

新春走基层

北京燃气加码护航节日用气安全

本报讯(记者 崔紫阳)在北京的大街小巷里,北京燃气的广大职工正为春节忙碌着。近日,北京燃气集团全面启动节日保障工作,各级企业加大守护力度,组织开展系列燃气安全宣传和服务活动,确保市民度过一个平安祥和的春节。

年集成为安全宣传主阵地

在延庆年味大集上,北京燃气集团延庆分公司设置的服务展台前围满了前来咨询的市民。工作人员通过发放宣传手册、现场讲解等方式,向群众普及安全用气知识。工作人员用接地气的家常话,结合冬季用气高峰特点向过往群众细致讲解燃气使用注意事项。这些贴心提示让前来赶集的市民倍感温暖。

考虑到春节返乡人员增多,延庆分公司特别推出精准服务举措,现场为群众登记信息,预约免费上门安检服务。同时,工作人员还重点对集市周边的餐饮商户进行安全检查,细致检查燃气管道、阀门开关、灶具使用状态、通风条件等情况,逐一排查燃气安全隐患。这种点对点的精准服务,让安全防范更加到位。

社区服务聚焦老年群体

在房山区花园巷小区,北京燃气集团房山分公司组织开展安全知识进社区活动,特别聚焦老年群体需求。活动现场,工作人员通过展板、宣传单页和实物演示,为老年居民系统讲解安全用气知识。面对老人们提出的实际问题,工作人员俯下身,凑近老人,耐心地一遍遍演示操作步骤。活动现场,许多老人完成操作后露出笑容,成为最温暖的画面。这种面对面的交流,不仅传递了安全知识,更搭建起燃气企业与用户之间的连心桥。一位刚学会手机购气的老人



工作人员向群众普及安全用气知识。

■企业/供图

欣慰地感慨道:“以前总担心用气安全,现在在专业人员上门指导,心里踏实多了。”

商业区多维度守护保平安

春节将至,引领购物中心、技术交易大厦等商圈迎来客流高峰。为切实筑牢安全防线,北京燃气集团第五分公司对重点商业场所开展全覆盖安全检查。工作人员针对商业综合体餐饮商户集中、用气设备多、使用频次高的特点,对燃气关键设施进行逐点位、无死角的排查。

在检查过程中,工作人员重点核查用气设备合规性、管线密封性、报警装置与排风系统运行状态,细致检查后厨操作间、燃气表间等重点区域的安全规范落实情况。同时,他们还面向餐饮商户负责人及一线操作人员,发放安全宣传手册,现场讲解燃气使用规范、日常自查要点等知识,推动商户从“要我安全”向“我要安全”的意识转变。

系统化保障不停歇

为做好春节保障工作,北京燃气集团第三分公司提前部署、精心组织,对服务区内非居民用户开展一系列扎实的燃气安全服务保障行动。通过专业检测与细致巡查,系统辨识潜在风险,确保隐患及时消除。

在开展安全检查的同时,该公司还同步开展多层次、多维度的安全宣传教育。通过发放宣传材料,结合案例剖析常见风险等方式,提高商户负责人、安全管理员及一线操作人员的安全意识。这种“检查+宣传”的模式,构建起企业与用户共防共治的安全格局。

除此之外,北京燃气集团还针对重点区域、重点用户,特别是医院、学校、养老院等重要场所,加大安全巡检力度,确保万无一失。这种全方位、多层次的保障体系,为节日期间燃气安全稳定供应提供了有力支撑。

新春年货大集开进养老服务中心

本报讯(记者 崔紫阳)在北京康养高碑店地区养老服务中心,红灯笼挂满檐角,春联福字映红笑脸。近日,一场专为辖区及周边老人打造的迎新春节年货大集,正火热热闹开市。吆喝声、欢笑声、嬉闹声交织成浓浓的年味儿。这是京能集团旗下北京康养深耕基层养老服务、传递民生温度的生动实践,让三代同堂的团圆暖意,浸润着高碑店的新春时光。

“民之所需,便是我们的‘国之大者’。”此次年货大集,是京能集团践行国企担当,深化“医、居、养、食、乐、康、智”七位一体养老服务理念的生动实践。“赶大集、办年货,这才是过年该有的样子!”捧着新鲜出炉的手写福字,家住高碑店小区的张阿姨转身又扎进了年货摊位。市集上好物云集:有机蔬果带着新鲜水汽,大连水产透着鲜活海味,井冈山特产满是地道醇香……经过北京康养严格筛选的商品,让老人们买得放心、吃得安心。

在传统文体验区里,年味儿更醇厚。非遗传承人手持糖浆壶,腕转指移,顷刻间便制作出灵动的小马糖人,引得孩子们围在一旁跃跃欲试。在指导下,小伙伴们有模有样地吹起糖人,甜香漫溢整个体验区。另一边,书协会员挥毫泼墨,笔走龙蛇间,一幅幅带着墨香的福字接连成型,老人们排着队领取,把满满的新春祝福捧在怀里。78岁的王奶奶捧着福字,轻轻抚了抚纸面:“这手写的福字比买得有劲儿,贴在家里,年味儿更足了!”茶道体验区香气氤氲,养生茶饮精准契合长者需求。

现场精心打造的一站式公益健康服务专区,成了老人们的“必打卡点”。AI智能问诊设备前,老人们通过屏幕直观了解自身健康状况,感受科技赋能养老的便捷体验;北京四惠中医义诊台前,医师们耐心搭脉问诊、

分析体质,给出量身定制的调理建议;劲松口腔团队细心检查牙齿健康;普视眼镜工作人员现场免费验光,还贴心提供上门配镜服务,解决老人出行配镜的难题。

免费理发、按摩调理、养生泡脚等服务同样人气爆棚。理发师傅手法娴熟,根据长者需求修剪发型,让老人们精神焕发;按摩师精准拿捏穴位,缓解肩颈酸痛,舒适的体验让大家连连称赞;泡脚区体验者络绎不绝,老人们脸上满是惬意;语霖花艺的摊位前鲜花娇艳,生机盎然,映亮了一张张愉悦的笑脸。

最热闹的当属现场的业务咨询专区,里三层外三层围满了老人和家属。“居家照护都包含啥项目?上门服务灵活不?”“旅居线路有哪些?身体不太好能参加吗?”“老年小饭桌的饭能送货上门吗?”老人们的问题具体又实在,工作人员始终面带微笑,手持服

务册逐一细致解答,将“京慧养”居家照护、特色旅居、机构托养、老年餐食等服务一一说清讲透。

工作人员还现场演示了AI陪伴宠物的使用方法,手把手教老人熟悉智能陪伴设备,让科技的温度触手可及。家住附近的刘大爷听完讲解,当即留下联系方式:“有了这智能陪伴,每天也能解解闷儿!”一旁的游戏区里,孩子们尽情嬉戏,长辈们驻足围观,亲子互动的温馨场景随处可见。

作为京能集团做大康养产业的重要载体,北京康养以传统文化为纽带,以健康服务为核心,把接地气、有温度的服务送到基层群众身边。未来,该集团将持续聚焦老年群体多元化需求,深耕基层养老服务,打造具有国企品质的健康养老“京”字招牌,用更多暖心举措织密养老服务网,让康养温暖浸润每一位长者的幸福生活,书写“老有所享”的民生答卷。



新春年货大集热闹开市。

■企业/供图

“三元红”复古铛铛车载满“年味”

本报讯(记者 史波涛)一辆身披“三元红”涂装的复古铛铛车,如同穿越时光的使者,从年味氤氲的前门大街缓缓驶出。车厢里坐着的,并非寻常游客,而是北京三元食品股份有限公司(以下简称“三元食品”)春节期间仍需值守在生产线上、冷链车与质检实验室的一线员工代表。这趟被命名为“暖心专列”的特别旅程,旨在向这些“鲜活守护者”致敬,而车窗内外流动的风景与对话,则共同勾勒出一家老牌乳企在保障首都年味供应背后的坚守、变革与温度。

致敬“鲜活守护者” 年味背后的坚守与温度

当大多数人尚在睡梦中,三元食品瀛海工厂车间灯火通明。乳品车间的负责人已连续多个春节驻守厂区,他熟练地巡检着每条生产线的参数,确保每日数百万份乳制品稳定产出。对他来说,春节的“年味”是空气中弥漫的乳香和设备平稳运行的嗡鸣。

同一时间,驾驶着印有三元标识的冷藏车的司机师傅们,已迎着晨曦穿梭在北京及周边城市的道路上。累计行驶里程超百万公里的他们,心中揣着一张特殊的“年货地图”——地图上的坐标是无数超市、便利店和社区奶站,使命是确保每一份鲜奶与酸奶准时抵达。

在质量控制中心,质检员们正用“火眼金睛”检查着数千批次的检测数据。春节期间,他们需要完成密集的抽检,涵盖从原料到成品的百余项指标。他们的工作无声却关键,是产品流入市场前的最后一道关口,也是最坚实的安全防线。

三元食品公司党委书记、董事陈一在“暖心专列”上表示,正是这些遍布于产业链各环节的平凡坚守,构筑了首都节日期间“奶瓶子”安全稳定供应的基石。这趟“暖心专列”,是一次致敬,更是一次深刻的认同:企业的核心竞争力,最终凝结于每一位员工的匠心与责任感之中。

移动的发布会 清洁与天然的产品革命

随着铛铛车驶过北京中轴线上的一座历史地标,车厢内一场关于“新国货”标准的讨论也在同步进行。焦点正是三元食品刚推向市场的战略新品——“三元北京酸奶”。

三元食品公司相关负责人介绍,该产品是全国首款同时获得中国质量认证中心“清洁标签0级”与中轻检验



“三元红”复古铛铛车开启特别旅程。

■记者 史波涛/摄

认证有限公司“天然配料食品”双认证的低温酸奶。双认证意味着产品生产全程严格管理,无任何非必要添加剂带来风险,所有成分均源自植物、动物或微生物等天然来源。

在产品层面,这份承诺被转化为一项极度简洁的配料表。以原味产品为例,生牛乳添加量≥84%,仅使用两种经典乳酸菌发酵。即便是果味系列,其中草莓树莓无花果果酱中的草莓添加量也明确标注≥51%,杜绝了用香精“画梅止渴”的做法。在营养指标上,该系列酸奶坚持无添加糖理念,每杯蛋白质含量远超市场同类产品平均水平,热量则控制在一个苹果的热量以下。

三元食品相关技术负责人表示,这款产品的开发逻辑直击当下消费升级的核心诉求:从“喝得到”转向“喝得明白、喝得安心”。“清洁标签”与“天然配料”并非营销概念,而是通过权威评价体系,将复杂的生产工艺和原料来源转化为消费者可感知、可信任的简单信息。这背后是企业依托长期建设的自有优质奶源体系及持续投入的研发能力所提供的坚实支撑。

老字号“破圈” 实验与战略聚焦的落地

铛铛车此行的一个重要停靠点,是位于鼓楼附近的“北京市牛奶公司”体验店。

踏入店内,时光仿佛交融:一侧是充满怀旧情怀的自助打奶区,消费者可用玻璃瓶亲手接取当日生产的巴氏鲜奶,重现了数十年前“打奶”的生活

场景;另一侧则是充满科技感的现代餐饮区,智能机器人手臂正在娴熟地制作咖啡拉花,干酪酸奶、养生乳饮等新兴品类悉数亮相。

这家集零售、体验、轻食于一体的新型门店,自开业便成为吸引各年龄层顾客的“网红”打卡地,日均客流量可观。它不仅是销售终端,更是一个品牌文化体验中心,生动诠释了三元食品如何将深厚的历史积淀转化为与当代消费者(特别是年轻群体)沟通互动的语言。

“我们重启‘北京市牛奶公司’这个IP,不仅是致敬历史,更是面向未来。”三元食品公司相关负责人表示,“我们不想让熟悉三元的老顾客重拾美好回忆,更想将这份品质与安心,传递给更多来北京旅游的游客与新一代消费者。”从鼓楼店出发,三元北京市牛奶公司未来还计划在交通枢纽、核心商圈布局不同主题的体验空间,让其成为可体验、可互动、可分享的“北京礼物”的组成部分。

这是三元食品近年来向纵深推进“聚焦北京、深耕低温”核心战略的必然成果。第三方数据显示,其在核心市场北京的低温鲜奶占有率持续领先,整体经营质量显著提升。

这趟独特的旅程,像一幅微型的三元食品企业画像:它以权威认证的硬核产品彰显科技实力与创新决心;以清晰聚焦的战略地图展现改革魄力与市场洞察;以鼓楼新业态的活力印证老字号拥抱变化的开放姿态;更以对一线员工真挚的关怀与褒奖,凸显其作为国有企业的人文温度与社会担当。

20万名一线交通人春节坚守岗位

本报讯(记者 马丹丹)为保障春节期间首都交通安全有序,北京公交车、货车、出租车及网约车驾驶员,地铁员工,“快递小哥”等一线交通从业者,预计约二十万人员将默默坚守在运输服务、物资保障与城市服务的第一线。市交通委联合相关部门及行业企业,精准对接需求,开展多种形式的送温暖活动,同时围绕薪酬补贴、服务保障、权益维护等方面推出系列关爱举措,让每一位坚守者感受到实实在在的温暖与尊重。

爱心举措暖人心 覆盖身心健康与生活福利

公交行业每年为全体驾驶员提供免费健康体检,对指标异常人员开设就医绿色通道。重点场站加装岗前健康监测设备,方便驾驶员随时自查;开通24小时心理健康咨询热线,培养心理疏导专员,依托“职工之家”“心灵驿站”为职工舒缓压力。

地铁行业以“六送”品牌关爱活动为抓手,常态化帮扶救助困难职工,实现互助保障综合全覆盖,为基层班组配发700余套“暖心箱”。针对岗位特性,该行业为5000余名地铁司机开展心理健康体检,面向安全应急、接诉即办、乘务员等重点岗位开展4场“为心赋能 共护运营”解压活动,结合丰富多彩的文体活动与共享职工阵地建设,持续增强员工归属感。

出租汽车行业在部署开展“一站一策”运力保障的同时,共产党员、公益服务队带动3000余名司机开展“哥的姐拜大年·温暖回家路”运力保障活动;联合相关单位持续开展5场新春保障慰问活动,为运力保障骨干、共产党员车队队长、网约车品牌队长、困难司机,以及协助公安干警缉拿嫌疑人和拾金不昧的司机,送上新春祝福。

快递行业深入开展关爱快递员“暖蜂行动”慰问活动,将党和政府的关心关怀送到岗位一线。2月11日,共青团北京市委员会、北京市交通委员会、北京市邮政管理局联合开展“迎新春 送关怀”走访慰问活动,为基层网点留岗员工送上内含保暖用品、节日食品的“温暖礼包”,传递暖暖心意。市邮政管理局联合市卫健委打造“线上+线下”双轨健康服务,线上提供心理问诊、

健康短视频推送,线下组织心理讲座、急救培训,全年覆盖超3万人次;邀请中医专家赴企业坐诊,提供免费问诊服务;推出女性专项健康计划,全方位呵护快递从业人员身心健康。

暖心服务强支撑 优化作业环境与出行保障

为解决一线从业者的实际问题,本市交通部门联合相关部门及企业,围绕硬件设施升级、环境优化等方面,打造更便捷的工作支撑体系。针对货车驾驶员长途奔波的需求,全市已建设9家“司机之家”,提供停车、休息、就餐、洗浴等一站式暖心服务;全市建成运营7000家“工会驿站”,其中为货车、出租车、网约车司机服务的有96家,可提供24小时热水、简易工具、应急药包等便民服务。

针对出租车驾驶员的休息需求,全市累计建成28个“的士之家”,提供热水供应、餐饮服务、如厕休憩、理发淋浴等服务,切实改善户外作业休息条件。交通、公安交警、卫健、工会等多部门联合发力,在医院周边增设停车区域,推动建立临时停车点位,方便司机如厕及司乘人员上下车,从细节处优化工作环境。

快递行业则聚焦从业人员安居需求,开展住房现状及居住期望调查,主动对接各区推动解决安居难题;同时畅通诉求渠道,通过企业书记热线等方式倾听职工心声,精准解决实际困难。



出租车驾驶员坚守岗位服务春运。

■记者 董一鸣/摄

临时休刊启事

根据2026年春节放假安排,本报2026年2月16日(星期一)至2月23日(星期一)休刊6期;2月24日(星期二)恢复正常出刊。

首都建设报社
2026年2月13日