

首都国资国企激活假期消费热潮

首开服务保驾护航“文化之旅”

本报讯(记者 郭雨)“五一”假期,北京文博场馆成为市民游客出行的热门选择。作为北京20余家博物馆的物业服务方,首开集团管理面积超百万平方米,以领衔制定的《博物馆物业服务规范》为指引,用专业、细致的服务为游客“文化之旅”保驾护航。

坚守“第一岗” 温情服务暖人心

5月1日上午9时许,国家自然博物馆西门检票口已排起长队。“您好,请准备好身份证或预约二维码,有序进馆。”首开集团首华物业国家自然博物馆项目部工作人员李方萍面带微笑,轻声引导游客核验通行。假期期间,国家自然博物馆迎来参观客流高峰,日均客流量近万人次。像李方萍一样,首华物业国家自然博物馆项目部70余名员工全员在岗,坚守在检票引导、咨询服务、场馆保洁等各重点岗位。面对忘带身份证的老人、推婴儿车的家长、行动不便的轮椅游客,李方萍总是耐心协助。

走进馆内,咨询台前同样人头攒动。“请问那个大熊猫标本在哪儿?”“在一楼‘多彩的动物世界’展厅,穿过大厅就能看到入口。”首开物业服务人员为馆内展品位置了然于胸,精准指引。从问路、购票到寻找卫生间,各种琐碎问询此起彼伏,他和同事们有条不紊地逐一回应。

全链条保障 多场馆平稳迎大考

“五一”假期,首华物业服务的军事博物馆、抗日战争纪念馆、首都博物馆、国家自然博物馆、中国铁道博物馆、民航博物馆、北京汽车博物馆等核心文博场馆同步进入高负荷保障状态。据统计,假期期间各大场馆累计

接待游客超40万人次,各项目保障人员全程在岗、高效联动。

军事博物馆以接待146236人次成为假期接待量最高的场馆。项目严格执行每日8:30开馆制度,在5月2日、3日客流高峰时段,临时增至7个服务窗口,快速分流观众。通过票务系统精准监测,排查7日内异常预约账号100个并拉黑6个月,联动处置违规讲解人员10人,全力维护正规参观秩序。

首都博物馆项目部投入保障人员785人次,接待游客25788人次,全程落实入口查验、客流疏导、区域巡护等工作。国家自然博物馆针对霸王龙主题特展大客流时段,专门增派力量强化现场管控与人流疏导。抗日战争纪念馆在展厅入口、通道、休息区等关键点位定岗值守,累计投入保障人员416人次。



北京汽车博物馆工作人员正在整理馆内设施。 ■记者 董一鸣/摄

主题活动添彩 文化服务再升级

“五一”假期,各场馆主题展览、红色宣教、公益讲解、研学科普等活动密集开展。军事博物馆项目部全程配合“我在军博唱支歌”主题活动,做好设备调试与现场服务,常态化开展“军事训练比比看”“致敬山河守护者”活动,并辅助保障精品讲解亲子游及专场直播,丰富观众文化体验。

路县古城遗址博物馆项目部聚焦文化传播,完成20次公益讲解、3次政务接待,覆盖观众600余人次。其围绕汉代珠饰展与馆藏文物,推出5场研学科普活动,涵盖路县制陶匠、铸币匠、玉石匠等主题课程,以“讲解+手工”模式让历史文化可感可触。

三山五园文化艺术中心项目部圆

满完成“逸启初夏·乐响三山”露营地光音乐会保障任务,服务观众500余人,同时完成海淀区委统战部、海淀区文旅局等3批重要接待保障,实现从现场布置到服务接待的全流程闭环。

与此同时,首华物业公司各项目坚持“以游客为中心”,全面落实失物招领、便民借用、咨询解答、医疗协助等服务。假期期间,国家自然博物馆项目部提供轮椅租借2次,母婴室使用11次;抗战馆项目部提供轮椅租借11人次、儿童车租借2次,解答观众咨询90人次。

暖心服务获观众点赞。抗战馆在“五一”期间收到两封表扬信:5月1日,展服人员孙金玉耐心帮一名9岁小学生寻回高度近视眼镜;5月4日,展服人员冯博雯、杨杨凝主动帮助与家人走失的观众,通过广播寻亲,快速化解危机。

设施运维在线 应急处突显专业

为保障假期场馆安全稳定运行,首开集团首华物业公司各项目强化设施设备巡检与隐患排查,建立快速响应机制。假期期间,国家自然博物馆项目部完成设施维修32次,中国铁道博物馆东郊项目完成维修56次,首都博物馆项目部完成维修86次。各项目工程人员24小时待命,确保水电、电梯、安防、演出设备等正常运行。

应急处置专业迅速。5月4日,军博项目部妥善处置游客突发状况:一名13岁男孩腹部突发绞痛,工作人员立即提供温水、推送轮椅、协助拨打120并全程陪护。

“五一”假期,首开服务以零重大安全事故、零重大服务投诉、设施设备稳定运行、活动保障圆满落地的成绩,完成了假期文博场馆服务保障工作。

老字号华天实现营收和口碑双赢

本报讯(记者 郭雨)什刹海的碧波轻拍岸堤,银锭桥畔的游客举着手机定格湖光,胡同里复古脚踏三轮车的车铃声与游客笑声交织,车把上的“老字号美食地图”随风轻晃——今年“五一”假期,北京华天旗下老字号与文旅场景深度融合。面对消费升级趋势,北京华天集团以“文商旅联动、菜品创新、场景深耕”布局,让同和居、鼓楼马凯餐厅、同春园等老字号成为“美味地标”与“文化窗口”。

据北京华天集团统计数据,假期期间,各门店营收客流双增:香妃烤鸭营收同比增长超15%,马凯餐厅鼓楼店客流量同比增长超18%,同春园松鼠桂鱼销量同比增长94%,华天延吉餐厅营收同比增长超76%,惠丰饺子楼特色水饺销量增幅超15%,文商旅融合成为拉动消费的核心引擎。

文商旅联动,一辆三轮车串起京味体验链。与此同时,位于北海公园景区内的庆丰包子铺顾客盈门,这一“新模型店”以简约装修与家常味道吸引各年龄的游客。据介绍,门店“五一”期间营收同比增长超10%,游客感叹“老字号不老”。

假期里,北京华天集团与什刹海街道联合推出的人力客运三轮车胡同游活动格外火爆,游客坐上红漆木座的复古三轮车,穿行于银锭桥、烟袋斜街等文化地标之间,沿途的“老字号美食地图”清晰标注着鼓楼马凯餐厅、华天延吉餐厅、庆丰包子铺、新川会馆、香妃烤鸭等点位,扫码即可领取专属优惠。一辆三轮车、一张美食地图、一个二维码,让文、商、旅、体在这个“五一”实现了轻巧融合。

菜品创新,大数据备货与鲜笋上新引爆味蕾。“三不粘、葱烧海参等‘绝活菜’几乎桌桌必点,假期前三天销量抵平日一周。”同和居月坛店店长郭素红介绍,结合大数据预判,门店招牌菜备货量加倍,鲜笋节主打的水竹笋也提前

一周从四川大竹县订购,保障供应。位于北京中轴线鼓楼的马凯餐厅的鲜笋紫苏牛坑腩成为新晋网红菜,紫苏香气与春笋香甜融合,吸引游客专程打卡。马凯餐厅前厅经理张雪肖指着后厨备货区说:“水竹笋每天现切现炒,保证每一口都是春天的味道。”

江苏名店同春园推出的松鼠桂鱼套餐成为爆款,除了线上平台代金券,餐厅推出多款团购套餐,除了红烧桂鱼为主的4-6人套餐性价比超高,招牌菜松鼠桂鱼日均销售200条左右,销量同比增长94%,占销售额27%;经典菜品狮子头销量同比增长16.7%,占销售额3.7%。

惠丰门内肉饼店今年“五一”假期围绕“京城美食探秘行”活动推出的打卡双人餐售价98元,销售数量占比达30.36%,门内肉饼单人餐销售数量占比25%。“双人餐包含门内肉饼、风味茄子和官保荔枝鸡、砂锅豆腐,既能尝到招牌菜,又适合游客打卡分享。”该门店负责人罗向磊介绍,此外还推出了老北京小吃团圆宴套餐,包括豆汁、炒肝、面茶等特色小吃,精准匹配了游客“少而精”的消费需求,成为假期引流利器。

场景深耕,外卖窗口成引流新阵地。作为什刹海鼓楼文商旅核心区,每逢假期,鼓楼马凯餐厅外卖窗口成为游客“必打卡站”。“麻酱糖饼平均日销超700张,羊肉串日销最高超900串。”张雪肖介绍,马凯餐厅针对游客推出的烤鸭双人餐与代金券,成为“性价比之选”。

堂食区的热闹程度丝毫不输外卖窗口。马凯餐厅经理张雪肖介绍,“五一”假期游客到店占比超60%,门店将麻酱糖饼备货量提至平日的2倍,优化烤鸭双人餐搭配。“游客既要性价比,又想尝特色,我们把各类特色菜组合在一起,既有2至3人套餐,也有10人以上的聚会餐,让消费者满意而归。”



同和居工作人员正在引导顾客用餐。 ■记者 董一鸣/摄

同仁堂旗下企业进驻北会生活节

本报讯(记者 贾叮叮)近日,同仁堂集团组织“党建引领产业创新联建机制”成员单位走进北京会议中心,参加在此举行的“北会生活节”,通过展览展示、非遗展示、健康义诊等形式,丰富企业职工、周边居民及住宿客人的文化生活,带动消费热度,激发消费活力。

同仁堂集团携旗下股份公司、科技公司、国药公司、商业公司、健康药业公司、医养公司、制药公司和天同公司8家二级单位,带来了食品、饮品、保健品、化妆品、文创品等丰富多样的大健康产品。同仁堂系统100余名劳模“赶大集、享优惠、促消费”。

灵芝露酒、纤纤荷叶饮料、人参咖啡丸、百合茯苓鹿血膏、本草助眠枕、冰糖燕窝、冷香香牌、人参吊坠……一众同仁堂好产品亮相新文雅,而且功能直击广大顾客尤其是年

轻群体的需求痛点。许多人看见是同仁堂的展位,纷纷上前咨询了解对症的中成药,对同仁堂著名品种安宫牛黄丸、同仁牛黄清心丸、加味逍遥丸等药名也是如数家珍。

由多种具有养生滋补功效的中药材制成的同仁堂活力酒口感温润香甜不刺激,让人爱不释手。同仁堂文创产品更加琳琅满目了,令人目不暇接。一个铜制小葫芦,饱含“福禄”的美好寓意,工作人员拿在手里拧几圈便分成上下两部分,原来是一款隐藏版香托。“除秽香囊”制作是一项DIY体验项目,观众可亲手捣碎所需的中药材,将其装入香囊,并在工作人员帮助下绗出好看的结,一个芬芳典雅的香囊便制作好了。

传统非遗技艺手工工艺水丸的现场演示,充分展示了同仁堂深厚的中

医药文化底蕴。只见药匾里的药粉经过推、拉、揉、捣一番专业手法操作逐渐成型,很快变身一个个圆溜溜的小药丸,让观众直呼惊奇。

活动进行的8小时里,展位前始终人山人海、络绎不绝。同仁堂集团总经理助理藏怡说,这是党建引领机制成立两年来又一次以“党建红”引领“市场热”,推动资源聚合、拉动消费活力的新实践。党建联建机制5家成员单位带来了七大类别、上百种优质产品。同仁堂集团的“拳头产品”、“跨界潮品”、非遗技艺、中医义诊为不同年龄、不同需求的人群提供各具特色的健康服务,让大家感受到中医药“老字号”的新活力、新面貌、新气象。此外,其特别邀请了一百余名劳模参加此次活动,借此机会送温暖、送服务,表达对劳动者的关怀和敬意。

同仁堂集团二级单位有关负责人

介绍,参加此次活动带来了多款药食同源食品和非遗传艺展示,让传统中医药的智慧化作大家鼻尖的香气和口中的滋味。党建联建机制通过纵向贯通、横向联动,不仅破解了一批生产经营、科技研发、人才培养方面的难点、卡点,更让同仁堂旗下企业的惠民产品被更多公众知道、看到、用到。希望今后有更多机会参与到党建联建机制的活动中去。

“这次同仁堂集团专门组织劳模来到‘北会生活节’现场,让我们感受到了生活节、音乐节的火热氛围,也感受到了组织实实在在的关心与温暖。未来,自己将立足本职,发扬劳模精神、工匠精神,在公益服务、日常诊疗中保持专业与热忱,为同仁堂健康发展贡献自己的力量。”北京市劳模、同仁堂大栅栏药店医师李德亮表示。

首发工贸老字号主题市集“焕新”

本报讯(记者 刘偶)“五一”假期圆满收官,面对假期车流、客流双高峰,首发工贸以“老字号在路上”主题市集、光伏车棚投入运营、“双平台直播导览”等特色举措为亮点,全力保障假期服务区运行平稳有序、服务优质高效,切实为广大司乘人员营造了安全、舒心、便捷的出行环境。

本次假期,老字号市集焕新登场,京味文化点亮旅途。假期期间,首发工贸公司在百葛服务区创新打造“老字号 新国潮”主题市集,汇聚全聚德、御食园、牛栏山等知名老字号品牌,集中展销特色糕点、名优酒水、匠心熟食等正宗京味特产,同步设置老北京小吃摊位,一站式满足司乘就餐、购物需求。同时融入投壶、抽陀螺等传统民俗游戏,开展空竹技艺展演、文化打卡等互动活动,免费赠送特色民俗礼品,让过往旅客在旅途中感受京味文化魅力。市集日均服务旅客超2万人次,有效满足了旅客选购正宗北京特产的需求,成为假期出行服务一大亮点。

光伏车棚主体完工,为绿色发展再添新动能。节前,百葛服务区光伏车棚项目主体工程顺利完工,项目总装机容量232.41千瓦,在服务区分区、出京方向打造遮阳、挡雨、停车、发电于一体的绿色便民设施。项目采用“自发自用、就地消纳”模式,待通电投用后,清洁能源将直接服务于充电桩及服务区日常用电,实现交通服务与

绿色低碳的深度融合。此次项目落地,进一步完善了公司绿色能源布局,是践行“双碳”战略、推动交通领域绿色转型的务实举措,为后续新能源服务保障筑牢了硬件基础。

双平台全程直播,精准赋能出行导览。依托首发集团视频号、首发路客抖音号两大官方平台,开启假期全程直播报道。其实时聚焦老字号市集精彩活动、服务区服务保障现场,超充站与加油站运行实况、路段车辆通行态势,全方位报道出行资讯、停靠指引,为广大旅客提前规划出行路线、错峰停靠停留提供权威、实时的直播导览,实现服务保障与宣传引导同频共振,极大提升了服务旅客出行的便捷度与覆盖面。

面对假期出行高峰,首发工贸公司同步强化能源全品类保供,保障出行补给不断档。紧盯油品、氢能供应保障,提前加大能源储备力度,优化供应调度,加强加油、加氢设备全时段巡检,确保能源供应稳定高效。假期期间,首发能源加油站、马驹桥综合能源补给站运行平稳,有效满足各类车辆补给需求。同时,开展专项安全检查与应急演练,强化全流程安全管控,实现安全零隐患、运营零事故。

强化停车志愿服务,保障通行秩序井然。针对停车高峰压力,实行“分区引导、动态疏导”管理模式,增配40余名首发集团党员及青年志愿者,在



位于百葛服务区的“老字号 新国潮”主题市集。 ■企业供图

停车区、出入口、充电区等关键点位全天候值守,引导车辆有序停放、快速分流。灵活采取“潮汐停车、远端提示”措施,高效化解解停车拥堵问题,假期未发生车辆刮蹭、长时间拥堵等情况,停车秩序井然有序。

强化暖心便民服务,传递出行温暖关怀。优化升级便民服务举措,在

“司机之家”基础上增设志愿服务点,免费提供热水、应急药品、路线咨询、简易维修工具等贴心服务,为老弱病残孕等特殊群体提供“一对一”帮扶。加密公共区域保洁频次,全力保障环境卫生干净整洁,假期累计提供各类便民服务近500人次,收获司乘人员广泛好评,实现服务零投诉。

全市假期接待游客1882.7万人次

本报讯(记者 夏晖)“五一”假期,北京文旅市场热力十足,亮点纷呈,北京市文化和旅游局数据显示,假期全市接待游客总量1882.7万人次,同比增长5.1%;实现旅游总花费223.6亿元,同比增长6.6%;接待入境游客12.8万人次,同比增长22.3%;实现入境游客花费13.8亿元,同比增长22.6%。今年“五一”,游客接待量与旅游消费均创历史新高,文旅消费活力全面迸发。

全品类文旅活动覆盖全年龄段需求。这个“五一”,北京文旅供给实现量质齐升,全市推出“缤纷五一·畅游北京”2000余场特色文旅活动,覆盖文艺演出、景区游览、科普研学、潮流市集等多个领域。城市活力新片区集聚效应初显。北部鸟巢演唱会火热开唱,南部丽泽商务区北京国际花展成为热门打卡地,西部“两园一河”电竞赛事、亲水体验彰显新活力,东部大运河水景大秀惊艳上演。全市举办线下营业性演出332台1684场,票房收入约2.6亿元。北京钻石音乐嘉年华三天核心演出覆盖流行、爵士、经典金曲等多种风格,活动现场变身音乐、市集、科普体验、沉浸式互动、潮流消费于一体的站式演艺新空间;台湖爵士音乐节汇聚330余位国内外艺术家,在225亩油菜花田打造沉浸式露天演出,让观众在花海中乐享春日浪漫。此外,北京琼瑛的景泰蓝欢乐周、王府井盛锡福的非遗展销、凤凰岭景区的京津冀非遗游园会,使非遗焕新成为了假日消费新热点。

文商旅体展解锁消费新场景。这个“五一”,北京以“文商旅体展融合”为主线,推动文旅业态深度融合,解锁多元化消费场景,为假日经济注入了新活力。城市副中心的大运河文旅项目“运上行”水景诗乐演项目让游客乘坐新能源游船,在50分钟的航程中通过光影实景演出,沉浸式领略运河千年漕运文化;高线公园“京城福满园”将东六环入地隧道的地面路基改造为休闲空间,串联起北运河风光与三大文化地标,成为市民漫步打卡的新去处;“来京看海”成功出圈,联动密云全域60余个特

色打卡点位,覆盖山水生态、人文古迹、田园休闲、网红咖啡、特色美食、非遗体验、酒店民宿、徒步骑行等业态,打造沉浸式打卡体验,将金融服务、文旅体验与商业消费深度融合。此外,硬核科技与浪漫文旅的融合也擦出了亮眼火花。全市10条“科技+工业”主题线路,串联起空天城科普研学基地、小米汽车工厂等点位,为游客带来兼具知识性与趣味性的体验。北京国际车展“五一”期间吸引45万人次参观。昌平区的航天科普沉浸式体验空间,以6大主题展区和交互装置,成为亲子研学热门点位;石景山区的首钢园打造“赛事+文旅”,让游客在工业遗迹中感受现代都市活力。

中心城区与京郊互补格局成型。北京构建起中心城区与京郊协同互补的文旅格局,既满足了市民游客对历史文化、都市休闲的需求,也为京郊乡村旅游注入新动力。首次推出的6条“漫步北京”Color Walk城市微旅行精品线路,串联起历史文化点位、潮流地标与科创聚场,吸引众多市民游客纷纷参与。其中,东城区“丹映隆福”线,将77文创园的艺术氛围与隆福寺的传统韵味完美融合,西城区“湖韵西四”线,让游客在白塔寺的古建光影中感受老城新生,海淀区“蓝润四海”线,串联起北京动物园、五塔寺等景点,成为亲子家庭的热门选择。京郊旅游持续升温,成为市民漫步“微度假”首选。围绕“音乐、亲子、休闲”三大主题推出的京郊漫游线路,精准对接不同群体需求。全市首次发布的“绿道村咖地图”,整合多条旅游休闲绿道及129家特色乡村咖啡馆,为游客提供了多样化度假选择。世园国际旅游度假区举办的超级草莓音乐节,集结五十余组国内外艺人,用潮流音乐点燃假日氛围。

智慧化、精细化管理护航假日出行。“漫游京郊”微信小程序的“大假AI智能体”,为市民游客定制专属游玩攻略,成为畅游京郊的“智能向导”。此外,强化全市“八站两场”交通接驳服务,同时联合滴滴出行发放出行消费券,方便游客出行。