经济日报 ECONOMIC DAILY

历史风貌保护与老旧社区改造同步推进——

老旧小区物业服务管理如何不缺位

经济日报·中国经济网记者 李佳霖 郭静原

城市家园

服务首都1500多个社区，依靠物业管理不断完善和创新，加快培育小区自我造血功能，首开房地集团作为北京市唯一的非经营性资产接收、管理、处置、运营的“航母”平台，在总结北京市开展以环境整治为重点的小区综合整治经验基础上，打造非经资产管理处置平台，协调推进老旧小区整治提升，用优质服务启动良性循环。

北京西城区广外街道老旧小区加装了电梯。 本报记者 李佳霖摄

服务首都1500多个社区、超百万户家庭；接收超过3000万平方米的老旧非经营性资产小区……如今，首开集团旗下的物业公司在管物业和非经项目面积近1亿平方米。近年来，首开集团提出“城市复兴官”理念，更加注重城市存量开发、更新、保护与升级。

一场突如其来的新冠肺炎疫情，让物业成为社区抗疫的重要力量。如何保障业主的生活质量和健康安全，如何实现社区全面有效管控？首开集团进行了有益探索。

封闭管理不留盲区

记者走进北京朝阳区胜古北里小区，只见往来人员都要先走过一条1米长的“红毯”，这段“红毯”暗藏“玄机”。据小区物业工作人员介绍，“红毯”下面铺设了消毒池，居民在上面走过，无需做停留就可以实现鞋底消毒，解决疫情防控“最后一百米”难题。

面对疫情考验，胜古北里小区所属物业公司——首开房地天岳恒物业就如何做好公共区域消杀、业主外出后消毒、严格出入管理等工作集思广益、各出高招，只为给居民筑起一道坚实的“防疫墙”。然而，1年以前，胜古北里小区还长期处于失管、失养、失修状态，道路损坏严重，业主私搭乱建随意占用公共区域，垃圾随手丢弃……居民拨打12345热线投诉成为常态。

如今，小区面貌不仅焕然一新，为了降低人员之间的接触风险，物业再次升级管控措施，在小区推广由公司自行研发的“码上通行”二维码识别系统。“居民在系统上实名认证后，每次出入小区，工作人员扫描其身份二维码便可放行，省时省事，实现社区管控零死角、零接触。”天岳恒物业前三门项目部负责人杨大龙告诉记者，众人齐心防疫，严防死守，各项工作有序开展，居民生活秩序井然。

天岳恒物业筑牢小区防控“堡垒”的经验做法，正是首开集团全力做好小区封闭管理和服务的生动实践。首开集团物业板块负责人介绍，从1月23日开始，集团召开防疫工作紧急部署会，拉开了防疫战斗的序幕。经过各基层单位实地勘察、分析归纳，特别是针对封闭管理难度大的老旧非经社区及零散户逐一攻坚，梳理出未实现封闭管理的主要原因，分类施策、对症下药。

“症结”找到了，难题破解步入“快车道”。“围栏行动”在开放式社区迅速展开。根据摸排和实地勘察情况，首开集团对能够进行物理封闭的出入口，调集物资、加派施工人员，加班加点甚至连夜赶工，完成封闭任务；“合纵连横”，针对所管相对集中具备相应规模又不能构成自身封闭的散户和胡同平房，积极与社区居委会和街道对接协商，构建大管理格局；“一处一策”，转变固有观念，打破管理界限，加强与属地社区协同合作，让封闭管理不留盲区。通过科学研判精准施策，升级完善智慧服务，实现在管的6026个小区院落全封闭管理。

补齐老旧小区短板

一场疫情再次暴露出很多老旧小区在社区治理、设施、服务等方面的诸多短板。老旧小区的“通病”，究其根本仍是物业服务管理的不到位甚至缺位。

北京东城区春秀路小区是首开房地首华物业接收的一处非经资产，属于上世纪80年代常见的国企职工宿舍。楼栋不多，楼层不高，一个小院儿住着402户人家，历史原因造成小区在接管前一度陷入半瘫痪状态。针对小区居民的意见，物业认真倾听，并逐年对小区公共设备设施实施更新改造，粉刷公共区域、LED节能改造、供暖管线改造、架空线入地……经过新一轮整修，春秀路小区旧貌换新颜。

“面子”有了，“里子”也得跟上。在春秀路小区二期，首华物业实施综合改造的同时，推行非经资产小区有安全防范、有绿化保洁、有维修维护、有停车管理的“四有”准物业服务，逐步建立居民自治管理组织，搭建议事平台，推进老旧小区物业管理工作。在小区生活了30多年的居民常慧林感慨地说：“邻里街坊都羡慕我们，称我们是特别不一样的社区。”

与春秀路小区类似的情况还有很多，这些老旧失管小区都在首开的努力下华丽转身，焕发新生。

石景山老山东里北社区提出“有机更新”，成立由首华物业公司代表、政府部门代表、设计规划师代表、居民代表、社区居委会代表五方组成的工作专班，所有涉及社区改造的议题，都得先拿到专班会议上讨论，致力于将老旧小区改造从简单的物质环境修补，转变为以综合改造、精细化治理与服务提升为重点的有机更新。

从进驻西城区禄长街19号院的第一天起，天岳恒物业在改造过程中就坚持物业管理同步实施，居民可通过“先尝后买”的方式享受物业服务。在小区东门的“19号院大邻里物业服务中心”，保洁员、维修工纷纷到岗，前来咨询求助的居民络绎不绝。“疫情期间多亏有了物业，小区才能真正实现封闭式管理。”居民孟阿姨说，住了多年，第一次享受到“管家式”服务，“为这样的服务付费，大家伙儿都愿意。”

2019年，首开房地集团被确定为北京市唯一的非经营性资产接收、管理、处置、运营的“航母”平台。“打造非经资产管理处置平台，协调推进老旧小区整治提升，符合国家战略，也顺应群众期盼。”首开集团党委书记、董事长潘利群说。

物业管理不断完善和创新，才能加快培育小区自我造血功能，用优质服务启动良性循环。首开物业板块负责人表示，每年都会对接管的老旧小区开展房屋普查和安全大检查，并根据检查结果制订年度修缮计划。下一步还将实行网格化管理，一个区域交由一家物业公司负责，方便属地街道与物业对接，开展精细化治理。

倾力打造宜居家园

实行垃圾分类，既是民生工程又是发展工程。5月1日，新修订的《北京市生活垃圾管理条例》正式施行，标志着垃圾分类由倡导转化为法定义务。垃圾分类进入“强制时代”，物业服务企业该如何行动？

4月29日，首开集团对全面推进生活垃圾分类和物业管理工作进行动员部署。集团结合实际，制定集团物业住宅项目、租赁房产和自营酒店等生活垃圾分类工作指导意见，成立生活垃圾分类推进工作领导小组，指导、监督检查、有序推进垃圾分类工作。

一手抓疫情防控，保障社区健康安全；一手抓垃圾分类，倡导绿色文明生活理念。通过疫情防控，属地及物业对社区的精细化管理取得了成效，首开集团把疫情防控中的好经验、好做法，转化为推进垃圾分类工作的优势，彼此相互结合、相互促进。

紫东公司以“红色”引领“绿色”，采取“党建+社会治理”模式，于4月30日携手303项目属地街道、甲方产权单位举办“党建引领垃圾分类宣传活动”，引导教育居民主动做好垃圾分类，共同营造美丽干净的宜居家园；天运公司5月1日携手东城区清水苑社区联合开展了《北京市生活垃圾管理条例》主题宣传日活动。向社区志愿者授旗、解读并介绍垃圾分类、开展有奖问答等趣味活动、垃圾收集车讲解演示，并对清水苑社区下一步联创共建等方面进行了深度交流；首华建设公司物业五处积极与街道环卫对接，确定垃圾对接点及收集时间，安排项目保洁人员按要求完成垃圾对接清运工作；反复检查设置分类垃圾桶、查缺补漏，并将收集来的各类垃圾集中后再次检查垃圾分类情况，及时纠正错误分类……

践行“城市复兴官”理念，在总结北京市开展以环境整治为重点的小区综合整治经验基础上，首开集团正以垃圾分类为新突破点，改善人居环境，提高生活品质，补齐城市功能，提升首都城市面貌，为美丽家园建设添砖加瓦。

城 事

广西桂林七星区激发广大市民参与文明创建——

『小舞台』增添了社区亮色

本报记者 童 政 通讯员 王亚东

“讲文明爱桂林，做最美桂林人。”洪亮稚嫩的童声朗诵回响在广西桂林七星区空明社区怡和东岸小区广场。日前，2020年七星区文明小舞台公益演出进社区活动拉开序幕。这台公益演出吸引了众多休闲锻炼的市民驻足观看，为空明社区增添了一份景致。

据七星区文明办有关负责人介绍，从7月底开始，该区将利用一个月时间，每周至少举办三场“文明小舞台”公益演出活动，在辖区36个社区进行巡回演出。该活动由艺术团体和青少年参与表演，以贴近生活、接地气的文艺节目展示社区文明风采和社区新变化，以“小舞台”传播“大文明”。在居民家门口举办活动，将文明的“种子”播撒到千家万户，激发广大市民参与文明创建的热情，营造人人参与创建的浓厚氛围。

与此同时，七星区还陆续开展了“点赞七星 共享文明”新时代文明实践文化志愿服务创文明城系列活动和创城文化惠民演出，以文化文艺活动、创意手工集市、公益培训课堂等群众喜闻乐见的形式，在辖区开展20场以上的主题宣传活动，吸引更多的市民参与创城、支持创城，增强文明意识，为文明城市创建贡献力量。

建设“城中村”崭新的安置房、居民楼外墙重新粉刷、破旧地面重新铺设、小区新划停车位……今年以来，桂林七星区联合全市市直包联单位，辖区内文明单位以及企业共同参与全国文明城市创建，从百姓最关心的事情做起，从百姓最不满意的地方改起。深入实施文明宣传、卫生整治、老旧小区改造、文明素质提升等工作，从社区硬件建设到居民文明素质等，都得到较大提升。

“经过改造提升的小区整齐干净，住着更舒心了。”小区的变化，让七星区空明社区居民李大姐颇为感慨。同时，七星区各街道和社区积极创新文明宣传模式，各种展示社会主义核心价值观和倡导文明风尚的文化墙和文明彩绘出现在辖区各个地方，不仅美化了环境，更给城市增添了一抹亮色，使广大居民在潜移默化中融入文明城市创建之中。

微 视

长春：

城市中的“流动图书馆”

三千册图书，一辆大巴车，穿梭在城市的街头巷尾。在吉林长春，长春市图书馆利用流动图书车，定期在市内15个固定服务点间巡回流动，为市民提供便捷的图书借阅服务。 新华社记者 许 畅摄

在长春市一处社区服务点，市民进入“流动图书馆”借阅图书。

市民在“流动图书馆”里看书。

通过差异化打造、多元化构建，为城市品牌注入新内涵——

青岛“品牌矩阵”在壮大

本报记者 刘 成 通讯员 刘耀泽

高质量的产品往往会成为其产地的代名词。提起“北方黄酒”，人们首先想到的是青岛市即墨区。提起即墨，这里还有为众多消费者提供私人个性化服装定制的酷特智能，占据法国冷柜市场份额三分之一的营上电器超低温冷柜，用高质量保障着千万人出行安全的森麒麟轮胎，用涓涓泉水疏解生活压力的即墨温泉，以及承载了每一代即墨人记忆的白庙芋头、金口芹菜……

走进即墨，“即发”“即墨老酒”“青岛正大”“琴岛电器”等地产品牌荟萃，品类繁多，遍及制造业、食品业、服务业等各行业，位居青岛各区市高端品牌培育企业数量总榜第二位，成为“品牌之都 工匠之城”青岛城市品牌软实力的强力输出。

城市品牌是一个地区高质量发展的关键，是地区综合实力的一张名片，是增强城市竞争力和促进城市转型升级的必由之路。近年来，即墨区把实施名牌战略、开发和培育优质名牌产品作为战略任务来抓，品牌队伍不断壮大。即墨现已累计创建琴岛牌电热毯、北洋牌烤鱼片、即发牌印染布、红妮牌针织内衣等山东名牌97个；培育即发集团股份有限公司、青岛酷特智能股份有限公司、山东英吉多健康产业有限公司、青岛森麒麟轮胎股份有限公司等6家山东省制造业高端品牌企业，成为即墨制造业最具特色的软实力和软资源。

作为即墨传统针织服装行业的龙头企业，1955年创立的即发集团有限公司拥有员工2万余人，是全国大型纺织服装、发饰品生产出口基地，2019年实现营业收入112.29亿元，在“2020年山东省民营企业品牌价值100强榜单”中，青岛即发集团股份有限公司位居第56位，品牌价值为43.33亿元。

“目前，我们正在致力于超临界二氧化碳无水染色技术的研发，建设了拥有完整自主知识产权的超临界二氧化碳无水染色小试和中试示范线。该技术的推广应用对我国纺织工业的发展和生态文明建设具有重要意义。”即发集团工作人员表示，越是传统企业，越要重视创新能力。即发集团早在1996年就成立了技术中心，2004年被认定为国家级企业技术中心。除此之外，依托“中国制造2025”和“互联网+”机遇，即发集团还在越南、柬埔寨建立了以ERP、MES、物联网、机联网为核心的信息系统，实现了生产运营各环节实时监控与设备的信息交互，极大地提高了管理效率和供应链的协同水平，推动企业由传统的大批量、大规模制造向柔性生产、敏捷制造转型。

在龙头企业的带动下，即墨区传统产业集群正加速科技创新，由产业链低端转向高端，集聚优势从低成本转向高创新，品牌企业向集群规模化、品牌化、高值化快速演进。

要增质，亦要提量。如何将现有地产品牌“矩阵”进行“扩容”，培育更多新品牌？即墨区以更开阔的品牌思维，基于品牌企业大力培育品牌产业，通过差异化打造，多元化构建，为即墨城市品牌注入新内涵。

为此，即墨区基于唯一性原则，充分挖掘城市独特的要素禀赋，找到城市的个性、灵魂与品质。加速推进即墨第一个国家地理标志保护产品“即墨黄酒”，通过创建黄酒博物馆，开发产学研一体路线等向更深层次挖掘黄酒产业价值，为品牌发展注入多元化元素。强化即墨淄湾紫蒜、金口芹菜、白庙芋头、即墨地瓜“三品一标”农产品的培育宣传和技术服务，不断提升市场影响力和知名度，支持“三品一标”产品参加全国性或区域性展会，积极争取相关农产品奖补政策，提高广大农产品生产者发展“三品一标”的积极性。

与此同时，深度培育质量奖梯队，调研摸底产值过亿元的企业106家，形成包含“中国质量奖”“省长质量奖”“市长质量奖”“青岛市卓越绩效标杆企业”4个层面的品牌建设梯队。今年一季度，即墨区商标申请量2538件，同比增长38.23%，居全省第4位，商标注册量1755件，居全省第7位；有效注册商标总量28846件，比2019年底增长6.16%，居全省第8位。今年上半年，商标申请量和注册量达到5000件和3500件。

本版编辑 陈 艳 陶 玛