

“莓”好红石崖，甜蜜走起

2025年青岛西海岸新区春季“海洋大集”暨第十五届雷家店子草莓节启幕

早报3月16日讯 3月16日,2025年青岛西海岸新区春季“海洋大集”暨红石崖街道第十五届雷家店子草莓节在红石崖街道启幕。

南依小珠山、北傍胶州湾,得天独厚的山海资源造就了红石崖街道宜人的气候和优美的生态环境,更是孕育了草莓这一方特色物产。现场发布了春日莓香·田园采摘、烟火民俗·欢乐大集、匠心传承·非遗手造、绿意诗行·公园漫步、文脉寻踪·馆藏拾光等五大草莓采摘乡村文旅产品,将采摘游、民俗游、非遗游、生态游等当地文旅资源进行整合串联,让市民游客在休闲观光中感受红石崖的独特韵味。“这里的草莓又大又甜,正好趁着周末和家人一起来红石崖踏青采摘、放松身心,零距离感受春天的浪漫。今年还增加了许多文旅新活动,非常有



草莓节引得游客纷至沓来。西海岸新区供图

趣。”来自李沧区的市民宋朋表示。

活动现场红石崖街道正式发布了草莓IP形象“红小莓”及16款动态表情包,旨在通过打造具有地域特色、亲和力强、传播力广的卡通形象,吸引更多人了解红石崖雷家店子草莓。未来,“红小莓”这一IP形象还将作为城市文化符号,融入红石崖文旅全场景,让广大市民游客关注红石崖、走进红石崖、爱上红石崖。

本届草莓节还精心设置了春季“海洋大集”——“红小莓”园游会系列活动,以多元场景激活消费新引擎。现场,通过特色市集、知识科普、游戏互动、民俗体验、非遗展示展演等五大板块活动,以沉浸式互动体验和消费新场景,吸引了众多市民游客参与。

(观海新闻/青岛早报记者 郭念礼 通讯员 杜飞桢 陶雯雯)

早报3月16日讯 2月19日,即热集团在其服务辖区内启动了全面入户走访活动,同步展开供热质量普查及用户信息确认工作,旨在通过与用户的直接沟通,广泛收集用户反馈,精准把握用户在供热方面的实际需求与期望,从而为后续优化供热服务提供有力依据。本次活动预计为期50天,共有60名工区服务人员和30名集团志愿者参与其中。目前,已深入走访31274户用热家庭,用实实在在的行动提升着供热服务质量。

走访3万余户用热家庭

供热服务作为民生保障的关键环节,直接关系到用户的生活质量与幸福感。本次走访活动目标明确,涵盖多个关键维度。首先是全面深入了解供热情况,通过与用户面对面交流,收集他们对室温、供热服务的满意度及意见建议,为后续服务改进提供直接依据。其次,核实并更新用户基本信息,建立详细的用户档案,借助智能化管理手段,实现信息的一键查询,大幅提升服务效率与响应速度。

在走访实践中,即热集团服务人员始终秉持着“用户至上”的理念,积极解决用户遇到的各类问题。2月25日,安居工区服务人员张健生在走访安居一区时,其中一户只有两位老人在家。考虑到老人身体欠佳且耳背,张健生在完成供热信息核对确认后,主动对老人家中



即热集团工作人员(右)入户走访登记信息。

供热设施进行全面检查,及时发现南向卧室一处管道三通漏水问题。安居工区立即主动免费对漏水点进行维修处理,并对室内供热设施进行冲洗,切实保障老人的温暖与舒适。

截至目前,即热集团供热质量普查及用户信息确认工作已为10580户填写资料,并将他们的需求记录在册,用实实在在的行动温暖着数以万计用户的心。

挨家挨户走访 只为“温暖即墨”

即热集团精准把握供热需求 多维度提升服务与用户体验

绘就民生温暖画卷

此次走访,绝非仅仅是简单的情况收集,它更是即热集团践行服务承诺、提升服务品质的有力彰显。通过与用户的面对面交流,集团不仅精准把握了用户需求,还及时解决了供热过程中出现的各类问题,为优化供热服务提供了直接且宝贵的依据。

即热集团董事长张冬冬表示,近年来,公司全面扩大服务范围,把以往协助用户处理室内漏水改为主动上门维修处理,试压期间共主动入户处理漏水191户。对上一供暖期所有拨打过政务热线和2次以上企业热线的1683户居民,逐一上门走访并帮其解决了相关问题。

为进一步提升服务效能,即热集团将原有的9个服务工区细致划分为17个,36个网格进一步细分成45个网格,使服务覆盖更加全面、精准。同时,不再聘用第三方供热服务队伍,通过内部挖潜,调动热源厂员工,开展校企合作,广泛征集企业内部志愿者等方式,成功组建了一支多达239人的志愿者队伍充实一线力量,不仅实现了用户诉求的快速响应,同时节约了400多万元的人力成本。(观海新闻/青岛早报记者 康晓欢 袁超 通讯员 王鹏 摄影报道)

讲文明 树新风 公益广告



践行环保 节约能源
降低消耗 低碳生活