

2018“首都国企开放日”集中展示改革开放40年来重大成就

四十年峥嵘成就非凡 新时代国企创新启航

□本报记者 王路曼 马超 盛丽 白莹 边磊 张晶 陈曦 唐诗/文 周世杰 于佳 彭程 孙妍 万玉藻/摄

昨天，第三届“首都国企开放日”正式启动，活动以“四十年峥嵘岁月，新时代再谱新篇”为主题，充分展示改革开放40年以来的首都国企的巨大变迁和辉煌成就，进一步深度挖掘首都国企改革开放以来所做的努力和贡献，唱响首都经济改革开放的新时代强音，宣传新时代、新国企、新风貌，以实际行动献礼改革开放40周年。劳动午报记者兵分多路，分别走进与百姓息息相关的企业，带您探寻几十年来国企改革创新亮点。



牡丹集团 不一样的“中国之花”

“没有想到，小时候看的牡丹电视，如今已经发生了这么大的变化。”昨天，在北京电控所属牡丹集团开放线路上，近500名参观者与这支“中国之花”——牡丹品牌，进行了亲密接触。无数参观者惊喜地发现，在经历40多年发展里程的牡丹集团，如今已经从“牡丹电视”转变成为了立足于现代科技和信息服务业的“智慧牡丹”。

作为北京电子工业著名的传统电视生产商，牡丹集团在历经40多年的发展历程中，共有三次重大的产业战略选择和两次重要的战略转型。在工业经济时代，主要从事传统电视制造业，创造了家喻户晓的“中国之花”——牡丹品牌；在服务经济时代，主要从事科技和信息服务业，发展建设了北京的亮丽名片——“中关村数字电视产业园”；在数字经济时代，牡丹立足于现代科技和信息服务业，实施互联网+、物联网+、AI+行动计划，并以智能制造服务(IMS)云平台为核心，主要从事智慧园区、智能科技、智慧解化、创意文化和智能资讯五个业务门类，致力于成为行业领先、国内知名的智慧科技型信息服务方案提供商和服务供应商。

在一幅长长的“北京电子工业改革开放四十年展”前，很多市民被展出的大小黑白电视，带回了上个世纪八九十年代。而随着参观线路的逐渐深入，以“智慧牡丹”为主题的五大展区，让参观者看到了不一样的“牡丹”。本次开放活动，牡丹集团围绕“创业、创新、共享、共赢”的企业理念和“资源有限、智慧无限”的无边界产业发展模式，集中体现“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念，五大展区中全面展出了牡丹集团最新的创新成果。

最闪亮的篇章当属“IMS云平台全球数据中心”首次向社会公众开放，它炫酷的视觉效果吸引了众多参观者。“IMS智慧+云平台是我们十多年社区式智慧园区建设的精华荟萃，是代表国内先进高精尖技术水平和建设运营理念的，可以广泛应用于城市社区、工业园区和农业生态区、特色小镇的系统产品。”现场工作人员介绍。

CPOP剧场的全息芭蕾节目将真人与虚拟现实融为一体。激光电视、DTMB(国标)传输系统、虚拟复建开发平台等数字艺术产品将集体亮相。观者在虚拟现实、增强现实和3D场景的体验中，在研发装备和系统平台的演示中，体会“流光溢彩的创新”所带来的“唾手可及的精彩”。让参观者直呼：“看到了一个不一样的‘中国之花’。”



中建二局 新科技智造“冰坛”

冰壶场地与速滑、花样滑冰场地有何不同?国内首块奥运标准冰壶冰场是怎样制造的?“冰坛”之名从何而来?速滑划过的“冰痕”幕墙是怎么造出来的?既然称为“冰坛”，又如何能在冰上建出屋顶花园?昨天，首都市民走进中建二局冬季运动管理中心综合训练馆项目(“冰坛”)。

在大门口处的VR体验室内，一位来自利比亚的留学生易卜拉欣正在体验高处坠落事故，失足坠落的逼真感让他连连惊呼。摘下VR眼镜后，他竖着大拇指对项目管理人员说：“中国的安全教育居然能跟VR结合起来，真得太厉害了!我相信你们的工人一定不会再犯这种错误了!”

隔壁的“智慧工地”展览里，一群来自史家胡同小学的小朋友正挤在一个触摸屏前，来回点击屏幕来试用工地上无处不在的监控系统。“冰坛”项目所运用的“智慧工地”集成系统不只是传统的监控录像，还包含了消防监控、大型机械智能监控、红外对射监测等多种功能。

更加刷新大家认知的是带有GPS功能的安全帽。与传统安全帽不同的是，这些安全帽能被随时定位，管理人员可以在智慧平台上准确查看场内工人的个人信息、姓名、所属队伍、工种、进场时间、安全培训记录和即时位置。现场不时有市民拿起几顶安全帽测试定位功能，小学生们则看着屏幕上移动的光点判断着这是哪位工人的行走轨迹。

BIM 5D展示区里，北京建筑大学的学生王祥瑞正聚精会神地听着讲解员介绍，“冰坛”项目在基础BIM运用的基础上融入“时间进度信息”与“成本造价信息”而形成的5D运用。他感慨不已：“老人调侃我们搞建筑的就是‘搬砖’今天看来我们建筑业也是‘智’造业，希望毕业后有机会进入中建二局工作。”

据介绍，“冰坛”建成后将成为短道速滑和冰壶运动的训练和比赛场地，其外形由一道道不规则的线条构成，对应短道速滑运动冰面上的一道道痕迹，因此被称为“冰痕”幕墙。现场解说员为市民们讲解了“冰痕”幕墙的设计理念和安装原理。横向展开的条形窗，不仅更好的契合了不同类型房间对于采光的多样需求，还在四季均能保持室内光线充足，实现节能环保。

“时间过得真快，建筑行业的发展真是翻天覆地，盖房子也从30年前肩担手提的人工时代，经历了机械化施工时期，走进了现在的智能化建造时代。”“冰坛”项目书记赵卫全介绍说。



公交集团 游戏互动体会40年变化

昨天，众多市民和公交迷在“专题展览”“现场表演”“游戏互动”和“交通体验”4大门类10项文化展示活动中，感受公交变化。

“40年，公交的变化真是太大了。”市民张秀华站在展板前，看着一幅幅老照片，回忆着公交变化的点滴。

为了这次展览，北京公交集团官方微博、微信和网站，面向市民、公交迷和新闻媒体公开征集1978年以来与北京公交相关的老照片、老故事，并且甄选出富有代表性、故事性、时代性的优秀作品集结成展。场地内施划跑道标线，将公交保修推作业转化为亲子互动游戏，邀请市民以家庭或情侣，选用公交车、小汽车或摩托车等不同规格的车轮，开展滚车轮接力竞速挑战赛。主会场东侧长廊中一场别开生面的公交老物件文化交流大集，数十位公交老物件收藏爱好者带来的珍藏品成为现场观众关注的热点，以实物展示的形式为人们鲜活讲述着改革开放以来北京公交的历史变迁和城市生活的时代发展。

在安全训练营中，孩子和市民深度互动体验交通安全知识。在这里，孩子能够在模拟机上体验实际道路驾驶的感觉，做一回“小交警、小司机”；与交通民警近距离交流互动学习道路交通安全常识。通过模拟实际道路情况，以游戏的方式让孩子们分别扮演交警、机动车驾驶员、骑车人、行人等不同角色，切身感受交通安全的重要性。公交驾校交通安全训练营通过生动有趣、寓教于乐的形式，使孩子们在参与活动的过程中，树立交通安全防范意识，掌握交通安全知识，提高自身防护能力。

如今，公交使用的车型也发生了很大的变化。活动现场举办了新能源公交全明星车展，市民可以直观欣赏到北京公交12种主力新能源车型，涵盖纯电动车、双源无轨电车和插电增程车三大门类的电驱动车，囊括了“中国红”18米纯电动、“电鲶鱼”18米双源无轨电车、“小黄蜂”6米油电混动等网红车型，市民可以登上车厢切实感受。

“这个模拟驾驶体验真是太炫酷了。”在公交车模拟驾驶体验区，市民小李在虚拟实际道路中体验公交车驾驶。在公交考务中心模拟驾驶室大厅一共设置了50台模拟机市民可以上机体验。值得一提的是，多位改革开放40年来不同年代的优秀驾驶员代表，特别是已退休劳模驾驶员，还在现场辅导市民进行模拟驾驶体验，为市民讲述公交车辆技术水平的发展和驾驶环境、技巧的变化。



首发京开“红窗口” 服务市民便利出行

走过高速，见过收费站，可是，您是否真的了解。昨天，40余名市民走进首发集团京开分公司青云店收费管理所，看看收费所的工作是怎样的。

作为老国企，成立至今已近30年的首发集团，此次集中展示改革开放以来的“适需服务 畅行高速”品牌建设的“成绩单”，为参观者带来了更多鼓舞人心的最新消息，看到充满创新与动力的“新时代国企”。

在讲解员的引领下，市民朋友首先参观了企业文化展馆，并通过服务礼仪体验展示让大家全方位了解收费员工礼仪动作标准。随后，参观了驻地图书阅览室、党建文化长廊、党员工作室、监控中心等工作生活场所，对首都高速公路各项工作开展和驻地“家”文化建设有了全面细致的了解。

“没想到，数钱还有这么多方法，还有一个好听的名字‘花式点钞’，原来收费员每天都要练习数钱，熟练业务。”参观者里有很多小学生，他们经常坐着家人开的车通过收费站，但是对于岗亭里的收费员的工作性质并不熟悉。张磊就是其中一名，他告诉记者，自己很想走近这些叔叔阿姨，了解他们的工作场景。

在三层党建长廊及党员活动室，“红窗口”的灯箱展板令人驻足。“2015年，首发集团公司‘适需服务 畅行高速’的文化品牌被评为全国交通运输行业十大文化品牌。在集团公司品牌的引领下，2017年初，京开分公司正式启动品牌再塑工作。”首发集团京开分公司经理助理兼党群工作部部长赵琳告诉记者。

作为集团下属二级单位，京开分公司负责北京市内京港澳、京开、六环路部分路段、京津、京昆以及京台高速的运营管理。去年，京开分公司启动“红窗口礼仪训练营”，组建礼仪示范团队，聘请内部培训师形成全员礼仪培训长效机制。开展美妆季，提升服务形象，以客户体验为出发点，将子品牌建设与实际服务相结合。

赵琳说：“‘红窗口’是一种工作标准，它代表了高速公路运营行业的服务态度；‘红窗口’是一个宣传渠道，它展示着企业的发展建设成果；‘红窗口’是一个文化符号，它是企业向往与精神的结晶；‘红窗口’是一种美好向往，它象征着京开员工追逐阳光的信心与活力。”

如今，京开分公司——秋季服务品牌，八达岭分公司——田迎技师工作室，京开分公司——“红窗口”，安畅分公司——“一路有我”服务品牌，共同成为实践“适需服务 畅行高速”的文化品牌。



北京市政路桥市政集团二处 探秘“南水”蜕变

“水厂建成后，日处理能力可达18万吨，向周边居民和企业输送自来水。”昨天，北京市政路桥市政集团二处承建的黄村水厂项目迎来了近40人的市民参观团。

半天里，参观团通过展示介绍、现场观摩、亲身体验等真切体会了改革开放40年来首都国企在水务工程建设中取得的丰硕成果，近距离了解了奔流千里的“南水”在水厂中的蜕变过程和黄村水厂施工的火热场景，亲手揭开了“南水”变身之谜，与“南水”、与首都国企人结下了深厚情缘。

半天里，参观团通过展示介绍、现场观摩、亲身体验等真切体会了改革开放40年来首都国企在水务工程建设中取得的丰硕成果，近距离了解了奔流千里的“南水”在水厂中的蜕变过程和黄村水厂施工的火热场景，亲手揭开了“南水”变身之谜，与“南水”、与首都国企人结下了深厚情缘。

活动伊始，全国住建系统劳动模范、企业水务板块负责人岳仁峰致欢迎词，他从专业视角介绍了黄村水厂的整建建设概况以及个人成长的心得感悟。岳仁峰曾于2013年至2014年带领团队高标准建成南水北调工程进京第一座大型现代化水厂——北京郭公庄水厂，并且工期仅用了计划工期的一半，项目部还被评为“北京市劳模集体”。

“这是咱们建设人员休息和娱乐的场所，这是门禁系统，这里是高效澄清池……”活动中，项目人员借助黄村水厂的立体建筑模型、企业水务工作业绩展板、水务板块宣传片等形式，向参观人员全面展示了黄村水厂建设情况以及北京市政集团在水务工程领域的成果实力。随后，这些兼职“导游”们带领大家分批次进入到黄村水厂两大核心构筑物“高效澄清池”和“碳砂滤池”内部，详细介绍它们的主要功能、对“南水”的处理功效以及建设施工中的难点亮点，让参观人员近距离感受水工构筑物的宏伟和劳动者之美。

为了让参观人员对水厂施工有更加真切的体验，本次开放日在水厂施工区域专门设置了三项施工体验内容——使用高精度测量仪器、制作混凝土试块和管径“听漏”检测。

其中，在使用高精度测量仪体验环节，“全国交通技术能手”谭学刚以及北京“大工匠”提名人、首都劳动奖章获得者高学佳等测量专家在现场进行了专业指导，手把手教授高精度测量仪器的使用绝招，让参观者亲身感受精益求精、追求卓越的“工匠精神”，从而更好地理解黄村水厂活动尾声，参观人员纷纷走上黄村水厂“全景平台”，将水处理第一道关口“进水组团”、核心构筑物“高效澄清池和碳砂滤池”、最后一环“清水池”等尽收眼底。通过半天参观，市民们亲手揭开了“南水”变身之谜，近距离感受了建设者之美，与“南水”、与首都国企人结下了深厚情缘。



工美大厦 近距离体验文化魅力

“这是我们北京2022特许商品零售店，在这里您可以提前感受到冬奥会的气息，并选购最具时代气息、潮流特色的北京旅游纪念品……”昨天是“国企开放日”，在讲解员的带领下，60余名来宾到工美大厦工艺品商场参观、体验。从一楼到四楼，大家被琳琅满目的商品深深吸引，一名参观者感慨地说道：“这里真不愧是王府井大街上的一颗明珠。”

近年来，北京工美集团按照“政府引导、市场主导、企业主体”的原则，围绕“品牌化提升、特许式经营”的工作思路，坚持品牌化、专业化、国际化发展方向，持续加大资源整合与自主创新力度，有效促进了相关产业融合，按照市场规律不断完善品牌管理决策体系、产品研发生产体系、市场营销推广体系和质量认证监管体系，大力扶持、推进传统文化深度挖掘、名优产品融合创新、传统特产升级包装等产品研发项目，努力打造高品质、市场广泛认可的品牌核心产品。

“听说工美制作了不少‘国礼’，能让我们开开眼吗?”参观者话音刚落，讲解员指着身后的景泰蓝说，2014年中国APEC峰会期间，习近平主席和夫人彭丽媛送给各经济体领导人及配偶的礼品便是《四海升平》景泰蓝赏瓶。记者了解到，近年来，北京工美集团完成了许多国礼制作任务，被誉为“国礼造办”。而一般来说，国礼任务为多长时间、要求高，同时定制周期长。为了解决这一问题，北京工美集团依托多年来在承接重大国家级设计项目中积累的国礼设计制作经验，结合首都北京新的功能定位，提前设计、开发了一批以“燕京八绝”技艺为代表的工艺美术精品作为“储备国礼”。可以说，这些“储备国礼”既为北京留存代表时代最高水准的工艺美术精品，又为今后系列大型活动储备了各类优秀的国礼精品。

作为全国工艺美术行业的龙头企业，北京工美集团立足工艺美术主业，坚持“稳中求进、调中求新、坚持三盘”的方针，着力提升发展质量和效益，推动企业平衡充分发展。工美大厦工艺品商场相关负责人表示，为了适应时代发展，他们一直积极探索，不断改革创新，主要体现在三个方面，一是逐步将柜台打开，使柜台彻底变成开放式陈列。二是增加互动体验的变成柜台，商场不仅为了售卖，更多的是让客人感受，近距离体验文化的魅力。三是开发线上商城，将线上与线下结合，解决了交易便利的问题。



首农食品集团 打造“田间到餐桌”产业链

昨天，首农食品集团向广大市民开放了东、西、南、北四条主要参观线路共15个参观点，从食品加工到农耕文化，再到科普体验，每条线路都各具特色，并与市民的日常生活息息相关，展示了首农食品供应保障首都民生活的能力和服务品质。

“这是我第一次参加国企开放日的活动，感觉很不错。”当天，来自北京航天长峰股份有限公司的职工徐睿参与了首农食品集团西线的活动。西线主打饮食文化，她和家人首先参观了王致和腐乳科普体验馆。该馆全面展示了腐乳的历史文化、工艺和营养价值，通过寓教于乐的形式，为市民带来一场生动有趣的食品发酵科技之旅。

徐睿告诉记者，她家就住在附近，经常从这里路过，但是却不知道里面还有这样一个场馆。“之前，我一直挺好奇腐乳是如何生产出来的，得知这次活动后，就立刻报名，今天也是带着全家老小出动，来一探究竟。工作人员对于腐乳的生产过程讲解得很详细，而且还能现场品尝，既能长知识，还能饱口福，收获颇丰。”

与此同时，位于京粮广场的“首农食品大集”也在火热开展中。三元、八喜、古船、绿宝、王致和、六必居……京城百姓熟悉的诸多食品品牌一一亮相，这也是首农食品集团重组以来，旗下产品首次集中展示，各家企业铆足了劲头，带来的都是自己“名优新”的产品。

“如果不是参与这次活动，我还真不知道我们熟悉的那些品牌，已经成了‘一家人’。希望他们能给我们这些普通市民提供更多更好更优质的食品，让我们能感受到舌尖上的美好生活。”徐睿说。

首农食品集团是2017年12月，由首农集团、京粮集团、二商集团三家北京市属国企重组成立。集团拥有三元、白玉、古船等13个中国驰名商标；首农、华都、古币等25个北京著名商标；六必居、王致和、月盛斋等13个中华老字号和黑六、百年栗园、大红门、京糖等众多深受消费者青睐的知名品牌，具有较强的市场竞争力和影响力。截至目前，首农食品集团资产总额、营业收入双超1100亿元，员工近6万人。

“很高兴有这样的机会，能让市民全面了解我们的首农食品集团。”首农食品集团相关负责人表示，未来，集团将进一步推进农业供给侧结构性改革，促进产业结构调整 and 转型升级，完善首都食品从“田间到餐桌”的全产业链条，更加有效提升首都食品供给能力，全力确保食品安全，进一步提高服务保障水平。



同仁堂 老药铺里传承中医文化

昨天下午，市民们正在大栅栏同仁堂老药铺一层医馆内，体验包包包、用戥子抓药、并听取讲解员介绍同仁堂中医药文化。

“中医药文化，就是中国传统文化中的一颗璀璨明珠。中医药文化最大的一个特点就是传承，谈及中医药这门学科，最大的特点就是整体观念、辩证论治。举个简单的例子，夏季炎热，人容易烦躁，这就是人与自然的统一。辩证论治又是如何实现的呢?就是中医的四诊：望、闻、问、切。”谈及同仁堂的创新，医馆内的李医师继续介绍，“中药比较传统，我们同仁堂研制了许多新的剂型，比如说口服液、颗粒剂等。比如我们的健儿消食口服液就是一个新的剂型，方便儿童服用。儿童服用后是酸甜的口感，他们会接受，而不像大的药丸难以下咽。新的剂型是一方面，另一方面就是理念上的，现在同仁堂已经跨出国门，把传统文化推向世界。”

作为一个具有300多年悠久历史的中华老字号企业，同仁堂提出了“既是经营实体，又是品牌载体”的双轮驱动品牌文化发展定位理论。1992年以来，同仁堂集团传承与创新并举，逐渐成长为拥有现代制药、零售药业、医疗服务三大板块，三个上市公司，业务遍及五大洲，产品行销40多个国家和地区的现代化中医药集团。

在生产中，目前同仁堂在药品生产前处理方面仍然沿用5大类20多个工序、50多种炮制方法，在大部分制药工序已采用机械化生产的情况下，依然保持着人工挑拣原料、去毛、去刺等手工操作，以确保药效。在经营中，同仁堂1500多家零售药店，一直开展着问药咨询、代客加工、代客邮寄、代煎汤药、夜间售药、外币兑换等20种便民活动。

市民于此参观的大栅栏同仁堂老药铺，从初创时的三间门面房，到如今的一座精美仿古建筑，凝聚了十几代同仁堂人的心血。一层销售大厅的牌匾：“同仁堂”和两块匾联：“灵兰秘授”、“琼藻新裁”，以及李时珍铜像、柱匾、摆设，无不展示着同仁堂中医药文化。

在大栅栏同仁堂老药铺二层，讲解员指着取药处旁边，玻璃隔板后的药斗子介绍到，“现在大家看到的就是药斗子，为什么要这么设计呢?这一排排药斗子，中间大部分是常用的药，药方中经常一起使用的药也大都放在一起。这样设计第一是为了减少取药距离，第二是为了提高取药的效率，方便抓药。这种橱窗化的展示，同时也是为了向大家展示同仁堂的文化。”