厦门市物业党建联建品牌创建和

物业服务质量提升行动系列活动方案

为进一步落实中央纪委国家监委和住建部关于物业服务履约不到位问题集中整治和住宅小区物业服务质量提升行动工作要求，加快构建厦门特色物业“好服务”，提升居民群众的获得感、幸福感、安全感和满意度，结合厦门市物业行业服务管理实际，以“红管家 联万家”物业党建联建品牌创建和物业服务质量提升行动为抓手，组织开展相关系列活动。

1. 活动目标

以中央纪委国家监委、住建部和省住建厅关于物业提升相关文件精神为指导，坚持问题和目标导向，通过“主题党日、典型创建、技能竞赛、物业服务周、成果展演”等系列配套活动，打造具有厦门特色的“业主满意、质价相符、规范透明、响应快速”的物业服务体系，回应群众对“好服务”期盼，加快推动物业行业从观念、管理、服务的迭代升级和行业重塑，推动物业服务和基层治理有效融合，全方位打造老百姓可感可得的“好服务”和提升人民群众对物业服务的获得感、幸福感、安全感和满意度。

1. 活动内容

（一）主题党日活动

整合共享物业行业党建资源，通过主题党日形式“请进来、走出去”推动物业服务企业党组织和党员观摩交流、开拓视野、促进提升。在活动安排上，定期组织走进物业服务企业、项目或其他服务标杆行业，通过项目观摩、经验分享、座谈研讨等方式，在观摩和分享中学亮点、找差距、促提升，倒逼物业服务企业对标提升争创物业分级分类“好服务”，推动行业从“被动管理”向“主动服务”转型（活动具体方案详见附件2）。

（二）物业典型创建

聚焦物业服务短板弱项，紧盯群众急难愁盼问题和房前屋后小事，回应群众对“好服务”的期盼，在全市范围内推动建成一批“业主满意、质价相符、规范透明、响应快速”的“美好家园”小区、分级分类“好服务”示范小区、“红色物业”小区等物业管理典型，选树一批党建强、服务好、本领硬、作风实、群众认可的物业服务企业、项目经理、业主委员会主任和一批特色鲜明的红色物业示范点，通过标准化建设与示范创建双轮驱动，以点带面发挥典型示范带动作用，推动物业服务“五升一降”（即：物业服务区域安全管理水平提升、物业服务公示率提升、业委会或临时物管会组建率提升、物业服务履约率提升、物业服务覆盖率提升和投诉率下降），推动物业服务向精细化、专业化、人性化方向转型升级（活动具体方案详见附件3）。

（三）行业技能竞赛

依托市总工会职工技能竞赛，聚焦管家、保安、保洁、维修等一线岗位和全面提升从业人员服务技能素养，通过独办或联办的方式，按照每年一个专题，组织开展物业服务技能培训、技能竞赛，持续增强业务实操能力，提升行业整体服务水平和效能，培养挖掘物业服务典型模范，营造“比学赶超”行业氛围，构建“学用结合、岗位练兵、梯队培养”的物业服务人才体系（活动具体方案详见附件4）。

（四）物业服务周

紧扣居民群众对物业服务的需求，将每年7月第一周确定为“物业服务周”，通过“物业服务进万家”活动，住户“点单”、物业服务企业“接单”，主动上门提供增值服务等系列活动，提升物业服务水平和住户认同感。积极推动“物业服务+生活服务”模式，支持物业行业与家政、健康、养老、保险、金融等头部企业签订战略合作协议，在服务周期间，按照“每日一主题、天天有服务”方式，推出金融便民日、健康守护日、家政焕新日、助老助残关怀日、便民市集日等主题日；搭建“物业+”平台，精准对接居民消费供需，打通民生服务“最后100米”；破解“小区难进”难题的同时，更好地释放服务消费潜力，提升产业链协同价值（活动具体方案详见附件5）。

（五）成果展演

以“物业人讲自己的故事”为核心，通过汇演展演等喜闻乐见的方式，讲好物业人的故事、展现行业风采、增强行业自信、加强行业交流、提升行业凝聚力。突出群众性，强调大众化、参与感，通过“作品征集-遴选展播-成果展演”，发动物业行业从业者挖掘、创作扎根基层的暖心服务故事，鼓励以短视频展播、文艺汇演等喜闻乐见形式，进行“线上+线下”矩阵全域传播，展现物业从业人员的精气神，传递“党建引领、服务为民”的核心理念，塑造有温度、敢担当的“红管家”行业形象，促进物业行业从幕后服务到台前展示的形象升级，增强从业人员职业自豪感、行业凝聚力及社会认同感（活动具体方案详见附件6）。

三、时间安排

结合《2025年物业党建联建和物业服务提升工作要点》，的要求，活动将按照三年规划推进，通过一年亮品牌、两年促提升、三年见长效，常态推进物业党建联建品牌和物业服务提升工作。具体安排如下:

第一阶段:2025年5月--2025年12月，办好“主题党日、典型创建、技能竞赛、物业服务周”四大配套活动，让品牌被看见，让“好服务”被感知。

第二阶段:2026年1月--2026年12月，在四大配套活动开展的经验之上复盘提升，通过“成果展演”提升品牌影响力，进一步夯实“好服务”。

第三阶段:2027年1月--2027年12月，巩固上一阶段的成果，将活动成果变成日常可感的“好服务”，打造“好服务”的“厦门经验”和“品牌名片”。

四、活动保障

（一）组织保障

由市物业行业党委牵头，发挥各级主管部门力量，与市委组织部、市委社会工作部、市委政法委协同推进，以市物业行业协会为桥梁，充分调动物业服务企业和行业力量，联动上下流产业链，发挥头部企业资源优势，借势借力办好活动。

（二）机制保障

以“责任部门牵头、行业协会主办、头部企业承办”的机制，按照活动内容特点和时间周期，组成不同活动项目小组，进行项目化管理，有方案、有计划分头推进，落实“责任分工-时间倒排-筹备启动-深化推进-总结复盘”流程，清单化、责任化推进工作。

1. 政策保障

充分用好物业服务点题整治经验制度成果，在现有政策体系基础上，持续优化完善存量制度体系，结合实际创新完善增量制度机制，通过品牌引领和服务提升，打造完善具有厦门特色的可复制、可借鉴物业服务制度体系。

（四）宣传保障

充分利用线上宣传平台和线下宣传阵地，发挥物业行业、上下流产业链企业的宣传资源，利用公众号、视频号、抖音、小红书等全媒体渠道，以及社区小区公告栏、业主群及时发布活动信息，打造物业党建联建品牌传播矩阵；

对接本地主流媒体，通过“厦门市住房和建设局”“厦门市物业管理协会”公众号、“住厦来”小程序，推出宣传专题策划，集中宣传“红管家 联万家”物业党建联建品牌活动及成果。

附件：1.“红管家 联万家”物业党建联建品牌和物业服务

质量提升行动系列活动时间安排表

2.物业党建联建主题党日活动方案

3.物业党建联建典型创建方案

4.物业服务技能竞赛方案

5.物业党建联建物业服务周方案

6.物业党建联建服务成果展演活动方案

附件1-1

“红管家 联万家”物业党建联建品牌和物业服务质量提升行动

系列活动时间安排表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 活动版块 | 活动内容 | 活动目的 | 时间 | 活动单位 |
| 1 | 主题党日 | 走进厦门头部物业服务企业、五星级酒店、航空服务企业，观摩学习先进服务理念和服务经验 | 促进行业达成“好服务”共识，推动行业从“被动管理”向“主动服务”转型 | 2025年5月  -2026年5月 | 指导单位 厦门市住房和建设局  主办单位 厦门市物业行业党委 承办单位  物业服务企业 |
| 2 | 物业服务周 | 发展“物业服务+生活服务”模式，“每日一主题、天天有服务”推出金融便民日、健康守护日、家政焕新日、助老助残关怀日、便民市集日等 | 搭建“物业+”平台，精准对接居民消费供需，释放服务消费潜力，提升产业链协同价值 | 2025年7月 | 指导单位 厦门市住房和建设局 主办单位 厦门市物业行业党委 承办单位  家政、养老、保险、金融等企业 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 活动版块 | 活动内容 | 活动目的 | 时间 | 活动单位 |
| 3 | 服务技能竞赛 | 聚焦管家、保安、保洁、维修等一线岗位，每年一个专题主题，组织开展物业服务技能培训、技能竞赛 | 以学促赛、以赛促干，提高从业人员整体素质和技能水平，提升行业整体服务水平和效能，发现模范典型，营造“比学赶超”行业氛围 | 2025年8月 | 主办单位 厦门市物业行业党委 厦门市物业管理协会 承办单位  物业服务企业 |
| 4 | 典型创建 | 在全市范围内推动建成一批“业主满意、质价相符、规范透明、响应快速、温暖体贴”的“美好家园”小区、分级分类“好服务”示范小区、“红色物业”小区等物业管理典型 | 以点带面发挥典型示范带动作用，推动物业服务“五升一降”，推动物业服务向精细化、专业化、人性化方向转型升级 | 2025年  10月-12月 | 主办单位 厦门市住房和建设局 承办单位  厦门市物业管理协会 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 活动版块 | 活动内容 | 活动目的 | 时间 | 活动单位 |
| 5 | 服务成果展演 | 以“物业人讲自己的故事”为核心，通过“作品征集-遴选展播-成果展演”，发动物业行业从业者挖掘、创作扎根基层的暖心服务故事，鼓励以短视频展播、文艺汇演等喜闻乐见形式，进行“线上+线下”矩阵式全域传播 | 展现物业从业人员的精气神，塑造有温度、敢担当的“红管家”行业形象，促进物业行业从幕后服务到台前展示的形象升级，增强从业人员职业自豪感、行业凝聚力及社会认同感。 | 2026年下半年 | 指导单位 厦门市物业行业党委 主办单位 厦门市物业管理协会 承办单位  物业服务企业 |

附件1-2

物业党建联建主题党日和物业服务

提升活动方案

一、活动目标

为推进“红管家、联万家”党建品牌和“好服务”体系建设，促进全市物业服务行业思想大变革，通过主题党日形式“请进来、走出去”，整合共享物业行业党建资源，走进厦门头部物业服务企业、五星级酒店和先进服务企业，推动物业服务企业党组织和党员观摩交流、开拓视野、促进提升；重塑行业服务观念，倒逼物业服务企业对标提升争创物业分级分类“好服务”，推动行业从“被动管理”向“主动服务”转型。

二、活动内容

在活动安排上，定期组织走进物业服务企业、项目或服务标杆行业，通过项目观摩、经验分享、座谈研讨等方式，在观摩和分享中学亮点、找差距、促提升。

学经验：通过实地观摩“好服务”标杆企业、样板项目，学习先进服务经验以及“党建+服务”融合的先进做法。

找差距：对比企业服务现状，找到与“好服务”的差距，启发改进。

谈方法：通过大讨论方式，就“好服务”达成共识，推进各企业就“好服务”制定标准。

三、活动安排

活动时间：2025年5月-2026年5月，定期组织

活动地点：各物业服务企业、标杆项目和酒店业、航空业等服务行业

参与人员：各物业服务企业负责人、项目经理、社区党组织代表、业委会成员、行业专家（住建局、物业协会代表）

四、活动成果

成果输出：《“好服务”经验手册》（含案例+方案）

复盘追踪：各家企业分享学习改进成果

五、活动要求

承办企业要本着节俭适度的原则，根据自身情况制定活动方案，做好活动报名、活动筹备、活动记录和成果收集，包括：

（一）活动记录

做好活动现场照片、视频和座谈记录收集，有需要可安排摄影摄像，采访学习感受制作短视频等，不限形式。

（二）活动资料

提供“好服务”企业、样本项目和服务体系相关介绍，提供文图、视频等，配合主办方做好汇编资料。

（三）宣传保障

活动后5天内，向“厦门市住房和建设局”“厦门市物业管理协会”公众号投稿外，承办企业要充分利用自身宣传平台和渠道做好宣传，扩大活动影响力。

附件1-3

物业服务提升典型创建活动方案

1. 活动目标

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻物业党建联建工作部署，充分发挥基层治理中党组织战斗堡垒作用和党员先锋模范作用，围绕“好房子、好小区、好社区、好城区”建设目标，聚焦物业服务短板弱项，紧盯群众急难愁盼问题和房前屋后小事，回应群众对“好服务”的期盼，在全市范围内推动建成一批“好服务”典型案例，以点带面，促进全市住宅物业服务管理水平大提升、小区治理能力大提质。

1. 活动主题

以“好服务”为核心，强化物业行业党建联建，把服务居民、造福居民作为物业服务典型创建的出发点和落脚点，结合物业服务领域群众身边不正之风和腐败问题集中整治等工作，破解居民反映强烈的物业服务管理问题，推动物业小区管理规范化、标准化，促进全市物业服务整体水平提升，切实提升群众的获得感、幸福感、安全感。

1. 典型案例

在全市范围内选树“业主满意、质价相符、规范透明、响应快速、温暖体贴”的“好服务”典型案例，如“美好家园”小区、分级分类“好服务”示范小区、“红色物业”小区等。

四、活动安排

（一）制定标准

发布“好服务”分级分类参考标准，明确典型案例创建原则要求。

1. 宣传发动

发动物业小区积极参与，对照“好服务”参考标准和原则要求，查缺补漏、取长补短，提升完善物业服务水平。

1. 征集孵化

遵循自愿原则，由物业服务企业自主申报，对潜力案例组织行业专家专题培训、现场指导，提升物业服务水平。

1. 审核把关

按照自主申报、镇街推荐、区级把关、部门指导、市级复核原则，结合日常管理、星级评定、信用评价、信访投诉、行政处理（行政处罚）等情况，通过组织现场实地评价等方式，提出典型案例候选名单，经公示无异议后，确定物业管理示范小区典型案例名单。

1. 总结推广

及时梳理总结工作开展情况、主要做法成效、存在问题和建议，汇总形成工作报告。要组织对典型案例开展宣传推广，将好的经验做法更多更好惠及全市物业服务企业和物业小区。通过微信公众号、官方网站、新闻媒体等渠道，组织开展宣传推广。

附件1-4

物业服务技能竞赛活动方案

一、活动目的

为了进一步深化我市物业党建联建工作，拟以“强技能、优服务、树标杆”为主线，通过举办技能培训、技能竞赛，构建“学用结合、岗位练兵、梯队培养”的人才培养体系，提升物业行业从业人员专业技能水平与综合素质，以学促赛、以赛促干，全面提质物业服务水平，为物业行业高质量发展提供坚实人才支撑。

二、活动内容

围绕提升物业服务从业人员岗位技能和综合素质，结合市总工会职工技能竞赛项目，每年选择一个技术性强、通用性广、影响较大、在行业具有一定的代表性的专题，在全市范围内组织开展行业技能竞赛活动。

三、活动安排

通过独办或联办的方式，以每年一个专题，组织开展物业服务技能竞赛。

（一）竞赛形式

按照先培训、后竞赛的步骤，通过理论考试、知识抢答、演讲、实操考核等多种形式，组织个人竞赛和团队竞赛。

（二）参赛对象

物业服务企业的保安、保洁、工程维修、技术骨干、项目经理等物业服务人员，根据对应的专题参加。

（三）竞赛项目

围绕提升物业服务本领，每年选择一个专题，通过组织理论和实操培训，模拟各种服务场景开展技能竞赛，如：火灾救援、电梯困人、电器故障排查、客户投诉处理等服务场景。

四、活动保障

（一）组织保障

组建竞赛组委会，负责制定规则、监督执行、协调各方资源；成立裁判组负责制定评分标准、现场执裁、结果审核；宣传组负责赛事宣传、媒体对接、现场直播或录播；后勤保障组负责场地布置、设备调试、物资采购、安全应急。

（二）经费保障

根据竞赛内容，充分考虑在竞赛活动过程中的考试组织、竞赛场地、专用材料准备以及赛前辅导、赛事人工等方面，做好经费预算，合理统筹安排。

（三）宣传保障

主动对接厦门日报等主流媒体，通过 “厦门市住房和建设局”“厦门市物业管理协会”公众号等平台及时发布活动新闻。

附件1-5

“红管家 联万家”物业党建联建

物业服务周活动方案

1. 活动目标

以“基础服务提质、主动服务延伸、增值服务创新”为核心，打造“1+5+3”服务矩阵，拟于每年7月第一周，组织开展“红管家 联万家”物业党建联建物业服务周。

在服务周期间，按照“每日一主题、天天有服务”方式，推出金融便民日、健康守护日、家政焕新日、助老助残关怀日、便民市集日等主题日；搭建“物业+”平台，精准对接居民消费供需，用一周的集中服务，传递365天的暖心守护——让“好服务”看得见、摸得着、可持续。

1个主线：党建引领下的服务效能升级。

5大主题日：金融便民日、健康守护日、家政焕新日、助老助残关怀日、便民市集日。

3类服务：基础服务标准化、主动服务精准化、增值服务生态化。

二、活动日程

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 日期 | 主题日 | 核心内容 |
| 7月1日 | 基础服务提质日 | 启动仪式，签署战略合作协议；全市物业统一开展环境整治、设备检修、安全演练等标准化服务提升行动 |
| 7月2日 | 金融便民日 | 联合银行/保险机构推出物业费缴交优惠、社区普惠金融等服务 |
| 7月3日 | 健康守护日 | 开展义诊、急救培训、健康筛查等（“健康服务送到家”方案） |
| 7月4日 | 家政焕新日 | 联动家政企业提供空调清洗、油烟机拆洗等免费服务，推出“红色优惠价” |
| 7月5日 | 助老助残关怀日 | 针对行动不便老人、需求特殊的业主，安排专业服务团队提供上门服务 |
| 7月6日 | 便民市集日 | 社区广场集中开展家电维修、旧物置换、政策咨询等一站式服务 |

三、活动内容

#### （一）基础服务提质日

强化基础服务标准，提升居民基础服务感知度。

1.“三个全面服务”行动：

（1）设备检修全面覆盖服务（电梯/消防/供水系统全面排查）

（2）卫生死角全面清理服务（地下车库/楼道杂物专项治理）

（3）安全培训全面参与服务（安保人员防暴演练）

2.服务公示：各小区张贴《基础服务标准清单》，同步推送电子版至业主群。

#### （二）金融便民日

合作单位：建设银行、平安保险、厦门市金融监管局等

1.物业费缴交优惠：通过银行APP缴纳物业费享优惠，赠送家庭财产险（拟）

2.社区金融驿站：

老年人专场（拟）：养老金理财咨询、防诈骗知识讲座

服务点设置：各小区物业服务中心设临时服务台

#### （三）健康守护日

合作单位：《健康报》福建记者站等

1.“到家” 基础服务（公益项目）：急救到家、义诊到家、讲座到家、快筛到家。

2.“到家” 增值服务（长效机制）：应急响应到家、健康知识到家。

（四）家政焕新日

合作单位：好慷在家、孔雀河等头部企业

惠民服务包（拟）：免费上门服务、红色优惠价

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 服务项目 | 原价 | 红色优惠价 | 备注 |
| 空调深度清洗 | XXX元/台 | XXX元/台 |  |
| 全屋玻璃清洁 | XXX元/㎡ | XXX元/㎡ |  |
| 油烟机拆洗 | XXX元 | XXX元 | 免费检测排烟管道 |

#### （五）助老助残关怀日

合作单位：泰康、建发养老等头部企业

服务对象：60岁以上独居老人、残疾家庭（物业党员提前通知，进行预登记）

1.签约仪式：由物业党员结对帮扶老人与社区一起举行签约。

2.“暖心到家关爱行动”进家庭，如赠防滑地垫、助老仪器等，物业党员结对帮扶，每周一次上门探访+代购生活用品。

#### （六）便民市集日

|  |  |
| --- | --- |
| 专区 | 服务内容（拟） |
| 便民维修区 | 小家电维修（成本价）、免费理发、磨刀（免费） |
| 绿色置换区 | 旧衣物/书籍置换礼品（5件旧衣换1盆绿植）、过期药品回收（换口罩） |
| 政策咨询区 | 住建局现场解答物业法规、派出所反诈宣传、律师免费法律咨询 |
| 特产助农区 | 对口帮扶地区农副产品展销 |

四、保障机制

#### （一）资源统筹清单

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 资源类型 | 提供方 | 对接内容 |
| 场地支持 | 街道社区居委会/各小区物业 | 提供活动场地、水电接入、桌椅搬运 |
| 宣传渠道 | 厦门日报/电视台等 | 活动预热、活动报道、现场采访、成果展示 |
| 技术保障 | 依托“住厦来”小程序 | 开发服务展示、预约、订单、评价、投诉等功能 |
| 人员保障 | 网格员、党员、志愿者 | 签到引导、秩序维护等 |

#### （二）风险防控预案

1.人员安全：户外活动配置防暑棚、急救药箱（社区卫生站医生值守）。

2.舆情管理：设置评价反馈渠道和热线，当日17:00前汇总投诉并响应；敏感服务（如金融/医疗）安排专职人员审核宣传内容。

（三）宣传保障

**线上**：

1.官方发布，通过“厦门市住房和建设局”“厦门市物业管理协会”公众号等平台发布活动新闻；

2.企业自宣：联动合作单位同步宣传，如银行APP推送活动信息，家政企业、物业平台通过小程序进行宣传推广。

**线下**：在小区电梯屏播放活动相关内容，在快递柜、单元门张贴服务热线海报。

五、时间安排

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 阶段 | 时间范围 | 核心任务 |
| 筹备启动 | 5月13日-31日 | 资源对接、协议签署、服务清单确认、宣传预热、小程序开发 |
| 深化推进 | 6月1日-28日 | 服务团队培训、物资筹备、需求摸排、社区动员、小程序内测 |
| 集中执行 | 7月1日-6日 | 物业服务周主题活动实施 |
| 总结反馈 | 7月7日-12日 | 成果验收、满意度调查、宣传总结 |

附件1-6

“红管家 联万家”物业党建联建

服务成果展演活动方案

为深化物业党建联建品牌建设，以“物业人讲自己的故事”为核心，突出群众性，强调大众化、参与感，通过“作品征集-遴选展播-成果展演”，发动物业行业从业者挖掘、创作扎根基层的暖心服务故事，展现物业从业人员的精气神，传递“党建引领、服务为民”的核心理念，塑造有温度、敢担当的“红管家”行业形象，促进物业行业从幕后服务到台前展示的形象升级，增强从业人员职业自豪感、行业凝聚力及社会认同感。

一、活动目标

（一）参与性：党员引领，以物业从业者为主体，鼓励全员参与，展现基层服务真实故事。

（二）传播性：打造“线上+线下”的全域传播矩阵，扩大行业社会影响力。

（三）激励性：获奖作品拟将纳入行业年度评优。

二、核心亮点

（一）小程序全流程管理：在“住厦来”小程序搭建专题页面，实现作品投稿、审核、展播、评选一站式处理。

（二）“双评选+双展播”模式：大众投票与专家评审并行，优秀作品将推送至“学习强国”、行业协会官方视频号等高流量平台。

（三）党建与业务深度融合：优秀成果纳入党建考核指标，实现“服务成果可视化、党建价值可量化”。

三、活动安排

活动时间：2026年下半年

参与对象：市区住建部门、街道社区代表或领导；业委会及居民代表，物业服务企业及一线员工代表；媒体代表等

四、活动框架

（一）全民动员·故事征集（30天）

1.作品要求

多样化载体：短视频（3分钟内）、情景剧（10分钟内）、短剧、摄影作品、动漫、小品、诗歌朗诵等。

2.内容方向

（1）物业人暖心服务瞬间：展现物业人在日常服务中急群众所急、解群众难题的暖心瞬间；

1. 党建联建创新案例：呈现党建联建推动老旧小区改造、智慧物业升级等创新实践案例；
2. 社区共建感人故事：展现物业、社区、业主三方协同解决停车难、环境整治等问题。

3.“住厦来”小程序操作流程（拟）

（1）企业/个人投稿：登录“住厦来”小程序，上传作品并填写【作品说明+创作故事】。

（2）后台审核：组委会组建专项审核小组，48小时内完成内容审核（重点审核正能量导向与原创性）。

（3）大众评选：经审核通过的作品将开放公众投票，每人每日限投3票，实时展示票数排名。

（二）优中选优·作品遴选展播（15天）

1.双渠道评选

（1）大众投票（占比40%）：根据票数排名，前50名入围专家评审环节。

（2）专家评审（占比60%）：由行业协会代表、主流媒体代表、党建专家组成评审团，从“创意性、感染力、党建融合度”三维度进行综合打分。

2.全网展播

（1）线上展播：TOP20获奖作品将在“学习强国”、市物业协会视频号同步展播。

（2）线下预热：在社区电梯屏、物业服务中心电子屏轮播优秀短视频，营造活动热度。

（三）成果汇演（1场线下+线上直播）

1.汇演篇章

（1）初心·坚守：情景剧还原物业人24小时工作场景。

（2）创新·突破：短视频集锦展示智慧物业、党建联建成果。

（3）荣耀·前行：颁奖典礼+行业标语宣誓仪式。

2.互动设计

（1）全员参与：设置大众互动问答及礼品抽奖环节。

（2）云端联动：联合本地电视台、视频号同步直播，设置“弹幕抽奖”，观众留言互动可赢取物业优惠券。

五、执行保障

（一）组织保障：由市物业管理协会牵头，物业行业代表协同配合，组建组委会，负责制定征集作品的类型和方向、监督执行，以及协调各方资源；成立专项审核小组负责制定评分标准、审核作品内容及结果；宣传组负责活动宣传工作，包括媒体对接、现场直播安排等；后勤保障组负责场地布置、设备调试、物资采购及安全应急措施制定等。

（二）宣传保障：对接本地主流媒体，通过“厦门市住房和建设局”“厦门市物业管理协会”公众号、“住厦来”小程序、社区公告栏、业主群及时发布活动信息。

（三）技术保障：协调“住厦来”小程序开发团队全程技术驻场，确保投稿、投票系统稳定。

（四）风险管控：投稿企业需签署作品原创性承诺书，对涉及侵权作品，专项审核小组成员将采用一票否决权。

六、成果沉淀

（一）挖掘宣传包装：有传播度的口号、歌曲和故事

（二）汇编《红管家故事集》：精选活动中的优质作品，汇编成册，作为物业行业培训教材。