新春 走基层

“小家大舞台”唱响睦邻和谐曲

北京保障房中心联动属地资源开展新春惠民文化活动

■本报记者 郭雨

新春将至,年味渐浓。在通州区含英园社区广场,一场由北京市保障房中心联合街道、物业共同搭台,居民自编自导的“村晚”在欢歌笑语中拉开帷幕。台上,舞者身姿轻盈;台下,邻里笑意融融。参演者并非专业演员,而是社区的普通租户、物业员工和保障房中心的工作人员。“能在家门口的舞台给老街坊们表演,比啥都高兴!”刚跳完舞的租户袁阿姨,脸上兴奋的红晕还未褪去。与此同时,在海淀区苏家坨同泽园东里,另一番由北京保障房中心公租房项目处牵头组织的热闹活动温暖人心。套圈、写福字、做糖葫芦……“邻里守望·温暖迎春”游园会让公租房社区化作欢乐的海洋。独居的刘爷爷握着工作人员的手,连连道谢:“我们这个社区越来越暖人心了。”

这一“演”一“游”,并非简单的节日联欢,而是北京保障房中心持续推进基层治理创新、探索保障房社区“硬支撑”与“软环境”协同发展的生动缩影。从“住有所居”到“住有优居”,一幕幕温馨场景的背后,是首都住房保障体系日益坚实的物质基础与不断升温的人文关怀的双重托举,清晰勾勒出市属国企在超大型城市社会治理中主动作为的实践路径。

筑牢“安居”基业 夯实民生之本

作为首都住房保障体系建设主力军,北京保障房中心始终将夯实民生基础作为首要责任。截至2025年底,中心已构建起覆盖公租房、保障性租赁住房、产权型保障房的多层次、立体化住房保障网络,稳稳托举着千家万户的安居梦想。其中,累计建设筹集公租房约16.6万套,已投入运营约14.5万套,占全市公租房总量的60%以上,成为首都住房保障体系的坚实基础。通过与市、区两级住房保障部门的高效协同,中心不断优化房源分配机制,推动精准匹配,让更多轮候家庭得以早日入住,切实缓解了中低收入群体、新市民、青年人的住房压力,居住条件得到显著改善。

在实现“住有所居”的基础上,北京市保障房中心更致力于提升“住有优居”的体验。其“接诉即办”工作响应速度与解决效率持续提升,推动租户满意度稳步增长——2025年末,这一数字已达96.44%。从细节入手,中心积极践行“小居大家”理念,不仅完善社区商业、便民服务配套,更创新利用地下空间,推出“易仓储”等普惠服务,解决居民实际生活难题。同时,通过科技赋能管理,线上报修平台缩短了服务链条,集成化的智慧安防与指挥调度平台显著提升了社区安全与应急管理效能,让居民住得安心、舒心。

坚实的硬件与高效管理为社区文化注入活力。1月28日晚,通州区含英园社区广场灯光璀璨,居民们欢聚一堂,“小家大舞台——含英园第二届新春文艺汇演”热闹开场。舞台上,物业员工、社区居民成为主角。随着音乐响起,十余名身着天蓝色舞服的表演者登台,领舞的正是平日负责绿化的王师傅。动作虽带排练痕迹,笑容却真挚动人,台下掌声、喝彩声不断。

并行的温暖 另一处家园的欢腾

几乎在同一时间,在海淀区苏家坨同泽园东里社区广场,也被一片红色的海洋和鼎沸的人声所淹没。这里正在进行的是由北京市保障房中心公租房二部项目处联合属地社区举办的“邻里守望·温暖迎春”新春游园会。广场入口处,两排大红灯笼架起喜庆的拱门。

最热闹的属民俗游戏区。“中了!又中了!”套圈场地传来阵阵欢呼。李阿姨眯着眼,手腕一抖,塑料圈稳稳套中了一瓶食用油。“手气真好!”周围邻居纷纷道贺。旁边的投壶、踢毽子区域,男女老幼齐上阵。孩子们最爱的则是拓印年画,小手握着拓板,小心翼翼地在红色洒金纸上按压,一匹匹憨态可掬的“小马”便跃然纸上。

温暖也在楼宇间传递——由公租房住户自发组成的“送福小分队”,手提装满春联、福字和慰问品的福袋,叩响了一扇扇特别的门。“刘爷爷,给您送福来啦!”在同泽园东里,志愿者小陈的声音在门前响起。门开处,老人望着眼前熟悉的邻居和红艳艳的福字,连声道谢。据了解,本次系列活动在同泽园东里吸引了社区超过200名居民参与,赠送春联福字120套,入户赠送新年礼物51件。当“安居”的物理基础牢固奠定,“优居”的内涵便向着更深远的精神文化层面与社区情感共同体延伸。含英园的“小家大舞台”与苏家坨等社区的“邻里守望”活动,正是北京市保障房中心探索管理与服务、物质与精神、个体与社群深度融合的生动实践。

在苏家坨同泽园东里,工作人员向居民赠送春联。 ■企业/供图

从“安居”到“优居” 的情感融合

从精准房源配租到高效服务响应,从智慧便捷服务到温情社区活动——北京保障房中心的探索,生动诠释了住房保障的深层内涵:不仅是提供安身之所,更在于营造一个有归属、有便利、有温度的美好家园。“我们搭建‘小家大舞台’,初衷绝不仅仅是为了办一场晚会。”含英园社区相关负责人深有感触地说,“它是一个触点,一个平台。我们采用‘居民点单、政企接单、社会评单’的模式,把活动的策划权、表演权真正交还给居民。在这个过程中,隐藏的文艺骨干被发掘了,沉默的邻居变得熟络了,大家对社区的认同感和归属感,就在一次次排练、一句句交流、一阵阵掌声中悄然生长。物业、保障房中心的工作人员也从单纯的管理服务者,变成了社区的共建者和居民中的一员。”

苏家坨同泽园东里社区书记李恕梅对此同样感慨:“我们公租房社区是个‘小社会’,居民来自五湖四海。正是保障房中心项目处牵头举办的这些接地气、有人情味的活动,像一块磁石,把大家从各自的单元里吸引出来。一起玩个游戏、一起写副对联,陌生的隔阂就打破了,互助的纽带就形成了。这就是社区的温度。”

腊月寒风里,含英园的歌声、苏家坨的欢笑,与遍布京城的保障房社区点点温情相融,汇聚成一股暖流。这暖流,源自以人为本的治理初心,呼应着人民群众对美好生活的向往。辞旧迎新之际,“小家大舞台”奏响的,不仅是一曲新春欢歌,更是一段关于包容、互助、成长的社区叙事。未来,北京保障房中心将继续联动属地资源,支持更多社区发挥自身特色,开展丰富多彩的惠民文化活动,让一个个“小家”凝聚起社区治理的“大能量”。

静态交通火车站春运停车服务亮点凸显

工作人员正在北京丰台站引导车辆通行。 ■企业/供图

本报讯(记者 刘偶)今年春运期间,北京静态交通公司运营管理的北京站停车场、北京南站停车场、北京丰台站停车场,全面做好春运停车保障工作,全力为旅客出行提供优质停车服务。

北京站彰显更高效的接驳效率。北京静态交通资产公司联合滴滴等企业,聚焦旅客网约车接驳效率,对北京站停车场服务进行优化升级,在地面停车场划定专属候车区,新增即停即走车位,大幅压缩候乘时间。同时,地面候车区与地下既有区域联动,构建“地上快接、地下候乘” 互补模式,旅客可根据行程急缓灵活选择,提升出行灵活性,以“智慧+便民”举措保障旅客接驳顺畅。

北京站停车场还全面优化场内设施与管理服务,通过智能化停车系统,实时显示剩余车位数与出口路况,方便旅客快速找位、便捷离场。同时,完善场内配套,增加人员配置,切实提高停车场的通行效率。

北京南站突出更聪明的智慧服务。今年春运,北京南站以更智能的智慧服务和更暖心的细节服务,为旅客打造更顺畅、舒适的出行体验。P1、P2智慧停车场正式投入使用以来,北京静态交通丰台公司全面强化服务保障,通过优化导引、加强现场调度,确保动态通行能力得到提升,实现车辆快进快出。

该公司加强巡控与疏导,全面排查维护消防、照明等设施,确保停车项目安全平稳运营。全面应用智慧管理系统,为网约车提供车位级智能派单,协助旅客通过手机APP或场内显示屏精准、快速寻车,提升换乘效率。

产权单位还在地下换乘层西侧通道增设2处立柱式智能屏,通过有效分区规划,实时显示区位图、停车场引导标识、出租车运营情况等内容,实现美观与指引的双重功能,更方便旅客动态掌握信息。

北京丰台站体现更暖心的服务细节。北京静态交通丰台公司在北京丰台站停车场运营管理中制定春运专项保障预案,优化场内车位布局与人员配置,最大限度满足春运期间出租车、网约车、私家车等的停泊与接驳需求。

北京静态交通丰台公司还加强现场指挥与动态巡查力度,在进出场高峰时段增派人员,实时进行交通疏导,有效避免场内外交通拥堵。该公司设立春运服务岗,提供咨询指引等便民服务,营造安全、便捷、温暖的停车环境。

北巴传媒广告分公司携三元食品首秀场景化营销

“京韵铛铛行·三元新味启”沉浸式体验之旅。 ■企业/供图

本报讯(记者 夏晖)近日,北巴传媒广告分公司携手三元食品,重磅推出“京韵铛铛行·三元新味启”沉浸式体验之旅。活动以2辆定制化仿古铛铛车为移动载体,邀请品牌粉丝与小红书达人共赴为期7天的京味奇遇,在车轮流转间深化北京地域文化与品牌的深度联结。

面对消费体验升级与品牌传播多元化的市场趋势,北巴传媒广告分公司积极应变求变,以“文化赋能品牌”为核心策略,聚焦北京地域文化与品牌情感联结,打造品牌沉浸式移动营销场景,迈出广告业务向体验式、场景化转型的关键一步,彰显出积极适应市场变化、开拓服务新路径的实践担当。

北巴传媒广告分公司结合“三元北京酸奶”品牌调性与传播需求,从创意策划、五感体验、氛围营造上下足功夫。在创意策划方面,为三元食品量身定制全流程营销和体验方案,精选两辆仿古铛铛车进行主题化改造,沿北京中轴线串联故宫、天安门广场等文化地标,构建流动文化体验动线。在五感体验方面,通过“看、尝、听、玩、晒”打造沉浸式体验,把窗外京韵景观与车内品牌视觉联动形成视觉牵引,新品酸奶试吃实现味觉触达。专业讲解员娓娓讲述京味文化与品牌故事,深化听觉共鸣。趣味互动打卡环节增强参与趣味,通过多维感受将三元食品的品牌理念与文化深度渗透。在氛围营造方面,其着力打磨沉浸式品牌空间,将车厢内饰与品牌符号全面融合,营造兼具地域文化厚度与品牌表达温度的移动车厢沉浸场域。

作为该公司场景化营销的首次实践,活动高效贯通“线下体验触发—线上话题裂变—私域流量沉淀—门店消费转化”全链路。未来,其广告业务板块将持续深化场景创新力,以用户为中心、以文化为纽带,为客户提供更具温度与实效的品牌营销解决方案,让公交媒体热度涨起来,媒体品牌亮出去。

当90万平方米西站遇见5分钟响应

北京建工恒兴物业西站地区项目部青年突击队显身手

■本报记者 刘偶

北京西站,90万平方米。这不仅仅是一个数字,更是檀雪松过去9个春节未曾离开的“主场”。

2月15日,农历腊月廿七,西站迎来春运首个发送高峰,预计23.6万人将从这里奔赴团圆。人流在通道内汇聚,热力感应系统不时发出预警。在南北纵横的出站系统里,一支平均年龄28岁的青年突击队正以“5分钟响应”的速度,疏导着这片人海的脉搏。

从“10分钟”到“5分钟” 不仅是速度

“10分钟响应,那是过去。”檀雪松说。他是北京建工城市运营公司所属恒兴物业西站地区项目部的党支部书记、经理。今年,“5分钟响应”成为团队的新标尺。

变化始于去年12月。檀雪松和团队开始筹备春运,他们意识到,仅仅“10分钟内到场处置”已不够。西站面积大,从一处到另一处,步行耗时不少。新标尺意味着:接到大客流信息后,5分钟内,人员必须携带锥桶、警戒线等物资完成集结并出发。“本质是准备前置、预案跑在风险前。”他说。

为此,他们提前将站区划分为南、中、北三个网格,实施网格化管理,由三位副经理分片负责。更关键的是人的准备。今年,突击队从约40人扩充至60人,新增约20名从其他项目及机关支援的青年。“他们12月底就来了,进行现场摸排、培训,现在是‘常驻站’状态。”檀雪松介绍,这些青年多为管理人员,春运重点时期全员压上一线。

响应速度提升的背后,是服务颗粒度的细化。今年,重点保障点位从去年的8处增至10处,覆盖停车场、各出站口、调度站、网约车落客区等关键“堵点”。固定咨询台有11个,但在高峰时段,他们会在关键节点增设流动岗,确保服务无死角。

“情绪价值” 与“未诉先办”的辩证法

“旅客的期望值越来越高,等5分钟没车,情绪可能就上来了。”檀雪松坦言,这是当下服务面临的新挑战,他称之为旅客对“情绪价值”的期许。

应对之道,是更精细的“未诉先办”和更快的“接诉即办”。今年,项目部专门研发上线了出租车调度站小程序,并在4个重点出站口设置了100寸的旅客引导大屏。通过手机页面或大屏,旅客能实时查看西站4个出租车调度站的排队情况、车辆数量,从而选择最优乘车点。小程序内还设置了“一键反馈”功能,旅客意见可直达项目部。

“这实际上是一个‘减压阀’。”檀雪松说,小程序上线后,已接收各类反馈近300条,很多小诉求在现场就化解了,避免了升级为12345热线投诉。目前,项目部安排3人专职24小时盯守该平台,确保大部分诉求能在10分钟内得到响应或转办。

对于已经在排队中焦躁的旅客,他们的方法是“增加服务密度”:在调度站、等候区增派人手,通过广播耐心解释,并提供热水、暖贴等暖心物资,试图抚平那份归心似箭的焦虑。

第九个“不回家”的春节 与300人的坚守

从2018年算起,今年是檀雪松在西站度过的第九个春节。项目部的老员工宋佳,更是通过一封“家书”道出了20多年春节坚守的故事——孩子今年高考,他又一次缺席家庭的团圆饭。

“年三十,将近200人守在站里。”檀雪松说,80%的保障人员住在单位,三班倒,24小时运转。他自己也基本住在单位,从2月2日春运启动到3月13日结束,40天里只有年初一到初四能稍微喘口气。

檀雪松认为,思想引导和暖心安排同样重要。小年那天,他们为员工准备了灶糖;除夕夜,会举办茶话会、安排加餐、组织大家包饺子。虽然员工们无法与家人团聚,但集体的暖意也在氤氲。

老站的新考题 有限空间与无限期待

北京西站作为京城交通枢纽标杆,因建成年代较早,存在物理空间的“局促性”:有的通道缺少直梯,携带大件行李或乘坐轮椅的旅客出行不便。檀雪松直言:“硬件空间有边界,服务暖心无上限,我们唯有以更细致的服务补位,尽量让旅客的出行体验更舒心。”

为此,他们不断引入新方法。去年,他们引入了可载重40斤的导引机器人,能为旅客拉行李、指路;与顺丰合作设立了便民寄送点,旅客购物后行李可享85折寄送服务;新增了3处网约车候车区,让旅客能在有空调、有座位、甚至配有母婴室的空间舒适候车。

面对可能出现的极端天气与返程高峰叠加的挑战,他们已与主流网约车平台及出租车公司建立联动机制,在管委会协调下,关键时刻可调度“保点车辆”集中运力疏散旅客。

傍晚,西站灯火通明。最早一班列车在清晨5点发出,最晚的则接近午夜。而在春运加开列车时,这个节奏会变成“连轴转”。檀雪松和他的团队,就穿梭在这片90万平方米的网格里,用“5分钟响应”的节奏,守护着“流动中国”里每一个迫切归家的脚步。他们的春节,是更多的脚步声、广播声和对讲机里的调度声,交织成一首独特的“新年序曲”。

工作人员提供站内通行服务。 ■记者 刘偶/摄

北京市家电数码以旧换新补贴升级上线

本报讯(记者 刘偶)近日,北京市商务局发布《北京市2026年家电以旧换新、数码和智能产品购新补贴实施细则》,明确自2月9日起正式实施年度补贴政策,覆盖冰箱、洗衣机、电视、空调等六类家电,以及手机、平板、智能手表等四类数码智能产品,补贴力度达销售价格的15%。

根据细则,2026年补贴涵盖两类产品。其中,家电以旧换新包括冰箱、洗衣机、电视、空调、热水器、电脑等6类产品,须符合国家1级能效或水效标准。数码和智能产品购新:包括手机、平板、智能手表(手环)、智能眼镜4类产品,单件售价不得超过6000元。

补贴标准为产品最终销售价格的15%,每人在每类产品中可享受1件补贴,其中家电每件补贴不超过1500元,数码智能产品每件不超过500元。

为保障政策衔接,1月1日至2月8日期间已领取但未使用的补贴资格将于2月8日24时自动失效。2月9日起,消费者可重新通过“京通”APP完成实人认证后,进入相应专区领取补贴资格,并在参与政策的线上平台或线下门店支付时享受立减优惠。

具体开通时间为每日上午10点统一开放资格领取。线上领取资格当日24时有效,线下资格有效期至当周周日,若同一消费者在某品类线上或线下资格累计逾期未使用达4次,政策期内将无法再次领取该品类对应资格。

据了解,此次政策同步扩大企业参与范围,简化入围流程,符合条件的大中小微企业均可通过北京市商务局官网申报参与。此外,线下实体店还将推出专属优惠、抽奖让利等活动,进一步丰富消费体验。有购买需求的消费者可关注“京通”平台相关专区,按需领券、及时使用,充分享受政策红利。