

守护疫情防控常态化下的这片天空 民航人坚守阵地的182天

中青报·中青网记者 张真齐

看到“更改国际航班第一入境点”的消息后，北京首都国际机场（以下简称“首都机场”）运行控制中心应急业务经理车彦东终于可以放慢脚步，迎来推迟了两个多月的假期。

自今年1月新冠疫情暴发以来，负责制订首都机场防控方案和对外组织协调管控的车彦东就像个旋转的陀螺。他一边和同事们时刻沟通，关注最新的疫情动态，一边马不停蹄地收集整理疫情防控的资料，抓紧制订防控工作方案。“这是一场跟疫情抢时间的战争，每一分每一秒都无比珍贵，我不敢浪费。”车彦东说。

事实上，过去半年内，在全国的各大机场和航空公司里，有很多像车彦东一样坚守在抗疫一线的民航人。从停机坪到航站楼，从万米高空到行李搬运管道，都有他们忙碌的身影。

随着国内疫情防控常态化，中国民航业迎来不少新挑战。如何在保证安全的情况下，有序恢复航班运行，成为摆在所有机场和航空公司面前的难题。

守好“第一道防线”

“各大机场是防范境外疫情输入的第一道防线，如果防控措施有疏忽和遗漏，就会给首都北京的防疫工作埋下巨大的隐患。”在车彦东看来，机场的防疫工作既是重点又是难点，“我们的任务就是钉在首都机场，为首都疫情防控竖起一道坚固的屏障。”

据介绍，新冠疫情发生以来，首都机场集团公司按照上级决策部署，动员了1000多个基层党组织、1.4万余名党员和5万余名员工，坚守在空中门户的疫情防控第一线。

疫情暴发初期恰逢春运。“当时首都机场日均进出港旅客高峰达30万人次，仅体温检测一项任务就是个难题”，车彦东回忆，当时首都机场3座航站楼共有数百个国内进出港通道，此前测温设备并未普及。

“我们必须和疫情赛跑，时间就是生命！”这是车彦东当时脑海中浮现的唯一想法。

为了尽快拿出防疫解决方案，车彦东



①6月10日，2020年民航飞行员职业技能竞赛复赛在上海正式开赛。受疫情影响，各航空公司的飞行员普遍飞行时间减少。为防止飞行技能生疏，通过模拟机进行数字化精准训练成为国内各航空公司的必修课。

②各大机场是防范境外疫情输入的第一道防线，如果防控措施有疏忽和遗漏，就会给首都北京的防疫工作埋下巨大的隐患。在车彦东看来，机场的防疫工作既是重点又是难点，因此必须要在首都机场为北京的疫情防控竖起坚固屏障。

③作为境外输入疫情防控突击队副队长，路涛（右一）最熟悉的地方就是迎接国际航班旅客的首都机场T3航站楼D区。他说，回国旅客经过长途飞行后，往往身心疲惫，遇到滞留时容易情绪激动。越是这种时候，他们越要耐心、细致地工作，让旅客尽早安全回家。

和同事们1天内跑遍了首都机场候机楼的每一条通道，还认真研究了17年前抗击SARS的经验。

连熬了几个通宵后，车彦东交出了一份“首都机场关于新型冠状病毒肺炎疫情防控方案”。按照通常的工作节奏，制订这样一份大型方案，最快也要半个月。也就是说，在国内疫情最严峻的时候，车彦东为首都机场抢出了近两周的宝贵时间。

国内疫情刚控制住，国外疫情的蔓延又来势汹汹。作为国际航空枢纽，“外防输入”的压力让首都机场的战线再次延长。

从3月3日起，车彦东和同事们又在第一时间研究制订“首都机场新型冠状病毒肺炎重点地区来京旅客临时安置区处置程序”“目的地为北京的国际航班从指定第一入境点入境的航班保障流程（第一阶段）”等方案，并严格予以执行，保证了首都机场作为空中“第一国门”的安全。

如今，在“第一入境点”政策支持下，北京两座机场的防控压力得到了很大

缓解，但我们仍不敢有丝毫懈怠。”车彦东告诉记者，在防疫常态化尤其是北京疫情反弹后，大家更是时刻关注机场的情况。

与车彦东一样奔波在首都机场的，还有首都机场公安局境外输入疫情防控突击队副队长路涛。

自3月10日起，首都机场T3航站楼D区（以下简称“T3-D”）被划为国际航班停靠专区。入境流程频繁变化和航班量骤增，让T3-D的安保工作压力巨大。

T3-D正式成为处置专区的前一天晚上，首都机场公安局紧急抽调了40名民警组成“境外输入疫情防控突击队”，为专区提供警务保障。路涛被任命为突击队副队长。

“最高峰时，每天有将近40个国际航班、7000多名旅客，我们每个人都感到保障压力巨大。”路涛告诉记者，除了进入T3-D区执勤，突击队还会安排警力在楼外备勤。“因为国际航班通常是24小时到港，我们也要全天候执勤。”

“回国旅客经过了长达十几、二十个小时的长途飞行后，大多身心疲惫，遇到



品等物资筹措和调配，扎实做好就餐、值班、交通等后勤保障。”首都机场集团公司相关负责人表示，“实现员工防控零感染是‘三个零’目标的难点和重点，各单位要采取更有力的措施做好员工防控工作。”

杜绝发生员工因工作被旅客传染、杜绝发生员工互相传染和被外部传染是实现员工防控“零感染”的关键。

例如，首都机场股份公司推行办公楼“无接触”管理理念，实行来访人员二维码预约登记，设立无接触文件接收处，切实降低交叉感染风险。而大兴机场创新提出“四个一”路径和实施PDCA闭环管理，加强智能化员工测温登记、轨迹管理程序无接触式应用，并以同标准强化对合约商、服务商员工的健康管控。

“空中航线终于忙起来了”

在各大机场把守好“健康关”的同时，各大航空公司也加紧进行人员训练和航班恢复工作，加快复苏被暂停了近百年的民航业。

6月10日，2020年中国东方航空公司（以下简称“东航”）飞行员职业技能竞赛复赛阶段在上海开赛。从8100余名飞行员中脱颖而出48名飞行员，组成24个机组组合，通过理论机考和全动模拟机实操比赛的形式进行激烈角逐。

在民航业内，飞行员职业技能竞赛向来被誉为“万米高空上的技能奥林匹克”。突如其来的新冠疫情，让这项比赛在比拼飞行员素质和能力的基础上，又多了一层更加深远的意义。

“过去10年，如何尽快培养出合格飞行员、如何提高飞行员使用效率始终是我们的一项重点工作。”东航飞行技术管理部总经理刘志敏告诉记者，今年以来，受疫情影响，各大航司的飞行员普遍飞行时间减少。如何不耽误训练的黄金时节，成为他们关注的焦点。

为防止飞行技能生疏，从2月中下旬起，东航飞管部通过大数据分析识别高风险值，根据各分（子）公司上报的训练需求，有针对性地安排飞行员上模拟机训练，实现数字化精准训练。据刘志敏介绍，东航目前拥有国内所有主流民航客机的模拟机，可满足从飞行学员到民航客机副驾驶的培养训练。

不仅是一汽-大众集运动化和年轻化设计风格于一身的开端产品，还是一汽-大众大众品牌向上的一个重要缩影。



首款Coupe SUV探岳X首秀 一汽-大众向年轻化、高端化再进一步

近些年，随着中国汽车市场的快速发展和消费水平的成熟与升级，汽车早已不是一个简单的代步工具、一台冰冷的铁皮机器，而成为消费者彰显个性、表达情感、实现自由追求的一个伙伴。

知名咨询机构尼尔森发布的《2019汽车年轻群体洞察与需求分析》也指出，当下人们尤其是年轻人，购车的动力主要来自功能需求和情感需求两方面，因此具有单一优势和特色的产品已经落后于时代发展的步伐，“多元化优势”成为了汽车企业发力的关键词。

然而想要在竞争激烈的“存量时代”做出成绩绝非一件易事。作为最早进入中国市场的合资企业之一，一汽-大众深知中国消费者的需求和喜好，与时俱进地推出了包括宝来、高尔夫、CC等一系列非常受市场欢迎的经典车型。

近两年，一汽-大众又紧随购车群体年轻化的趋势，推出了包括探歌、探岳在内的多款重磅新车。如今，一汽-大众向年轻化再进一步，6月20日，一汽-大众大众品牌首款Coupe风格SUV探岳X于粤港澳大湾区国际车展完成全球首秀并开启预售，全系共四款车型，预售区间为23.6万-29.6万元。

作为首款Coupe风格SUV，探岳X不仅承担着一汽-大众“探”家族运动化设计“领军者”的使命，同时也是“一汽-大众践行品牌向上的‘核心力量’”。未来，它将承担一汽-大众品牌向上的战略重任。

Coupe造型加持 探岳X成为年轻人新宠

对于“网生一代”的85后、90后来说，很多年轻人都坚持选择自己的热爱、活出自己的姿态。而藏在血液中的时尚、冒险以及运动的基因密码，正是他们用来装点生活、展示自我、提升自身魅力的力量源头。

作为一汽-大众产品矩阵的高端代表，探岳X也正是这样一款打破传统定义而生的车型。在将“Coupe范儿”与高性能融合之后，探岳X不仅拥有着“上镜”的造型，同时也变得更运动，满足了年轻消费者对颜值和驾控的需求和想象。

在外观上，探岳X采用溜背轿跑造型，整体设计更加时尚个性。与探岳R-Line运动版不同，探岳X对前杠细节进行了改动，弱化下部格栅哑铃轮廓，改为同样轮廓的镀铬饰条呈现，整体突出更大尺寸的一体化格栅设计，使得整车前脸运动感更强。

而在车身侧面，探岳X的造型从B柱开始发生变化，车顶曲线、贯穿式腰线以及双五辐轮毂等设计组合在一起，进一步提升了探岳X的运动感。车尾部分，探岳X尾灯组采用了LED光带式尾灯，修长的LED灯组内部由“X”灯带组成，充满了科技感。

值得注意的是，在一些人的传统观念中，采用Coupe造型的汽车往往都会牺牲一部分车内空间，但是探岳X打破了这种刻板印象。探岳X的长轴距不仅让车内空间尤其是后排头部空间非常充足。在细节处，探岳X车内日常使用的储物空间也有所增加，更加方便车内乘客放置物品。

当代年轻人外在个性张扬，内在却非常注重细节和品质，探岳X同样深知这个道理。与个性年轻的外观设计风格不同，探岳X内很有科技感。探岳X还



拥有三区自动空调、全液晶仪表盘、9.2英寸中控屏、空气净化、众行家车联网系统、电动尾门等便利配置，为驾驶者带来更多的驾乘乐趣。

此外，探岳X搭载2.0T高低功率发动机，提供5种驾驶模式，并且还将提供四驱版车型。多种配置选择，不仅让探岳X既可以满足日常通勤的需要，又可以陪伴人们自驾驶向远方。

对于那些处于潮流前端，更加注重个性化表达的前卫年轻人而言，探岳X将成为他们的先锋座驾。而作为探岳家族的“新旗舰”，探岳X也将进一步丰富探岳家族形象，并带领探岳家族迈向新时代。

多领域发力 进一步强化高端布局

近两年，全球车市都处于下行状态，新冠肺炎疫情的出现，更是让中国汽车消费市场出现了两个非常明显的特征：一是汽车市场进入普及期后，消费者的许多新的个性化需求仍然有待进一步挖掘并满足；二是消费者更愿意选择那些早已被市场反复验证过的优质品牌，头部效应愈发突出。

基于这两点，探岳X应运而生，它

直播业务也已成为了业内标杆。事实上，一汽-大众的直播并不是简单的搞直播，而是由整车企业进行的内容创造，同时避免在前期直接带货的功利性目标。一汽-大众在业内建立了第一个整车厂的直播直播间，同时整个企业都加入直播，培养自己的网红。

值得注意的是，一汽-大众大众品牌全网有9000个账号，具有代表性的是一汽-大众大众品牌短短三周时间搭建完成的官方直播间。在直播的主播中，有超过160人的一汽-大众专家团队，涵盖服务、销售、产品、工艺、质量等方面的专家。目前，一汽-大众每周4-5场直播，效果良好，并在直播上积累了大量的经验。

通过采取一系列的措施，一汽-大众大众品牌今年1-5月市场占有率同比增长了0.2个百分点，达到6.4%。在车市下行和新冠肺炎疫情双重压力下，是为数不多正增长的企业。

随着探岳X的首秀，人们对于一汽-大众的品牌和产品形象也有了全新的认知和感受，今年下半年，一汽-大众大众品牌还将包括CC（含CC PA和CC SHBR）和全新的高尔夫8在内的两款新车上市。在新产品、新营销手段等多领域的合力下，一汽-大众将在年轻化和高端化领域再摘硕果。

除了推出探岳X，在产品端发力外，今年一汽-大众大众品牌在创新营销上进行了大胆的尝试。疫情期间一汽-大众大量采取了线上展厅、VR展厅这样的线上展厅推动，还积极开通了直播业务。另外，一汽-大众也在业内率先开展无接触买车，出台了上门取送车的服务。

与此同时，一汽-大众的

