Duyichu, pâtisseries Daoxiangcun… La plus forte concentration se trouve à Dashilar, à l'ouest : sur à peine 200 mètres, plus de vingt enseignes — Zhang Yiyuan, Wu Yutai, Ruifuxiang, Tongrentang, Neiliansheng, Shengxifu — se côtoient. Pour la cuisine la plus authentique, les produits les plus traditionnels et les histoires de marques, c'est l'adresse incontournable. On y trouve un riche assortiment de produits, ainsi qu'un musée des enseignes centenaires où l'on observe des savoir-faire transmis depuis des siècles.

Une comptine disait tout du soin vestimentaire des Pékinois : « Sur la tête, Majuyuan ; sur le corps, Ruifuxiang ; aux pieds, Neiliansheng ». Coiffer un chapeau





La librairie Zhengyang, dans la deuxième ruelle Langfang, est la librairie thématique où la « saveur pékinoise » est la plus marquée

Majuyuan, c'était le prestige ; s'habiller de soie Ruifuxiang, l'éclat ; chausser des souliers Neiliansheng, la gloire. De la tête aux pieds, l'art de s'habiller s'incarne dans ces maisons, synonymes de qualité et de confiance, résumant l'art de vivre des anciens Pékinois.

Au n° 5 de Dashilar, un bâtiment mêlant styles chinois et occidentaux se détache : Ruifuxiang, maison de soieries installée en 1893. Surnommée « première marque de soie chinoise », elle peut s'enorgueillir d'un passé glorieux. Première des « Huit Grands Xiang » de la soierie pékinoise, elle ouvrit quatre succursales à Dashilar au début du XX$^{e}$ siècle, occupant près de la moitié de la rue. En 1949, elle fabriqua le drapeau rouge à cinq étoiles flottant sur Tian'anmen. Derrière ces lauriers se transmet, depuis un siècle, un savoir-faire d'exception. Aujourd'hui encore, des Pékinois y font confectionner leurs tenues de cérémonie, et de jeunes mariés leurs costumes de noces, espérant que leur amour durera aussi longtemps que cette maison centenaire.

Au n° 24, la pharmacie Tongrentang, fondée en 1669, est une institution de la médecine traditionnelle chinoise. La plaque centenaire « Ancienne pharmacie Tongrentang » y est toujours suspendue. Chaque employé maîtrise un art rare : étaler le papier, préparer l'ordonnance, composer le remède, emballer — un ensemble de gestes qui, au profane, paraît complexe, mais devient entre leurs mains un ballet fluide. Les préparateurs incarnent le mieux ce savoir-faire. Dès l'arrivée d'une ordonnance, ils alignent les papiers, repèrent chaque ingrédient dans les centaines de tiroirs, le pèsent, puis emballent le tout avec une dextérité de danseur. Le processus s'enchaîne d'un seul élan. Depuis 1723, Tongrentang fournit la cour impériale. En plus de trois siècles, elle n'a jamais dérogé à l'adage : « La préparation est complexe, mais nous n'épargnons ni main-d'œuvre ni matières premières ». Ses produits sont réputés pour leurs formules uniques, leurs matières premières soigneusement sélectionnées, leur savoir-faire exceptionnel et leur efficacité.

Dashilar regorge d'autres enseignes. Juste à côté de Tongrentang, la maison de thé Zhang Yiyuan, fondée en 1900, est célèbre pour son jasmin exclusif. Elle occupe son emplacement d'origine depuis plus d'un siècle. La porte sculptée s'ouvre sur un parfum de thé délicat. La boutique spacieuse s'étend sur trois étages. En évidence, le produit phare « Longhao », surnommé la « petite boîte rouge » pour son pot écarlate. Premier produit à dépasser 100 millions de yuans de chiffre d'affaires, il a conquis Pékinois et touristes étrangers, devenant un « cadeau de Pékin » emblème de la culture du thé locale.

## Une grande scène d'échanges culturels et artistiques

Qianmen n'est pas seulement un pôle commercial majeur, c'est aussi une scène vivante d'échanges culturels et artistiques. Flâner dans Qianmen, même sans acheter, réserve des paysages insolites.

Au nord de Dashilar, le hutong Langfang Ertiao. À son milieu, la librairie Zhengyang est considérée par beaucoup de lecteurs comme la plus imprégnée de l'« esprit de Pékin ». Depuis 2009, elle se spécialise dans les ouvrages d'histoire et de culture pékinoises. Plus de 30 000 volumes, neufs et d'occasion, remplissent les rayons, dont nombre d'épuisés et d'éditions anciennes introuvables ailleurs. Des lecteurs disent qu'en poussant la porte, on plonge en plein cœur du vieux Pékin.

En 2014, la librairie quitta Langfang Ertiao pour s'installer dans l'enceinte de la pagode du vieillard Wansong, à Xisi. Au pied de cette tour vieille de 800 ans, elle créa l'« espace Lecture de brique », élu plus bel espace de lecture de Pékin. Mais les liens avec Qianmen n'étaient pas rompus. En août 2026, elle revint officiellement à Langfang Ertiao, au pied de la porte Zhengyang, ouvrant un nouveau local au n° 59. De la petite boutique de 15 m$^2$ à l'espace hybride d'aujourd'hui, Zhengyang renaquit. Selon son fondateur Cui Yong, elle vise à « préserver la nostalgie du vieux Pékin et à faire découvrir aux visiteurs, par la lecture, cette capitale millénaire ».

De taille modeste, la librairie réserve un caractère propre à chaque étage. Au rez-de-chaussée, l'esprit pékinois perdure : rayons d'histoire, géographie et folklore. On y déniche des reproductions de cartes anciennes — la Carte complète de la capitale de la fin des Qing, la Carte des coutumes de Pékin ou la Carte détaillée de

Beiping des années 1930-1940. Au premier, des accessoires inspirés du patrimoine pékinois. Au second, la plus belle surprise : fenêtres sur trois côtés inondant l'espace de lumière. Assis près d'elles, on embrasse le va-et-vient de Dashilar, l'animation des hutongs et la trame de la vieille ville. Sur la terrasse, on lit, on prend le thé, on contemple — perpétuant la tradition de « se rencontrer par les livres », faisant de ce lieu un salon de hutong où l'on cultive la nostalgie et découvre la capitale ancienne.

À Langfang Toutiao, Beijing Fang est un ensemble architectural mêlant styles chinois et occidentaux, axé sur un art de vivre néo-chinois. Librairies, cinémas, hôtels de charme, restaurants créatifs et espaces artistiques s'y côtoient. On y trouve des bâtiments centenaires — l'ancien Quanyechang, les sièges historiques de la Banque du sel et de la Banque des Communications — mais aussi des lieux culturels contemporains. Le jour, Page One offre, depuis ses baies vitrées, une vue imprenable sur la barbacane de la porte Zhengyang. La nuit, le quartier ouvert devient une scène urbaine vibrante, où lumières, installations avant-gardistes et acclamations se mêlent. Tradition et modernité, charme ancien et tendances s'y conjuguent, conférant au quartier un magnétisme singulier.

## Un nouveau lieu emblématique de la consommation culturelle

« Au sud, Fuzimiao ; au nord, Longfusi » : ce dicton résume la place unique de Longfusi dans le paysage culturel de la capitale. La comptine « Dongsi, Xidan, devant la tour du Tambour » rappelle son glorieux passé commercial.

Touristes, boutiques alignées, cris de vendeurs… Dès qu'on aborde Longfusi, l'animation saisit. Cette artère commerciale, existant depuis les Ming, n'a rien perdu de son éclat.

La rue Longfusi court de Dongsi Beidajie à l'est jusqu'à la rue est du Musée des Beaux-Arts, et doit son nom au temple Longfusi, dont elle longe la façade. Fondé en 1452, le temple cumule les identités : sous les Ming et les Qing, temple impérial, centre de rites, de foires et de marchés ; la rue était synonyme de prospérité. De la fin des Qing à la République de Chine, sa foire, célèbre pour le commerce de livres anciens, d'objets d'art et de calligraphies, mérita le surnom de « foire littéraire » et fut qualifiée de « première des foires ». Après 1949, le quartier devint le marché populaire de Dongsi, joyau du commerce central. Dans les années 1980, le grand magasin Longfusi s'imposa comme destination favorite des Pékinois pour leurs courses et loisirs.

Aujourd'hui rénové, Longfusi a achevé sa métamorphose : lieu incontournable pour les jeunes amateurs d'art et de culture, et modèle de renaissance de la vieille ville.

Longfusi n'est pas qu'une rue commerçante : c'est une rue de culture, où abondent librairies, salles de loisirs, cinémas et boutiques insolites. Dès les règnes de Daoguang et Xianfeng, elle était un pôle du livre ancien. Les lettrés de la capitale achetaient leurs livres à deux endroits : Liulichang et Longfusi. Lu Xun, Hu Shi, Zhang Zhongxing y étaient habitués. Début 2026, la librairie centenaire China Bookstore y rouvrit sous les traits d'un « salon de lecture urbain », renouant avec la tradition livresque. Elle conserve la section des livres anciens et ajoute un rayon nouveautés, où anciens et modernes cohabitent. Rencontres d'auteurs, marchés culturels, expositions, ateliers de patrimoine culturel immatériel insufflent un souffle nouveau.

Autrefois, les Pékinois venaient à Longfusi pour les livres anciens et la gastronomie. Aujourd'hui encore. La rue regorge de spécialités : le snack-bar

▼ Des touristes étrangers dégustent des spécialités culinaires pékinoises dans le quartier de Longfusi, notamment du gâteau de pois jaunes (en bas à droite)






Marché nocturne de la place Longfu, situé dans le quartier de Longfusi

Longfusi, les saucisses de riz Fengnian, le restaurant historique Bai Kui Lao Hao.

Fondé en 1964, le snack-bar Longfusi était le plus grand snack-bar d'État polyvalent de Pékin. À son apogée, plus d'une centaine de spécialités : wandouhuang, aiwowo, jiaoquan frits, tangpao, doufunao, shaobing à la pâte de sésame, douzhi, lianggao… une référence absolue. Après l'ouverture de la place Longfusi dans les années 1990, le snack-bar, installé en son cœur, voyait défiler une foule constante ; ouvert toute la journée, il ne désemplissait pas.

Deux fois par an, le snack-bar organisait un festival des snacks : les maîtres préparaient plus de cent variétés. Les plus tentantes étaient les saveurs d'antan : paicha au gingembre, tangpao, xianshibing à la vapeur, niujinwowo.

Le maître de la pâtisserie chinoise Feng Huaishen a lié son destin au snack-bar. Il mania la farine dès 8 ans. À 17 ans, il entra en apprentissage ; à 18, il confectionna des shaobing chaque jour, pendant 40 ans. « À l'époque, plus de la moitié des Pékinois avaient goûté nos shaobing ». Il maîtrisa le geste en six mois et gagna le surnom de « Feng le Rapide » : 2 000 shaobing par jour, comptant au moins 18 couches, chacune nappée de pâte de sésame. À la sortie du four, la galette, au ventre rond, se coupe en deux : des couches nettes comme des pages de livre, moelleuses et parfumées.

Chef renommé, Feng Huaishen a consigné dans *Le Grand Art des petits plats* les saveurs du vieux Pékin. Le titre résume l'esprit : si modestes soient-elles, ces spécialités sont le savoir-faire du peuple des ruelles. Régal pour les papilles et les yeux : on goûte une saveur, on admire un geste.

Les temps ont changé, mais au snack-bar Longfusi, l'on retrouve toujours les saveurs d'autrefois. Une des surprises de cette rue centenaire redynamisée.

Autre surprise : le retour du marché nocturne. À la nuit tombée, la vieille rue quitte le calme, l'animation gagne les ruelles. Grésillement des grillades, parfums caramélisés ; spécialités pékinoises et saveurs régionales retiennent les passants. Aux étals, artisanat de patrimoine culturel immatériel, bijoux rétro, créations contemporaines ; habitants et touristes s'y pressent.

Créer un nouveau pôle de consommation culturelle où se mêlent patrimoine, vie des hutongs, art et tendance : tel est l'objectif de Longfusi, entre préservation et renouvellement. Quelle que soit sa métamorphose, Longfusi garde intact son âme culturelle.

Les quartiers commerçants de Pékin n'ont jamais été des espaces isolés : nichés dans les hutongs, ils se fondent dans la vieille ville et le quotidien des habitants. Culture marchande, savoir-faire du patrimoine culturel immatériel et vie folklorique s'y entrelacent, traversent les époques et forgent une mémoire urbaine propre à la capitale.

# La touche tech dans le panier

Texte Zhang Yan  Photos prises par Tong Tianyi, Jiang Litian

**Lorsque l'achat n'est plus un simple acte d'acheter, les quartiers commerçants offrent de nouvelles expériences. À Pékin, l'intelligence artificielle, la réalité virtuelle, l'art numérique et les technologies immersives transforment les espaces de consommation urbaine. La flânerie devient une exploration, la culture une participation, et des scénarios futurs longtemps imaginés entrent dans le quotidien.**

**Dans les anciens hauts fourneaux du parc Shougang, on embarque dans un vaisseau spatial virtuel pour explorer l'univers. À Yizhuang, des robots circulent dans les rues, travaillent dans les restaurants et deviennent même des compagnons domestiques. Grâce aux technologies numériques, fresques et monuments historiques retrouvent vie et se révèlent au public sous un nouveau jour, dans les centres d'art comme dans les centres commerciaux.**

**La technologie ne change pas seulement nos modes de consommation, elle renouvelle aussi notre rapport à la ville. L'éclat de Pékin ne vient pas de ses technologies spectaculaires, mais de leur intégration discrète dans la vie urbaine. Chaque sortie, chaque promenade devient une source de découverte et de surprise face à l'inconnu.**







◄▲ Au parc Shougang, le patrimoine industriel sidérurgique centenaire rencontre les technologies de pointe

## Sur l'acier, cap sur l'avenir

Au parc Shougang, hauts fourneaux, conduites, ateliers et tours de refroidissement créent d'emblée une atmosphère surréaliste. Aujourd'hui, le patrimoine sidérurgique centenaire se conjugue avec les technologies de pointe. Sur cet ancien site industriel, les visiteurs embarquent dans un vaisseau spatial virtuel pour explorer l'univers au cœur des hauts fourneaux, ou vivent une simulation de lancement de fusée, comme s'ils quittaient l'atmosphère terrestre.

Cette alliance entre héritage industriel et innovations futuristes est particulièrement frappante au haut fourneau n° 1. Autrefois en fonction permanente, il abrite aujourd'hui le parc de sciencefiction SoReal. Dès l'entrée, l'obscurité se mêle aux lumières néon ; robots, guerriers spatiaux et appareils futuristes instaurent une forte ambiance cyberpunk. Le lieu est entièrement réimaginé : le haut fourneau devient le vaisseau Qitian. Ses anciens étages de production portent de nouvelles dénominations : zone d'entraînement, niveau des moteurs, salle centrale et station d'accueil.

SoReal ne propose pas seulement un spectacle de sciencefiction : les visiteurs deviennent acteurs de l'aventure. Avec un casque VR, ils participent à des jeux de tir et de combat. Dans les capsules d'expérience, des rotations à 360° les plongent dans l'univers virtuel. Ils pilotent des engins spatiaux, découvrent des planètes inconnues et combattent aux côtés de personnages virtuels. La technologie sollicite tous les sens : vue, ouïe, toucher et sensation d'apesanteur brouillent la frontière entre réel et virtuel. S'appuyant sur la 5G, la VR, la XR et l'IA, les attractions donnent vie à des scènes autrefois réservées au cinéma.

L'« Écosystème mystérieux » offre les effets visuels les plus saisissants. Des plantes fluorescentes se déploient dans l'obscurité, tandis que des jeux de lumière ondulent, à l'image de la planète Pandora du film *Avatar*.

Même la restauration s'intègre au jeu de rôle : pâtes du vaisseau, tour de frites, burger en forme de soucoupe volante, tous portent une thématique spatiale. Au troisième étage, le café Core occupe le cœur historique du haut fourneau. Jadis, du fer en fusion à 1 800-2 000 °C y circulait sans interruption. Cet espace autrefois incandescent est devenu un lieu de détente. Les vestiges industriels conservés constituent son principal atout.

Si le haut fourneau n° 1 imagine par la technologie un avenir virtuel, le Centre d'exploration spatiale Shou · Wangtiangong, au bord de l'étang Xiuchi, s'intéresse à l'espace réel. Inauguré en juillet 2026 sur près de 4 000 m², il associe vulgarisation scientifique, interactions et divertissement immersif. Combinaisons spatiales, maquettes de fusées et objets authentiques retracent l'aventure spatiale humaine. Des décors reconstituant la surface lunaire et la station spatiale rendent les connaissances scientifiques concrètes.

La simulation de lancement de fusée figure parmi les attractions favorites. Sur la rampe, un appui sur le bouton de démarrage provoque de fortes vibrations et des panaches de fumée blanche. L'écran affiche l'état du carburant et le compte à rebours. À zéro, la fusée décolle. En quelques dizaines de secondes, le visiteur passe du statut d'observateur à celui d'acteur et ressent la puissance de l'allumage.

Au centre de contrôle, l'immersion s'intensifie. De grands écrans diffusent les données satellitaires en temps réel. Les visiteurs prennent place aux postes d'opérateurs, communiquent par microphones et exécutent ensemble l'ensemble de la procédure : ordres, coordination, décollage, à l'image d'une véritable équipe de lancement.

Ces espaces technologiques innovants font du parc Shougang bien plus qu'un simple site de loisirs. Ils offrent une porte vers l'avenir.





▲ Spectacle de tai-chi par des robots

▲ Robots exposés lors du Forum sur la coopération sino-africaine

Sur ces vestiges d'acier, Shougang se dirige vers la prochaine étape de l'avenir de Pékin.

## Entre les machines, à la rencontre de la vie

Au parc industriel de la robotique d'Yizhuang, une ligne bleue au sol délimite une voie réservée aux robots. En suivant ce tracé et en croisant ces machines, on se croirait dans un film de sciencefiction.

Ce site rassemble les innovations robotiques nationales et internationales et constitue une vitrine du secteur. Le « Monde des robots », espace d'exposition de 2 000 m², en est le lieu phare. Au rezdechaussée, un imposant bras robotisé se déploie. Effleurer son index active un grand écran 3D sans lunettes, où s'affichent de multiples modèles de robots et s'ouvre l'exploration du futur.

Sur deux étages, le « Monde des robots » expose plus de 40 produits issus de 30 entreprises. Les produits exposés sont régulièrement renouvelés avec les progrès techniques : à la fois espace grand public et vitrine des innovations robotiques. Des industries manufacturières à la santé, de la logistique aux services aux personnes âgées, se déploient divers usages « robot + ». Des robots y fabriquent des véhicules et leurs composants, ou assistent dans des interventions chirurgicales de haute précision. Les perspectives sur la place des robots dans la vie quotidienne y prennent forme concrète.

Ces machines ne sont pas seulement destinées à l'observation. Le « ROBOT MALL », premier magasin 4S mondial dédié aux robots intelligents incarnés, est

ouvert. Désormais, choisir et emporter un robot chez soi n'est plus une fiction cinématographique.

L'interaction est au cœur de l'expérience. Plus d'une centaine de modèles sont visibles et manipulables : mains robotiques agiles, interfaces cerveaumachine, systèmes de vision, bras mécaniques. Les visiteurs peuvent même se mesurer aux robots Yushu G1 et Booster T1.

Le ROBOT MALL assure vente, pièces de rechange, service après-vente et développements sur mesure. Il forme une chaîne complète : essai sur place, achat immédiat et suivi client. Qu'ils soient médicaux, industriels, d'accompagnement ou bioniques, les robots deviennent des biens de consommation testables et acquérables.

▼ Robots présentés au Monde des Robots



À proximité, le « Robot Yan Research Institute », premier restaurant thématique robotique de Pékin, prolonge cette atmosphère futuriste. Ici, le service des machines au profit de l'humain s'inscrit dans le quotidien des repas.

Dès l'entrée, un dispositif holographique crée une ambiance de sciencefiction. Au détour d'un couloir, on croise des robots. Le robot humanoïde Xiao Qi accueille les convives, Hill fait office de barman. Un orchestre entièrement robotique anime la salle, transformant le restaurant en scène futuriste. On peut y commander un « module énergétique de burger au bœuf Alpha » ou un « ensemble de burger au poulet intelligent double cœur Beta ». Pendant l'attente, on interagit avec des robots dinosaures ou sculpteurs, tandis que les robots serveurs et de collecte circulent avec précision.

Dans l'espace interactif sur la droite, les robots Su Shi et Li Bai animent un débat culinaire autour du porc à la Dongpo et du poulet rôti. Plus loin, le robot Newton vulgarise les sciences culinaires et explique simplement l'électromagnétisme ainsi que la loi de conservation de l'énergie.

Les plats, préparés par le « chef silicium », sont bientôt servis. L'idée des machines au service de l'humain, autrefois une vision lointaine du futur, devient une expérience gastronomique tangible.

## Au cœur du passé, découvrir de Nouveaux Horizons

Le long du quartier historique de Moshikou, en direction de la montagne, se dresse à l'ombre des vieux arbres le temple impérial Fahai des Ming. Vieux de près de six cents ans, il est surnommé « le petit Dunhuang de l'ouest de Pékin ».

Ses fresques Ming conservées dans la grande salle du Bouddha constituent son trésor majeur. Si leur éclat s'est estompé au fil des siècles, leur technique remarquable et leur finesse artistique en font un joyau de l'art mural chinois ancien, au même titre que les fresques de Dunhuang et du palais Yongle. Or la lumière, la température, l'humidité et les courants d'air provoquent une dégradation irréversible. Comment concilier la préservation de ces œuvres fragiles avec leur accès au plus grand nombre ?

Aménagé dans l'ancien salon de thé Xishan Cuilin, ce site occupe environ 1 800 $m^2$. Loin de se contenter de reproduire les originaux, la numérisation

▼ Un orchestre composé de robots offre une musique envoûtante







▲ Les technologies numériques donnent vie aux trésors artistiques du temple Fahai

redonne vie à ce patrimoine. Dans la salle d'exposition numérique, des fresques animées à l'échelle 1:1 en haute définition dévoilent des détails invisibles sous l'éclairage tamisé du temple réel.

Ici, le numérique n'est pas seulement un outil de reproduction : il permet de mieux comprendre les œuvres. Par la comparaison des personnages, des costumes et la reconstitution des gestes des peintres, l'exposition met en regard ces fresques avec des œuvres conservées dans des musées et grottes du monde entier, révélant une histoire de l'art plurimillénaire. Les détails imperceptibles à l'œil nu apparaissent alors. La bonne conservation des fresques sur des siècles tient aux pigments minéraux et à la technique traditionnelle du relief doré. Des séquences vidéo reconstituent ces savoirfaire anciens.

Plus loin, un cinéma à écran sphérique 360° plonge les visiteurs dans l'univers de *Rêve · Fahai*. Personnages et animaux des fresques sont modélisés ; un son surround fait revivre la création des fresques sous la dynastie Ming.

Le numérique permet aussi de restituer des éléments historiques disparus. Dans la grande salle du temple Fahai, les dix statues qui se tenaient autrefois devant les fresques des murs est et ouest ont disparu depuis longtemps. S'appuyant sur des documents historiques, le musée d'art restitue l'agencement spatial entre les arhats du mur ouest et les fresques, rétablissant l'ancien dialogue entre peinture et sculpture. Virtuel et réel, passé et présent se rencontrent par-delà le temps.

Cette restauration numérique dépasse les murs de la salle d'exposition. Après la visite, l'espace de produits culturels propose des créations inspirées des fresques. On peut aussi boire un café et découvrir une petite exposition internationale consacrée à l'art mural. Le musée organise ponctuellement des salons académiques et des conférences sur la culture traditionnelle, multipliant les façons d'accéder au patrimoine.

En redescendant vers la vallée, on retrouve le quartier historique de Moshikou. Cette ancienne voie marchande millénaire, autrefois axe commercial majeur de l'ouest de Pékin, retrouve aujourd'hui une grande vitalité grâce à l'alliance entre bâtiments anciens, ruelles et consommation moderne. Héritage historique et vie contemporaine ne sont pas séparés : ils se fondent dans l'expérience quotidienne.

La technologie a aussi fait venir à Pékin les grottes de Mogao de Dunhuang. Le public pékinois accède ainsi à la puissance de ces fresques sans entreprendre de long voyage. L'exposition « Ru Shi Mo Gao » — « Ainsi est Mogao » en chinois — propose une expérience immersive plurimillénaire grâce à des reproductions de grottes, une galerie de fresques et des outils numériques. Les visiteurs pénètrent virtuellement dans les fresques pour observer leurs couleurs, leurs personnages et leurs détails. On y voit onze créations multimédias sur l'histoire de la Route de la Soie et la construction des grottes de Mogao. Parmi elles, « L'histoire sur le dos d'un chameau » et « Chronologie animée des grottes de Mogao » sont présentées pour la première fois à Pékin.

Audelà des musées et des salles d'exposition, l'art ancien s'invite dans les centres commerciaux. Au centre commercial Century Golden Source, l'exposition « Grande Qin · Retour aux origines » a récemment fait découvrir la culture Qin au grand public. Plus de 40 répliques d'objets antiques, des spectacles, des conférences d'archéologues et un espace d'exploration archéologique offrent une expérience culturelle accessible aux visiteurs pendant leurs courses. Grâce aux outils XR, on accède à une reconstitution numérique immersive du tombeau de Qin Shi Huang pour explorer sa chambre funéraire millénaire.

Le patrimoine ancien de Pékin ne reste pas figé dans le passé. Porté par la technologie, il ouvre de nouvelles perspectives au sein des espaces de consommation modernes.

La technologie nourrit l'imagination urbaine et multiplie les possibilités de la consommation. Quand d'anciens hauts fourneaux se muent en vaisseaux spatiaux, que les robots animent les restaurants et que des fresques millénaires retrouvent leur éclat sous la lumière numérique, l'avenir n'est plus un concept abstrait. Il est présent dans les centres commerciaux, les parcs et les monuments anciens de Pékin, en attente de ceux qui veulent l'expérimenter par eux-mêmes.

# Ici, le shopping rime avec plaisir

Texte Zhang Jian
Photos prises par Tong Tianyi, Zhang Xin, Jiang Litian, Zhang You, Lü Lingwu, Zhao Shuhua

**Cinéma, figurines tendance et sports investissent de plus en plus les espaces commerciaux, donnant aux quartiers commerçants de Pékin un caractère toujours plus ludique. Consommer à Pékin revêt aujourd'hui des formes inattendues : enfiler une robe de sorcier pour plonger dans l'univers d'un film ; suivre ses personnages tendance préférés pour s'immerger au cœur d'une forêt ; chausser des patins à glace ou saisir un ballon de basket-ball pour se défouler pleinement…**



Spectacle de mascottes de Kung Fu Panda à l'Universal Beijing Resort

## Passer de l'univers cinématographique à un complexe de loisirs

À Universal Beijing Resort, le shopping passe presque au second plan.

Dès l'entrée, le cinéma quitte l'écran pour devenir un univers tangible. Hollywood dévoile sept zones thématiques. Certains se précipitent sur les montagnes russes des Decepticons, d'autres explorent d'abord Jurassic World. Beaucoup n'ont qu'un seul objectif en entrant : le château de Poudlard.

Dans le monde de Harry Potter, Pré-au-Lard est bien plus animé qu'à l'écran. Sous les toits enneigés s'alignent Ollivander, Honeydukes, Madam Malkin et *Les Trois Balais*.

Ici, le shopping est indissociable de la visite. Chez Ollivander, on trouve aussi bien des baguettes des personnages du film que des modèles interactifs exclusifs au parc. On achète robe, écharpe et cravate, et on les enfile aussitôt. En tenue de sorcier, on pénètre dans le château pour embarquer dans *Harry Potter et le Voyage interdit*, devenant le temps d'un instant un véritable élève de l'école de magie.

L'intérieur du château fait aussi partie de l'aventure : bureau de Dumbledore, salle de défense contre les forces du Mal et autres décors iconiques rythment la file d'attente. À bord de l'attraction, on suit Harry hors du château. Puis direction *Les Trois Balais* pour une bière au beurre : poutres apparentes, lustres et murs de pierre brute reproduisent l'ambiance de la taverne des films, tandis que la terrasse offre une vue directe sur le château.

Cette alchimie entre jeux, shopping et restauration s'étend aux autres zones. Dans la base Transformers, la magie cède place à l'univers cybernétique de Cybertron. Après les montagnes russes des Decepticons ou Transformers : La Bataille pour la Source de la Flamme, la boutique d'équipement d'agent voisine prolonge la narration de la base N.E.S.T.

Le Royaume de Kung Fu Panda change d'ambiance. Premier espace thématique mondial consacré au personnage, c'est aussi la seule zone entièrement couverte d'Universal Beijing. Palais de Jade, Village des Pandas, Arbre de la Sagesse et La Légende des Lumières se regroupent dans un vaste bâtiment. Outre Kung Fu Panda : Le Voyage du Dragon Divin, le restaurant de nouilles de Monsieur Ping y a ouvert ses portes — le père d'Po vendait des nouilles à l'écran, il a enfin sa véritable enseigne à Pékin.

Aujourd'hui, « aller à Universal » ne se limite plus au parc. L'Universal CityWalk prolonge l'univers cinématographique sans billet d'entrée : on y vient dîner, voir un film, avant ou après la visite. Les boutiques officielles proposent les produits dérivés de Harry Potter, Les Minions, Kung Fu Panda et Jurassic World. CityWalk accueille aussi des enseignes exclusives : concept store mondial Pop Mart, boutiques phares de Harmay et Swarovski.

Côté restauration, univers cinématographique, saveurs pékinoises et cuisines du monde se côtoient. Le *Bubba Gump*, inspiré de Forrest Gump, et le *Toothsome Chocolate Emporium*, dédié au chocolat, perpétuent l'ambiance des films. Les maisons pékinoises Quanjude et Donglaishun voisinent avec pizza, sushi, hamburgers, plats d'Asie du Sud-Est et fruits de mer. Après le dîner, un cinéma de onze salles clôt la journée sur un thème cinématographique.

Face au parc, le complexe de loisirs Wanli a ouvert en décembre 2025. Wangfujing WellTown, l'hôtel Nuolan et le quartier Tingyun étendent les divertissements au-delà du parc et de CityWalk. WellTown regroupe shopping, restauration, cinéma et activités familiales. À Tingyun, le Centre d'exploration National Geographic Chine propose des expositions de dinosaures et des ateliers éducatifs, complété par un skatepark URIDE et des salles de concert live.

L'hôtel Nuolan, en face du parc, fait partie de l'expérience Universal. Sa piscine à débordement au 10e étage, ainsi que certains restaurants et chambres, donnent sur les zones thématiques. Le soir, on aperçoit les illuminations du château de Poudlard.

D'un simple parc à thème à un vaste complexe alliant divertissement, flânerie, restauration et hébergement, Universal Beijing transforme la manière de vivre les loisirs à Pékin.



Universal CityWalk Beijing, nouvelle référence de la tendance à Pékin, est réputée pour ses boutiques variées



▲ Wangfujing WellTown

## Suivre les figurines tendance dans un parc urbain

Le Pop Mart City Park offre pour la première fois un univers physique aux figurines tendance nées à Pékin.

MOLLY occupe un château de conte de fées, DIMOO évolue entre nuages et lacs, tandis que LABUBU et la famille THE MONSTERS investissent les bois du parc de Chaoyang. Ces personnages, qui ne mesurent qu'une dizaine de centimètres et autrefois confinés aux vitrines, prennent vie en pleine nature.

Son originalité : pas de parc à thème fermé, mais une intégration naturelle au parc de Chaoyang. La nature n'est pas un décor, mais le cœur de l'univers des IP. Visiter le château, chercher LABUBU, faire un tour de manège, boire au bord de l'eau ou rencontrer les personnages : autant de raisons d'y venir.

Le château de MOLLY, emblème du parc, allie collection et restauration. Au rez-de-chaussée, le musée-collection et la maison de poupées MOLLY exposent les pièces limitées : édition du 20e anniversaire de MOLLY, premier modèle « petite artiste », séries SKULLPANDA et collaborations DIMOO. Aux deuxième et troisième étages, un restaurant thématique propose gâteau MOLLY et café latte art LABUBU. Au sous-sol, l'espace immersif *Le Voyage des vœux* se décline en version exposition et immersion.

En 2026, le parc ajoute attractions, jeux forains et spectacles. Trois zones — Marché de la Forêt des Aventures, Fjord des Guerriers LABUBU et Lac

▼ Spectacle scénique de Labubu





▲ Blue Harbour



Le parc d'attractions Pop Mart dans le parc Chaoyang



▲ Des touristes choisissent des produits culturels et créatifs

des Nuages — s'étendent dans les bois, avec cinq grandes installations et dix-sept jeux interactifs.

Dans la forêt, des cabanes en bois abritent jeux de lancer, anneaux et parcours d'obstacles. Plus loin, le Fjord LABUBU monte en intensité : bateau-pirate dédié où le personnel fait lancer des slogans aux visiteurs et tour de chute douce *Coup de cœur*, qui tourne en montant. En hauteur, la vue embrasse le lac de l'Arche, le château de MOLLY et les vertes étendues du parc : moins une recherche de sensations fortes qu'un belvédère aérien à rythme mesuré.

Au Lac des Nuages, le rythme ralentit : les chaises volantes *La Ronde des Rêves* et le carrousel DIMOO *La Valse sur les Nuages*.

Après les jeux, on achète gaufres et boissons au Marché de la Forêt, ou l'on embarque sur le *DIMOO Delicious Explorer*, salon de thé flottant sur le lac de l'Arche. Assis au bord de l'eau, on admire les arbres et le lac du parc de Chaoyang, avec le château de MOLLY en perspective sur la rive opposée.

Sorti du parc, on prolonge la balade vers Weibo IN, aménagé sur l'ancien terrain olympique de beach-volley, qui rassemble e-sport, culture manga, produits dérivés, cartes et jouets tendance. Les familles iront au parc Apailang ou se poseront au bord du lac de l'Arche.

Plus loin, Blue Harbor change de registre : dix-neuf bâtiments bas abritent centres commerciaux, rue des marques, espace enfants, rue gastronomique et places. On y trouve bagels, cuisine coréenne créative, bistrots du Yunnan-Guizhou-Sichuan et fondue aux champignons sauvages du Yunnan. Cadre prisé des jeunes pour dîner et prendre des photos.

À Blue Harbor, on chausse les patins pour une heure sur glace dans le centre commercial, puis reprend sa promenade. Pour plus de sensations, le DOLPHIN BUNGEE installe le saut à l'élastique en intérieur : pas besoin de falaise ou de tour, on ressent quand même l'apesanteur.

Au Pop Mart City Park, MOLLY, DIMOO et LABUBU entraînent le visiteur dans leur univers ; à Blue Harbor, patinoire et saut à l'élastique ramènent au réel. Plus loin dans la ville, le sport a quitté les stades pour investir centres commerciaux et quartiers, devenant un loisir quotidien des Pékinois.



## Pratiquer le sport dans des quartiers commerçants dynamiques

Pékin est la première ville au monde à avoir accueilli les Jeux d'été 2008 et les Jeux d'hiver 2022. Au-delà du Nid d'Oiseau, du Cube d'Eau et du Ruban de glace, ces deux événements ont popularisé le sport dans le quotidien. Patinage, ski, basket-ball, course à pied, vélo et tennis ont quitté les stades pour investir centres commerciaux et quartiers.

Au cœur du CBD, au deuxième sous-sol de China World, une patinoire de 800 m² ouvre toute l'année depuis 1999. Les uns, casque sur la tête, suivent un coach ; les autres, accrochés à la rambarde, progressent lentement ; des patineurs agiles traversent la foule.

La visite ne se limite pas au sport. China World, référence du luxe pékinois, accueille marques internationales et jeunes enseignes locales. Plus d'une centaine de restaurants, des plus populaires aux étoilés, et l'espace culturel LOUIS VUITTON avec ses expositions. Glisse, shopping, gastronomie et culture s'enchaînent en une après-midi.

Plus à l'ouest, THE BOX Chaowai ne ressemble pas à un centre commercial classique. Réhabilité dans l'ancien centre Kuntai, il garde des structures apparentes et exploite escaliers, terrasses, toit et espaces extérieurs. Son élément le plus visible : le premier terrain de basket extérieur à éclairage LED de Pékin, intégré au site.

Le lieu est devenu l'un des centres de pop-ups tendance et de premières boutiques de marques indépendantes de Pékin. Le retail curatorial y mêle mode urbaine, équipements outdoor et créateurs de niche. Au pavillon B, la première librairie Tsutaya de Pékin mêle livres, créations culturelles et café.

En juin 2026, le premier magasin robotisé PangDa a ouvert à THE BOX. Deux bras robotiques lavent, dosent, réalisent le latte art et servent en moins d'une minute. Les passants, même sans intention d'acheter, s'arrêtent pour observer le bras mécanique au travail.

Contrairement aux centres commerciaux classiques, Huaxi LIVE Wukesong est né d'un héritage olympique. Il a accueilli le basket des Jeux 2008, puis les matchs à domicile du Shougang CBA et NBA Chine. Le parc HI-PARK, ouvert en 2014, a fait descendre le basket des grandes salles vers la rue. Sur 15 200 m², onze terrains et un demi-terrain en cage suspendu accueillent les amateurs le week-end. L'ancien centre d'entraînement olympique de glisse, aujourd'hui public, dispose de deux patinoires dont une de 60 m × 30 m, pour patinage, hockey et patinage artistique.

Le quartier allie sport et culture. L'espace M, ancien lieu d'entraînement olympique, accueille concerts, rencontres avec les artistes et événements musicaux. Petits théâtres et salles de live-house complètent l'offre : concerts de grande envergure, scènes intimistes et matchs de basket font vibrer le quartier toute l'année.

À Pékin, on ne vient plus dans les quartiers commerçants uniquement pour acheter. L'envie de s'amuser suffit à sortir. La prochaine fois à Pékin, laissez un peu de temps à l'inattendu.




Des enfants faisant du skateboard à THE BOX font une pause



Des amateurs de basket-ball disputent un match à THE BOX

# Pékin la nuit resplendit

Texte Zhang Jian  Photos prises par Tong Tianyi, Gong Yuexian, Liu Licong, Wu Hui, Zhao Shuhua

**À la tombée de la nuit, l'effervescence des quartiers commerçants pékinois prend tout son sens. Une rivière articule bateaux de croisière, restaurants et commerces riverains en un circuit nocturne ; depuis la terrasse d'un centre commercial, on dîne face aux lumières de la ville ; les centres commerciaux de Wangfujing recèlent des théâtres centenaires, et à la sortie d'un opéra de Pékin, restaurants et boutiques du rez-de-chaussée restent illuminés ; plus tard, les marchés nocturnes reprennent vie et la rue Guijie s'anime ; la nuit pékinoise bat son plein.**

**Promenades, découvertes, achats et dîners nocturnes se conjuguent de plus en plus au cours d'une même soirée, transformant les quartiers commerçants de Pékin de simples lieux d'achat en espaces de vie urbaine nocturne où l'on peut dîner, assister à un spectacle, prendre un bateau, flâner sur les marchés et rester jusqu'à tard dans la nuit.**

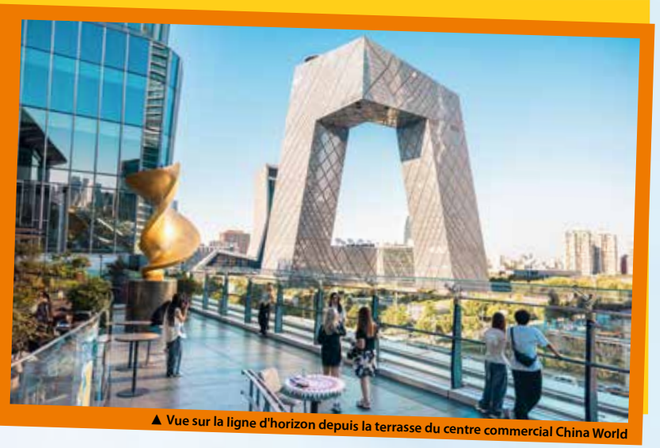




▲ Des touristes étrangers dînent à Blue Harbour



▲ Le crépuscule se reflète sur les eaux du lac Shichahai



▲ Vue sur la ligne d'horizon depuis la terrasse du centre commercial China World

## Au fil des lumières : balade nocturne à Pékin

Pour une balade nocturne à Pékin, commençons par les paysages riverains.

En août 2026, le sous-centre urbain de Pékin a vu naître une nouvelle façon d'admirer le canal : monter à bord d'un bus à impériale découvert pour faire le tour du Grand Canal. Sa carrosserie jaune vif est ceinturée de bandes lumineuses colorées et mobiles, et le deuxième étage, entièrement ouvert, donne directement sur le ciel nocturne. Dès le démarrage, le vent passe au-dessus de la tête, tandis que la pagode Randeng, la tour Daguang, le pont Qianhe Xielu et le quartier d'affaires du canal défilent sous les yeux. Canal, ponts, lumières et ligne d'horizon s'enchaînent tout au long de ce trajet de 40 minutes. Plus intéressant encore, ce bus ne se veut pas un circuit isolé : il forme un parcours mixte terrestre et fluvial avec les bateaux de croisière du Grand Canal, désormais réguliers. En journée ou en fin d'après-midi, on flâne le long des rives et dans les boutiques ; à la tombée de la nuit, le bus permet de voir les monuments des deux rives s'illuminer les uns après les autres ; si l'envie vous en prend, on embarque ensuite sur un bateau de croisière pour poursuivre la découverte sous un autre angle. Trois façons, trois charmes.



Ponts, éclairages et gratte-ciel des deux rives forment une vue nocturne éclatante sur le tronçon de Tongzhou du Grand Canal

Vers l'ouest depuis le sous-centre urbain, à la rivière Liangma, le bus à impériale cède la place au bateau de croisière, et le paysage ouvert du canal cède la place à une vie urbaine plus animée au bord de l'eau. En fin d'après-midi, le ciel n'est pas encore tout à fait obscur. Près de l'embarcadère de Yansha, certains courent déjà le long de la rivière, d'autres se promènent lentement, chien en laisse. Les restaurants riverains se remplissent peu à peu, les cafés allument leurs lumières. Un peu plus tard, ponts, berges et bâtiments des deux rives s'illuminent en séquence, et la rivière Liangma entre dans son heure la plus animée. Une croisière à cette heure-là révèle la rivière Liangma radicalement différente de celle du jour.

Le parcours de croisière de 6 kilomètres sur la rivière Liangma part de Yansha vers l'est, passe par Blue Harbor et le parc de Chaoyang, traverse le quatrième périphérique est et se prolonge jusqu'au lac Honglingjin, reliant au passage 24 ponts et 18 sites. Pour une première visite, privilégiez le tronçon entre l'embarcadère de Yansha et celui de Blue Harbor : l'essentiel des beautés nocturnes de la rivière Liangma s'y concentre.

Dès que le bateau quitte l'embarcadère de Yansha, les immeubles riverains s'éloignent lentement. Sur la rive, le regard se borne souvent à un restaurant ou un bâtiment ; sur l'eau, le cours de la rivière élargit la perspective et l'espace. Les ponts se succèdent ; le bateau glisse sous leurs arches, et les lumières des voûtes filent de la proue à la poupe avant de se refléter dans l'eau. Ponts Haoyun, Liuli, Yinma… ces voies de circulation diurnes deviennent, la nuit, autant de tableaux qui ponctuent la croisière.

La seule croisière ne suffirait pas à faire de la rivière Liangma le lieu nocturne le plus emblématique du Pékin d'aujourd'hui. Ce qui la rend propice à la flânerie, c'est la descente à l'embarcadère de Blue Harbor : à quelques pas se dresse le quartier. Entre 19 bâtiments de faible hauteur se répartissent centres commerciaux, rue des marques, restaurants, espaces enfants et places. Cuisine occidentale, japonaise, yunnan, fondue, bistro… des saveurs variées s'éparpillent aux quatre coins du quartier. Par beau temps, les terrasses proches des berges et de la place sont particulièrement prisées. Tout à l'heure, depuis le bateau, on admirait les lumières chatoyantes des rives ; ici, assis à table, ces mêmes berges deviennent le décor du repas. Après le dîner, s'il est tôt, la place du centre commercial vaut le détour : elle se transforme tour à tour en terrain de sport, en scène ou en marché, et chaque visite réserve son lot de surprises.

Les rives de Shichahai offrent une autre nuit pékinoise. Ici, pas de lumières de gratte-ciel, ni de circuits nocturnes étudiés : le paysage actuel s'est forgé progressivement, sur plusieurs siècles de vie urbaine.

Le marché aux lotus est le point de départ classique d'une balade nocturne à Shichahai. Autrefois, c'était un lieu de loisirs estival incontournable pour les Pékinois. Aujourd'hui, rénové, le marché aux lotus et ses quartiers environnants ont conservé leur caractère de détente au bord de l'eau. Restaurants, bars et espaces de loisir s'égrènent le long des berges. S'asseoir près d'une fenêtre ou sur une terrasse pour voir les bateaux glisser sur l'eau et les reflets lumineux s'étendre sur le lac : voilà sans doute la meilleure façon d'entrer dans la nuit de Shichahai.

Pour les saveurs de Pékin, Shichahai a aussi ses adresses. Kaorouji est l'une des enseignes historiques les plus emblématiques du quartier. Outre ces maisons de longue date, les environs offrent de nombreuses sorties nocturnes plus décontractées. Les jeunes préféreront les bars et cafés des rives du Houhai : s'asseoir près d'une fenêtre pour discuter ou écouter de la musique, ou simplement commander un verre en regardant les néons scintiller sur la rive opposée.

Les hutongs autour de Shichahai font eux-mêmes partie de la balade. En flânant le long de la rue Yandai Xiejie, on découvre boutiques traditionnelles, ateliers d'artisanat et échoppes de création disséminés dans les hutongs. Acheter un petit souvenir, ou s'asseoir dans l'une d'elles pour s'imprégner du rythme nocturne de la vieille ville. Si le temps le permet, on peut poursuivre vers les tours de la Cloche et du Tambour.

## Montez sur les terrasses, contemplez Pékin la nuit

Les lieux de promenade nocturne ne se limitent pas aux berges. Ces dernières années, de plus en plus de quartiers commerçants pékinois ont ouvert toits et terrasses, devenus des

▼ Des touristes étrangers à l'espace d'art Guantan du marché de Hongqiao, avec la Salle de la Prière pour les Bonnes Récoltes du Temple du Ciel au loin



lieux incontournables pour les jeunes, très prisés sur les réseaux sociaux.

En fin d'après-midi, le quartier des affaires de Pékin connaît son heure de pointe. La circulation ralentit sur le troisième périphérique est, les salariés quittent peu à peu leurs bureaux, et l'affluence commence à grossir au centre commercial China World. Prendre l'ascenseur jusqu'à la terrasse du sixième étage de la zone nord, pousser la porte : le brouhaha qui vous entourait un instant plus tôt s'estompe comme une marée, ne laissant place qu'à la ligne d'horizon dessinée par la densité des immeubles modernes.

Ce qui fait l'intérêt de la terrasse de China World, c'est qu'elle n'est pas qu'un lieu de photos : on s'y installe et y reste. Aux sixième et septième étages, de nombreux restaurants intègrent la ligne d'horizon à leur expérience culinaire. Pour un repas décontracté, direction le Blue Frog, au sixième étage, juste à côté de la terrasse panoramique. Par beau temps, assis dehors, on regarde les lumières des bureaux d'en face s'allumer fenêtre par fenêtre, et le temps après le travail semble ralentir.

Pour un repas plus raffiné, montez d'un étage. Au septième, le Fulou Bistro est l'un des restaurants occidentaux panoramiques emblématiques de China World, avec des tables près des fenêtres face aux lumières nocturnes du CBD. Le ROOT Lu 85 · Fulou, restaurant conceptuel voisin, dispose de sa propre terrasse. Du coucher du soleil à la lune pleine, le temps d'un repas, on admire de bout en bout le plus beau « moment bleu » de Pékin.

Pour la cuisine chinoise, le septième étage abrite la fondue de Macao — Guanye Jie. Ses grandes baies vitrées donnent sur le CBD, comme un filtre posé sur le tableau nocturne. Qu'il soit accompagné d'un verre de vin rouge, d'un steak ou d'une fondue de Macao fumante, ce même panorama urbain nocturne est toujours parfait.

Quelques kilomètres plus au sud-ouest depuis China World, au cinquième étage du marché de Hongqiao, l'espace artistique Guantan offre un paysage tout autre : il fait face au palais de la Prière pour les Récoltes, au Temple du Ciel. Au crépuscule, le soleil descend lentement à l'ouest, le ciel passe du bleu vif à l'or, puis au bleu-violet, et les tuiles bleues ainsi que le toit doré du palais se fondent dans la pénombre. Peu après, l'éclairage nocturne s'allume, et le monument réapparaît doucement dans la nuit, comme une silhouette émergeant de la lumière.

Guantan a spécialement conçu une formule cocktail apéritif au coucher du soleil. Un verre à la main, installé sur le toit, on laisse la brise passer et regarde le palais opérer, dans la pénombre, son passage du jour à la nuit.

Après le coucher de soleil, ne partez pas : l'ascenseur vous ramène au marché de Hongqiao, réputé pour ses perles. Outre les modèles classiques, colliers, boucles d'oreilles, bagues, broches et bijoux plus design s'y prêtent au port quotidien. Le troisième étage réserve d'autres surprises : théières en argent forgées à la main, laques sur cuivre, jade de Hotan, habits traditionnels brodés sur mesure… de quoi flâner longtemps.

En sortant de Hongqiao, suivez l'axe central vers le nord jusqu'aux tours de la Cloche et du Tambour, puis montez au dernier étage de la salle annexe ouest du temple Hong'en : la terrasse He Mu · Gui offre une autre expérience. À seulement 200 mètres de la tour de la Cloche, le regard est à hauteur des avant-toits. La tour n'est plus un repère à chercher en levant la tête, mais un paysage à portée de regard. Les uns viennent pour prendre des photos, les autres pour la brise du soir, d'autres restent du crépuscule à la nuit tombée — venus pour un quart d'heure, ils y passent la soirée sans s'en rendre compte.

Les derniers contours de la ligne d'horizon disparus, la nuit est tombée. La nuit de Pékin peut s'offrir sous une autre forme : non plus les lumières au loin, mais le spectacle tout près.

## Entrer au théâtre, découvrir Pékin la nuit

Le long de la rue Wangfujing, on entre dans le centre commercial Yintai in88 et l'ascenseur mène directement au septième étage. À l'ouverture des portes, colonnes rouges, costumes de scène et personnages de l'opéra traditionnel apparaissent. Un théâtre vieux de 120 ans se cache ainsi au cœur d'un centre commercial.

▼ Boutique thématique sur l'opéra « Cadeaux de Pékin » au Grand Théâtre Jixiang



En 1906, le théâtre Jixiang est fondé près du marché de Dong'an. Tan Xinpei, Yang Xiaolou, Mei Lanfang, Ma Lianliang : tous les grands noms de l'opéra de Pékin s'y sont produits. En 1993, dans le cadre du réaménagement global de Wangfujing, l'ancien théâtre est démoli. Ce n'est qu'en 2021, 28 ans plus tard, que le Grand Théâtre Jixiang rouvre. Loin de reproduire un théâtre à l'ancienne, il s'intègre à un centre commercial moderne : shopping en bas, spectacle en haut.

Aujourd'hui, mieux vaut arriver un peu en avance au Grand Théâtre Jixiang pour flâner dans le hall. La boutique « Beijing Gifts », ouverte en 2024 et consacrée à l'opéra traditionnel, y occupe une place bien en vue. À l'entrée, les éléments de la scène semblent rétrécir. Éventails « Bonheur à vous », magnets de réfrigérateur aux personnages d'opéra traditionnel, sacs en toile aux masques de l'opéra traditionnel, bijoux aux motifs de costumes, jeux de cartes illustrés de photos d'archives des grands noms de l'opéra de Pékin… ces symboles culturels, autrefois réservés à la scène, deviennent des souvenirs à emporter.

S'il reste du temps, direction le café « Dianjiangchun ». Il propose des cafés signature sur le thème de l'opéra traditionnel : « L'Impératrice ivre », « Le Dragon et le Phénix porteurs de bonheur », « Les Trois Croisements »… chaque boisson correspond à une pièce. La carte évolue régulièrement selon les programmations. Si vous venez voir « L'Impératrice ivre », rien de tel qu'un café du même nom avant le rideau pour se mettre dans l'ambiance.

En sortant du Grand Théâtre Jixiang après le spectacle, la rue Wangfujing reste illuminée. Autour de Yintai in88 s'étend la zone commerciale la plus dense de Wangfujing : du marché de Dong'an au Grand Magasin, en passant par Beijing APM et Wangfu Zhonghuan, ces enseignes ont marqué les souvenirs d'achat de plusieurs générations de Pékinois. Le plus transformé est le marché de Dong'an. Ce marché centenaire, lié historiquement à l'ancien théâtre Jixiang, est devenu un grand magasin de créateurs. Finis les comptoirs alignés : place aux marques de créateurs, mode, accessoires et sélections variées.

Pour le visage plus jeune de Wangfujing, continuez plus loin. En 2026, l'ancien magasin d'articles pour enfants « Nouvelle Chine » est devenu la boutique Miniso « Paradise ». Ici, fini les produits du quotidien : place à un espace immersif dédié aux jouets tendance, aux mangas et aux produits dérivés d'IP.

Ce qui rend la nuit d'une ville éclatante, ce ne sont jamais seulement les lumières. C'est qu'après leur allumage, les centres commerciaux ne ferment pas précipitamment, les gongs et tambours des théâtres commencent à résonner, les bateaux de croisière sillonnent encore l'eau, le marché nocturne des rives de Shichahai s'anime, et un dîner raffiné en terrasse n'en est qu'à moitié. Avec tant de lieux à fréquenter et tant d'expériences à vivre, la nuit de Pékin a de vraies raisons de retenir ses visiteurs.




La boutique Miniso du parc transforme la vente de figurines tendance, d'anime et de produits sous licence en un espace immersif

L'écran géant 3D à l'œil nu en extérieur du grand magasin de Wangfujing diffuse en boucle des images animées de pandas géants



# Le marché « Longfu Chaoji · Bonheur ce soir » fait peau neuve

**Texte by Ma Kai  Photos prises par Tong Tianyi**



▲ Un étal d'artisanat sur la place Longfu




▲ Des spécialités culinaires sur la place Longfu

En tant que lieu culturel emblématique de la capitale depuis six siècles, le temple Longfusi s'appuie sur cet héritage pour développer un modèle commercial culturel alliant tradition et tendance, très prisé des Pékinois et des touristes. Cet été, l'édition 2026 du « Longfu Chaoji » se renouvelle : lancé le 18 juin, le marché « Longfu Chaoji · Bonheur ce soir » conjugue histoire, ambiance populaire, dynamisme et création artistique au cœur du quartier pour offrir une expérience immersive placée sous le signe du bonheur et illuminer les nuits d'été de la capitale. Un thème mensuel, des animations hebdomadaires, une coordination entre espaces intérieurs et extérieurs et un renouvellement régulier des exposants offrent au public des expériences sans cesse renouvelées. Ouvert dès le soir jusqu'à 22 h, le marché s'adapte aux habitudes estivales et invite les citadins à s'y détendre après le travail et à profiter de la fraîcheur.

Le marché offre une expérience immersive de promenade gourmande, réunissant de nombreuses maisons historiques pékinoises — Bai Kui Lao Hao, Yue Sheng Zhai, Bainian Yili — qui font revivre l'authentique ambiance de la vieille ville, et des spécialités de toute la Chine pour satisfaire tous les palais. S'y ajoutent des animations thématiques : gastronomie de l'axe central, enseignes du patrimoine immatériel, tourisme culturel des comtés de Yi et Fengning (Hebei), kakis glacés de Baoding, spécialités de Panggezhuang (Daxing), culture du café.

Parallèlement, les événements culturels se succèdent avec éclat : créations culturelles chinoises tendance, artisanat du patrimoine immatériel, cinéma en plein air, spectacles contemporains, défilés sur musique traditionnelle. Du festin pékinois à l'art jeune et tendance, les visiteurs bénéficient d'un festin visuel et auditif continu. Installations scénographiques et lumières dorées créent un espace esthétique nocturne où chaque génération trouve son plaisir.

Du début de l'été jusqu'aux prémices de l'automne, le « Longfu Chaoji », s'appuyant sur le concept culturel du « bonheur », fédère commerces de caractère, spectacles artistiques, sports tendance, librairies, patrimoine immatériel et marchés thématiques. Il se mue en un salon urbain des nuits d'été où l'on flâne, mange, joue, photographie, assiste à des spectacles et se repose. La vieille rue centenaire gagne en tendance à mesure que la nuit avance et s'impose comme nouvelle carte de visite culturelle de la consommation tendance et nouveau lieu emblématique de la consommation estivale de la capitale.

Le marché « Longfu Chaoji · Bonheur ce soir » se poursuit jusqu'au 18 octobre.