

党建引领“灯塔”闪耀

福田康明斯党委以“红绿双螺旋”激活合资企业发展新动能

■本报记者 杜兰 通讯员 徐海超

北京市“两优一先”

在中国共产党成立 105 周年之际,北京市“两优一先”表彰大会于6月29日隆重召开。中共北京福田康明斯发动机有限公司委员会(以下简称“福田康明斯党委”)凭借其独特的党建实践与发展成就,荣获“北京市先进基层党组织”荣誉称号。这家由北汽福田与美国康明斯以50:50比例组建的合资企业,用18年时间走出了一条从“合资”到“合赢”的跃升之路,生动诠释了“党建强、发展强”的时代命题。

破解合资治理难题

在福田康明斯,党建是企业治理的“定盘星”。面对中外合资企业在治理结构、文化融合等方面的天然挑战,福田康明斯党委创新构建“红绿双螺旋DNA”党建模式:以“政治红、组织红、奋斗红”筑牢红色基因,以“技术绿、人文绿、生态绿”培育绿色动能,让党的领导与企业发展战略如同生命双螺旋般相互缠绕、协同进化。

党委通过“三条主线”将党的领导深度嵌入公司治理:在决策环节,坚持党组织研究讨论作为董事会、经理层重大事项的前置程序,近五年,召开党委会72次,仅2025年就召开党委会20次,审议近百项议题;在干部管理上,系统构建“选育管用评”全链条机制,前置研究干部任免19次,涉及66人;在监督保障上,聚焦采购、质量、物流等关键领域,构建全链风险防控体系,以铁的纪律筑牢“防火墙”。

面对多元文化背景,福田康明斯党委主动发起并主导全员文化大讨论,精心提炼“擎红”文化体系——以“擎引绿色未来、共创美好生活”为使命,以“正直诚信、敢闻敢试敢赢”等为社会主义核心价值观,文化认同度



北汽福田康明斯“新质动力 智造生态”制造技术节现场。

高达97.6%。从创作司歌《闪耀福康》到选树全国劳模刘学等近百名“行动榜样”“文化大使”,从全媒体宣传体系到传播声量破亿的立体传播,党委将文化软实力转化为企业发展硬支撑。

激活“红色引擎”

充分发挥党建引领作用,福田康明斯党委创新应用“三大指数”体系:党委领航指数聚焦政治建设、思想引领、社会责任等维度,年公益服务超30000小时,推动绿色转型年减碳4079吨;支部堡垒指数全面推行“一支部一品牌、一支部一项目、一支部一工作法”,年均主题攻坚50余项,实现安全零事故,孵化专利344余项;党员先锋指数通过“积分制一示范岗一突击队”联动,培养出全国劳模刘学、全国技能大赛冠军郭栋梁等高能产业

工人队伍。党建引领的最终成效,体现在高质量发展的硬核实力上。在福田康明斯发动机工厂,AGV自由穿梭、机械臂有序作业、机器狗自动巡检——这座占地32万平方米的“灯塔工厂”,代表着全球制造业智能制造和数字化最高水平。

工厂里有一个特殊的“未来工位”,集成了视觉拧紧定位、人形机器人分拣等13个核心智能模块。这座工厂2020年获评“灯塔工厂”,2025年入选工业和信息化部卓越级智能工厂,构建起覆盖设计、生产、物流、运维全链条的智能制造体系。

共筑“现代桃花源”

置身国家发展大势,福田康明斯发挥党委作用,以“红绿双螺旋”为牵引,融入北京首善之区建设,在合资企

业中构建起一座科学决策、稳健发展、员工幸福的“现代桃花源”。通过引领奋斗,以共谋、共创、共赢、共享的“幸福家”作答:从2008年成立党委至今,福田康明斯累计销量超290万台,总利润超100亿元,拥有专利634项,荣获全国工人先锋号、北京市思想政治工作先进单位等省部级以上荣誉100余项。促进企业发展,始终把竞赛绑在生产痛点上,累计降本近亿元,员工参与率100%;维护职工权益,把服务做到工位旁,免费洗车、福利租房、咖啡进厂等TOP10实事全部落地;精准关爱覆盖700余人次困难帮扶、2000余人次心理健康服务,让每一位奋斗者都有舞台、有成长、有尊严,共同打造了“现代桃花源”。

“红色引擎”与“绿色动力”的深度融合,正驱动着这家合资企业在新时代的征程上,向着“成为绿色动力引领者”的目标加速前进。

■企业/供图

京仪装备开展儿童罕见病公益捐助慰问活动

本报讯(记者 崔紫阳)近日,“京仪心愿”志愿者代表再度走进首都医科大学附属北京同仁医院,开展儿童罕见病公益捐助慰问活动。这是京仪装备连续第二年与同仁医院携手合作,聚焦视网膜母细胞瘤、神经母细胞瘤、恶性软组织肉瘤等儿童罕见恶性实体瘤群体,以持续行动践行企业社会责任,传递节日温暖。

同仁医院儿科作为国内儿童罕见恶性实体瘤诊疗的主要机构,自2005年起率先推行儿童肿瘤多学科诊疗模式,并设立视网膜母细胞瘤专属诊疗病房。该类疾病整体发病率极低,多数病种仅为百万分之一至二,但治疗周期长、康复难度大,长期专项治疗与手术移植让无数普通家庭背负着重重的经济压力与心理负担。作为国内复发难治性儿童肿瘤的主要接诊单位,同仁医院每年接诊大量来自全国各地的疑难重症患儿,以精湛医术和仁爱之心为孩子们筑起生命防线。

捐赠仪式现场,同仁医院儿科主任张谊在致辞中呼吁更多爱心企业和社会力量关注儿童肿瘤群体,为孩子们们的持续治疗提供支持。京仪装备副董事长赵力行表示,两年来,企业坚信公益

不是一时的热度,而是长久的坚守;帮扶不是一次的仪式,而是持续的守护。本次慰问活动持续落地精准帮扶,专项资助9名罕见病重症患儿,为每位孩子拨付5000元至一万元不等的专属医疗救助基金,所有善款专款专用,全部用于后续诊疗、康复养护与复查开支,切实缓解重病家庭的就医压力,杜绝因费用问题中断治疗的情况发生。

活动现场,家属代表讲述了艰难的抗病之路,表达了对京仪装备的深深感谢;去年受助患儿家属通过视频短片分享了孩子基本痊愈、回归正常生活的喜讯;今年捐助的患儿家属也在短片中表达了对企业善举的浓浓谢意。随后,京仪装备代表与院方完成捐赠款交接,海润基金会向企业颁发荣誉证书,同仁儿科回赠“捐资护幼惠泽稚童,欢聚瑞阳情暖医心”锦旗。

京仪装备表示,未来,公司将持续深化与同仁医院的深度联动,依托优质医疗资源,持续推进儿童罕见病公益帮扶,以务实行动守护每一个脆弱而顽强的小生命,助力儿童罕见病救助体系建设,让每一份童真都不被病痛辜负,让每一次坚持都能迎来自向阳新生。

同仁堂为“文化和自然遗产日”添香增色

本报讯(记者 贾玎珂)近日,北京市东城区文化和自然遗产日系列活动之“非比寻常 寻美东城”非遗雅韵漫游活动在龙潭中湖公园拉开帷幕。北京同仁堂科技发展股份有限公司(以下简称“同仁堂科技公司”)携“本草之约”系列香产品亮相非遗市集,成为现场一大亮点。此次参展不仅是同仁堂科技公司展示“药香同源”文创成果的重要窗口,更是企业在大健康消费领域的一次生动实践。

同仁堂科技公司现场带来了刚刚入选第一批《北京市档案文献遗产名录》的《种杏老人遗墨》。这份承载北京城市文脉的珍贵档案瑰宝,展区增添了厚重的文化底蕴。

同仁堂科技公司的展位采用中式美学风格,设有闻香区、试香区及香囊DIY体验区,并安排了书签盖章互动环节。工作人员耐心为市民讲解每一款香品背后的方剂故事。明星产品“苏合悦馨”“四季合香”“安平香”及中药香

饰、香囊等吸引了众多游客及参观者驻足体验、产品咨询购买。

同仁堂科技公司已先后研发“安平香”“安康香”“同仁香礼”“苏合悦馨”“苏合悦馨 复方精油”“四季合香”等产品系列,凭借一百余款文创香产品,构建起涵盖中式熏香、中药香饰、香囊、精油香薰等品类的香文化产品矩阵。所有产品的灵感均源自同仁堂经典名方,如牛黄清心丸、苏合香丸等,真正实现了“药借香气,香借药性”的中医内病外治理念。

同仁堂中医药文化本身就是国家级非物质文化遗产,“药香同源”正是这一文化的自然延伸。从“药”到“香”,从“治病”到“养心”,体现了老字号在文创趋势下的主动破圈。东城区非物质文化遗产保护相关负责人表示:“同仁堂的参与,让非遗从博物馆走进市民的日常生活。尤其香产品这种可闻、可戴、可用的形式,特别有利于非遗的活态传承。”

2026 北京公园艺术季开幕



北京公园艺术季演出现场。

■记者 董一鸣/摄

本报讯(记者 夏晖)6月29日,第三届北京公园艺术季在国家植物园(北园)开幕。据北京市公园管理中心相关负责人介绍,即日起至8月底,近200项文化艺术活动将在全市各大公园轮番上演,涵盖无界展览、风物集展、参与共创、沉浸体验、文化雅集、京津冀联动六大板块。其中,本届公园艺术季首次设立京津冀联动板块,将以艺术为纽带,推动京津冀文化旅游协同发展。

第三届北京公园艺术季由北京市园林绿化局、北京市公园管理中心、中国文化艺术发展促进会、首都文化科技集团有限公司联合主办,各区园林绿化局协办,全市相关公园承办。

陶然亭、紫竹院等文化气息浓厚的公园设立“艺术工作坊”专区,围绕中国园林美学、古典诗词意境等主题,开设面向全年龄段的园林模型搭建、古典纹样拓印、非遗手作体验等活动,引导市民以“创作者”视角,在亲身实践中深化对公园文化与中华美学的理解。

夜幕降临,公园的艺术魅力仍在延续。北海公园“印·静心”夜游活动、香山公园“香山奇妙夜”、中国园林博物馆“盛夏园馆奇妙夜”等夜间体验项目,让游客在星光与灯火中感受园林的别样韵味。龙潭中湖公园“摩天轮之夜”、北京世园公园“世园之夜消夏避暑季”也将为市民提供消夏夜游的好去处。

颐和园、天坛、北海等皇家园林作为暑期旅游的“必打卡”场所,市民游客可以在北海公园阐福寺领略中国文促会中国画作品邀请展的风采,在景山公园观展欣赏六省中国书画精品邀请展。颐和园博物馆的“晋国霸业——山西出土两周时期文物精华展”、天坛公

园北神厨东殿的“文明溯源——牛河梁红山文化专题展”等重磅文物展,让历史与艺术在园林中对话。陶然亭公园恽南轩的当代油画名家联展、中山公园惠芳园的当代名家书法作品展、香山公园见心斋的“遇见美好”摄影作品展,都将带来不同艺术门类的视觉盛宴。紫竹院公园则将推出“案上山水——文房雅器与精神世界”展、“长夏清供:古人的消闲美学与诗意栖居”等一系列雅致展览,为游客带来沉浸式的文化体验。

在艺术共创板块,将邀请游客共同体验非遗新传,与非遗传人、当代设计师、艺术家现场合作,在公园的古建筑、特色空间内,以插花、拓印、制香、盆景、螺钿等传统技艺为元素,体验创作符合现代审美的艺术作品。颐和园暑期“飞羽观察员、玉渊潭科普夏令营、路县少年说”暑期集训营等自然教育类活动,为暑假中的孩子们提供了亲近自然、学习历史文化知识的好去处。

暑假期间,紫竹院公园将举办“荷间音画”“竹荷唱晚”等多场晚间音乐会;玉渊潭公园中堤南口的“百花声度”“湖畔琴韵”以及七夕专场“湖光情歌鹊桥相会”,让音乐与湖光夜色交相辉映;香山公园致远斋的“松静清音”、天坛公园的袁莎国风心赏暨第十八届天下筝会等演出,将在历史名园中奏响天籁之音。

本届公园艺术季首次设立京津冀联动板块。张家口文化艺术季将分别走进陶然亭公园和玉渊潭公园;蓟州特色文旅日、河北吴桥杂技巡演、雄安新区文旅特色推介也将在7月、8月陆续登场,以艺术为纽带,推动京津冀文化旅游协同发展。

首开亿方物业健全服务体系锻造特色品牌

本报讯(记者 郭雨)清晨七点,北大红楼还未对公众开放,保洁人员已开始一天中第一轮精细化保洁——不同于普通楼宇的日常打扫,这里每一块砖缝、每一处窗框都要做到无尘化管理,文物陈列柜的玻璃面甚至不能留下一丝擦拭痕迹。同一时刻,香山革命纪念馆的秩序引导员正在复演当日的访客动线,蒙藏学校的会服人员也在对照标准流程最后一次确认接待细节……这些场景,是首开集团亿方物业公司日常服务的缩影。从红色场馆到中小学教室,从政务窗口到商业写字楼,这家国有物业企业正以持续健全的综合服务保障体系,在多个细分领域锻造具有首开特色的服务品牌。

将服务质量置于首位,是首开亿方物业一以贯之的准则。结合各合作单位的实际需求,企业不断完善服务体系、细化工作流程、优化服务方式,扎实做好各项服务保障工作。凭借稳

定的服务质量和良好口碑,亿方物业的服务范围逐步拓展——目前覆盖政府楼宇、商业写字楼、军队营区、医养机构、学校、街区、文体场馆等多个类型,现有在管项目67个,总管理面积超过265万平方米。

统一的作业标准,是服务稳定运行的基石。结合多年物业服务经验,首开亿方物业系统梳理各甲单位的服务重难点,编制了一系列图文并茂的作业规范——会议服务怎么做、前台接待如何应答、突发情况怎样处置,每一项工作都有清晰的流程与明确的要求。围绕这套标准,企业定期组织礼仪规范、保密管理、应急处置等专项培训,帮助员工熟练掌握岗位技能。日常工作则坚持“检查—复盘—整改”的闭环机制,确保每一条要求都能落地生根。目前各服务项目运行平稳,未出现重大失误、有效投诉及安全事故,各类突发情况均得到妥善处置,专

业表现赢得合作单位一致认可。

做好服务,人才是根基。为持续输送专业化服务力量,首开亿方物业积极探索校企合作新模式,搭建了“校园培养+企业实训+定向就业”的培养链条。业务骨干和在岗主管理走进院校课堂,将会务接待、现场操作、应急处置等实际工作内容融入教学,把岗位标准和实操经验前置到学生的日常学习中。

这一模式既缩短了新员工的上岗适应时间,降低了企业培训成本,也为一线岗位实现了持续稳定的人员供给,形成了院校育人、企业用人、学生就业三方共赢的良性循环。

依托成熟的服务规范和人员队伍,首开亿方物业针对不同服务场景,逐项量身定制保障方案:在红色场馆,企业贴合北大红楼、蒙藏学校、香山革命纪念馆等点位的运维要求,实行分时段精细化保洁与文物周边无尘化管

护,严格落实访客动线秩序引导和应急人流分流。全员还须通过“红色礼仪”“场馆保密”等专项岗前培训,规范仪容仪态与问询应答标准,严守首都红色文旅服务的高要求。

在中小学校园,服务保障更显温度。每逢中考、高考,工作人员提前完成考场布置、全域消杀和设施检修,并实施现场降噪管控,为学子营造安静整洁的考试环境。遇传染病高发时段,则加密教室、楼道等公共区域的消杀通风频次,牢牢守住校园卫生安全底线。在政务医疗服务领域,针对保健中心出入境体检、预防接种、健康证明办理等核心业务,企业打造了特色医辅配套服务——精选专业人员承担窗口辅助与人员引导工作。同时严格按照医疗管理要求,分区域、分时段开展保洁消杀,规范处置医疗废弃物,全力保障诊疗区域的环境安全。

“「在水立方」音乐季”唱响水立方

双奥场馆打造复合型演艺中心

本报讯(记者 马丹丹)6月27日,2026年国家游泳中心(水立方)全新自有演艺IP“「在水立方」音乐季”正式开场。这场专为青年打造的沉浸式音乐嘉年华,标志着这座转换效率超高“双奥场馆”再次展现出“无限可能”,向着打造集音乐演出、亲子演艺、潮流粉丝消费于一体的城市复合型演艺中心全力进发。

六大主题音乐现场 燃爆北京奥运夏夜

本次“「在水立方」音乐季”系列活动计划持续至7月12日,六大主题专场演唱会将集结流行、民谣、摇滚、国风等多元风格,家族先生、李常超、Winky诗、司南、旅行团乐队等不同风格的歌手将相继唱响水立方。

音乐季精准瞄准青年消费群体,打造差异化精品演出体验,与鸟巢大

型万人巡演形成鲜明互补。不同于大型户外场馆,水立方单场开票规模约4500张,观众与舞台距离更近,临场氛围感、互动感拉满。同时,演唱会深挖场馆水滴膜结构建筑特质,定制专属水韵沉浸式舞美,打造独一份的蓝色水上演艺视觉标识,善用场馆水元素丰富音乐季呈现形式。同步整合场内多元配套业态,搭建集观演、休憩、消费于一体的一站式歌迷服务体系,以“特色舞美+完善配套”精心打造水立方专属演艺IP。

水立方场馆作为“演艺中心”,将为流行、摇滚、国风等多维音乐类型提供梦幻舞台,打造兼具国际视野与东方美学的地标性演出IP,覆盖多圈层青年的审美需求,打造专属年轻人的沉浸式音乐嘉年华,精准撬动青年文化消费市场。

未来,也希望这一IP持续引入更多兼具人气与实力的音乐人,让“去水

立方听一场演唱会”成为北京夏夜的流行语,让音乐与建筑、艺术与地标在奥林匹克舞台上持续共鸣。

多元演艺矩阵 全民场馆内容不设限

除了面向青年人的演唱会,国家游泳中心的“演艺中心”也在音乐季后的规划中,即将面向儿童和亲子家庭推出《海底小纵队探险水立方》儿童剧。该剧目将与“「在水立方」音乐季”形成青年、亲子双演艺矩阵,覆盖更广泛的年龄段客群。

该剧目完美融合场馆水属性,依托场馆泳池实景创新打造“海底”演出场景——角色驾驶摩托艇水上登场,专业跳水运动员同台演绎,水上实景特效配合高频亲子互动……打破封闭剧场儿童剧的传统,“海底小队”将带着暑期亲子家庭客群“畅享”水

立方。

以“「在水立方」音乐季”为常态化年度核心演艺IP,引入亲子剧目驻场演出,融合各类文化艺术活动举办,更叠加今年以来场馆“宠粉空间”运营以来的服务配套升级,国家游泳中心演艺中心打造已初具规模,场馆赛后运营规划的“运动、演艺、微度假”三个中心构想也正逐步成型。

据了解,“「在水立方」音乐季”和《海底小纵队探险水立方》儿童剧开票以来,已经吸引了北京当地和京外客群的广泛关注,购票数量持续增加。国家游泳中心打造“演艺中心”,创新构建“演艺+消费+社交”复合场景,打破传统奥运场馆功能局限,深挖场馆商业潜力,持续释放“双奥场馆”文旅融合经济红利,以系列化音乐IP的常态化运营,为北京“超级周末”式文旅旅融合消费生态注入长效动能。