新春走基层

跟随国航C919机长执飞北京至长沙春运航班

“让国产大飞机护航万家团圆路”

严　冰　王紫嫣　吴家榕

2月6日清晨，北京首都国际机场停机坪上，国产大飞机C919沐浴着晨光静静矗立。中国国际航空股份有限公司（以下简称“国航”）飞行总队七大队训练副大队长郝鑫身着制服，快步走向他的“空中战友”。笔者全程跟机随行，记录这位C919机长春运一天的执飞全过程。

作为拥有18800余小时飞行经验的一级飞行员，郝鑫亲历了国航C919接机试飞、香港首航等关键节点，如今又驾驶着国产大飞机投身春运大潮，成为行进中国的空中见证者。凝聚着几代人心血的国产民机，正以愈发密集的航线，护航万家团圆路，书写中国创新的蓝天答卷。

▲郝鑫在接受采访。

▲郝鑫在进行飞行训练。

▲郝鑫（中）与国产大飞机合影。　受访者供图

“这份热爱从未改变”

清晨5时，笔者来到飞行员公寓，此时郝鑫已洗漱完毕，他熟练地穿上制服，系好领带，戴上机长帽，拎起飞行箱，向着“送旅客平安回家”的目标出发。这套动作已成为他的职业日常。

抵达飞行准备区，郝鑫完成指纹签到，开启了航前准备。他带领副驾驶，认真查看航路沿线天气、核对机场通告并结合气象核算油量等，“春运航班量有所增加，我们更要集中精力，充分准备，确保万无一失。”

郝鑫的飞行之路，始于儿时的仰望——每当抬头看到飞机掠过天空，他心底逐梦蓝天的梦想便一点点萌芽生长。大学毕业后看到国航的招聘信息，他立即抓住机会，圆了自己的儿时梦。从B737副驾驶干起，一步步成长为机长，再到2024年5月转入C919机队，20余年里，他从未后悔当初的选择：“我打心底里喜欢飞机，喜欢在蓝天上飞行的感觉，这份热爱从未改变。”首飞C919时，他满心都是圆梦的兴奋与自豪，这份情绪，至今仍会在每一次执飞时涌上心头。

完成航前准备后，郝鑫乘车抵达机位。在冬日寒风中，他开始绕机检查，仔细查看起落架、发动机等机身各部位，不放过任何一处细节。随后他与全体机组成员召开协同会，“安全无小事，协同配合是牢不可破的安全防线。”

进入驾驶舱，他与副驾驶有条不紊地完成起飞前的最后准备。接到“旅客登机完毕”的通知后，郝鑫戴上耳机回应塔台指令。8时25分，随着“可以起飞”的指令传来，引擎轰鸣声渐强，C919对正跑道、加速冲刺，稳稳离地爬升，穿过云层，朝着目的地平稳飞去。

“驾驶C919是中国飞行员独有的荣光”

巡航至9800米高空，郝鑫通过广播向旅客致意：“女士们，先生们，大家上午好！我是本次航班的机长，欢迎您乘坐国航CA1389航班，从北京前往长沙，您今天乘坐的飞机是中国商飞C919型客机，我们现在的飞行高度是9800米，预计到达长沙的时间为11点10分，为了您的安全，请您就座时系好安全带，感谢您的合作。在这辞旧迎新的时刻，我代表全体机组成员祝您：新春快乐，万事顺意。愿这一次飞行，为您的团圆之路增添一份温暖与安心。祝您旅途愉快，谢谢！”

转型改装C919，郝鑫历经了2个月的严格训练：吃透全机系统理论，在模拟机上反复演练各类场景。“飞机不能像汽车那样靠边停车，所有预案、流程都得烂熟于心。”

谈及C919的操作体验，郝鑫笑着说：“C919驾驶舱视野开阔，全液晶屏仪表直观清晰，驾驶体验非常好。”他满心自豪：“这是咱们自主研发的新一代干线客机，电传操纵系统对标国际顶尖水平，完全自主知识产权的飞行控制律让C919更加安全高效。”

春运期间国航C919航班座无虚席，不少旅客特意选乘。C919客舱采用158座两舱布局，宽敞舒适，手机支架、储物袋等便民设计，大幅提升了乘坐体验。笔者跟机采访，见证了这趟春运航班从起飞、巡航到落地的全过程，切身感受到国产大飞机平稳舒适的飞行品质。“坐我们国产的大飞机回家，既踏实又骄傲。”来自北京的夏女士说。

郝鑫常和新改装C919的飞行员说：“把国产大飞机送上蓝天，爱国情就握在操纵杆上、融在每一次起降里，驾驶C919是中国飞行员独有的荣光。”他始终铭记，国航是唯一载国旗飞行的中国航空公司，载旗国产飞机的每一次起飞，都是一场庄严的升旗仪式。

“开着国产大飞机跑春运，感到很自豪”

11时10分，长沙黄花国际机场，C919平稳落地、停靠廊桥，旅客有序下机。过站期间，郝鑫与机组、机务人员完成外部核验；地面与客舱团队快速保障，为返程航班高效衔接。“国航为C919调配充足资源，全力护航国产大飞机在春运期间安全、高效运行。”国航相关负责人表示。

全部航班任务完成后，郝鑫带领机组进行航后讲评。复盘早已成为郝鑫的职业本能，他们细致梳理总结当日飞行情况。“飞得越久，越懂得安全重于一切。”郝鑫说。

2026年春运，国航计划执行客运航班超7万班次，较2025年增长10.1%，日均安排航班约1800班次。国航9架C919飞机全部投入春运，全力应对出行高峰。

郝鑫说：“此前中国飞行员的飞行认知，由国外机型建立，如今C919让我们有了属于自己的飞行标尺。开着国产大飞机跑春运，感到很自豪。”

“能飞C919，是中国飞行员的荣誉；让国产大飞机护航万家团圆路，是我们的责任。”郝鑫语气坚定：“在行进中国的征程上，我们要用每一次安全起降，扛起中国飞行员的使命，展现中国制造与中国民航的坚实力量。”

大兴机场让外籍旅客出行体验更美好

『中国的服务太贴心了』

李佳宸　魏锦塬　夏乐雄

“您好，请问需要什么服务？”2月5日，北京大兴国际机场24小时“北京服务”柜台前，工作人员面带微笑，用流利的英语向寻求帮助的外籍旅客轻声询问。正值2026春运出行高峰，工作人员全员在岗、全力以赴，以饱满的热情、专业的服务和亲切的笑容，护航外籍旅客春运出行路。

据大兴机场介绍，机场为外籍旅客设置6个服务坐席，主要提供综合咨询、支付咨询、行李咨询、文旅咨询、通讯咨询、交通咨询等综合引导服务。日均接待旅客咨询600余次，外籍旅客占比39%。同时，机场各单位建立联动机制，快速解决外籍旅客出行中遇到的各种问题，根据境外来宾行程，提供一站式、多样化便捷服务。

来自西班牙的一对夫妇提着行李箱，略显局促地来到一层国际到达“北京服务”柜台前：“我们刚入境，想办本地电话卡，也不太会用微信和支付宝，能帮我们操作一下吗？”工作人员立刻通过多语种AI可视化翻译器，识别出旅客讲的是西班牙语，笑着回应：“别担心，我们都能帮您解决。”翻译器的屏幕上实时进行着双方对话，即便在喧闹的航站楼里，凭借声音识别技术，翻译依然精准流畅。

在工作人员引导下，这对夫妇完成身份核验，3分钟就拿到了本地SIM卡。“我们还帮您下载了微信和支付宝，绑定信用卡就能使用。”工作人员一边指着操作步骤流程卡，一边通过翻译器耐心讲解。

看着手机上成功绑定的支付软件，夫妇二人满怀感激地说道：“中国的服务太贴心了，工作人员也非常友好。”他们坦言，相较于国外一些地区复杂且昂贵的同类服务，大兴机场的便捷服务给了他们超预期的美好体验。

在四层国际出发大厅的服务台前，另一段暖心故事正在上演。“先生，请您戴上黄色手环，我们会有工作人员全程协助您完成登机。”工作人员推着轮椅，递上手环，轻声对腿部受伤的英国旅客托马斯说道。

大兴机场“兴心相印”服务践行“爱人如己爱己达人”的服务理念，推出四款专属手环，分别适配需要爱心协助的旅客、首次登机旅客、急客及荣誉旅客，让服务更精准高效。

笔者看到，工作人员用流利的英语与托马斯沟通，还贴心递上了温水。他感动地回应：“没想到会有这么细致的照顾，太感谢你们了。”手环就像“通行暗号”，保证每个环节都有专人陪同，让外籍旅客感受到跨越语言的温暖。

针对行李丢失的突发情况，大兴机场也能快速化解。“我的行李箱不见了，里面有重要物品，能帮我找找吗？”来自俄罗斯的旅客安娜跑到“北京服务”柜台询问，双手紧紧攥着机票，语气里满是焦急。

工作人员立刻接过她递来的航班信息，同时迅速打开多语种AI可视化翻译器进行交流。短短15分钟后，行李就安排专人送往服务柜台。看到熟悉的银色行李箱，安娜激动地握住工作人员的手：“太感谢了！大兴机场效率真高！”她向笔者说，之前在其他国家也曾遇到过行李问题，往往需要反复沟通等待。

据了解，针对外籍旅客遗失物品、行李异常等疑难问题，大兴机场“北京服务”柜台已建立完善的联动响应机制，通过联动群的沟通，实现问题高效闭环处理。

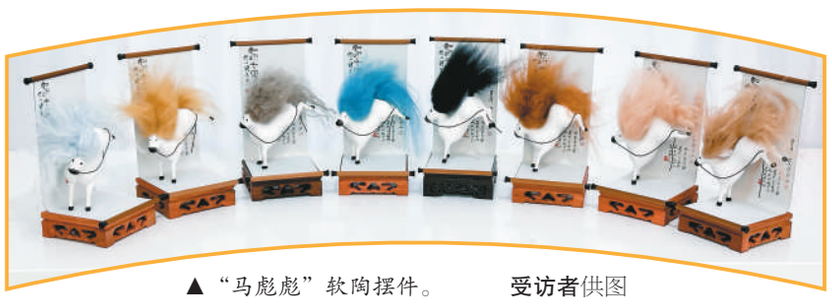
春运大幕下，大兴机场用AI翻译器架起沟通桥梁，用3分钟快速办卡打通出行脉络，用全流程爱心陪伴守护特殊需求，让每一位外籍旅客都能在跨越山海的旅程中，感受到“中国速度”背后的“中国温度”。

▲大兴机场工作人员为外籍旅客提供问询服务。　杨函泽摄

买的不只是年货，更是对马到成功的期盼——

新春市场“马”力十足

叶　子　魏锦塬



▲“马彪彪”软陶摆件。　受访者供图

丙午马年来临之际，各类以生肖马为核心元素的文创产品受到欢迎。从博物馆与品牌的跨界联名产品，到原创设计师以马为灵感的独立创作，再到非遗传承人用传统技艺呈现的骏马形象……丰富多元的马年文创产品，为即将到来的新春佳节增添了浓厚的文化氛围与情感温度。

设计有巧思

近日，北京画院与山东博物馆联合打造的文创产品——“马彪彪”软陶摆件走红网络，其设计灵感源自齐白石的画作《如此千里》。这匹网友口中的“潦草小马”以齐氏奔马为原型，通体雪白圆润，前蹄着地、后蹄腾空，呈现出撒欢奔跑的姿态。

特别的是，羊毛制成的毛发飘逸灵动，每一位“马彪彪”拥有者都可以成为它的“发型总监”。“我太喜欢这匹小马了，刚收到就给它扎了个小辫子，带到工位去，同事们都抢着玩。”一位消费者在社交平台分享道。

山东省淄博泥塑（软陶制作）项目市级非遗传承人王枝谈及创作初衷时说：“我们想借由这匹小马，传达出一种自由奔放、潇洒自如的精神状态。”为了更好地还原齐老笔下马的神韵，团队在造型上反复打磨，一次次调整结构、优化工艺，通过揉泥、塑形、雕刻、上色、定型等十余道工序，最终将二维水墨画转化为可触摸、可互动的三维雕塑，让软陶马既保留传统绘画的精神内核，又具备立体艺术张力。

不只是“马彪彪”，春节前夕，竹编小马挂件、“马上有福”木雕、手绘马年陶瓷杯等“马元素”文创产品持续走俏。在陕西西安，“昭陵六骏”毛绒玩偶跻身马年文创热门产品，月销量突破一万件。

无独有偶创始人时俊璠介绍，这六匹战马是唐太宗李世民征战天下的功勋之马，六匹玩偶战马分静动两种姿态，飒露紫、特勤骠、拳毛騧沉稳伫立，白蹄乌、什伐赤、青骓呈奔腾之态，神韵各有不同。玩偶的面料采用扎染渐变工艺，色彩贴合史料记载的马匹原色。“这些战马凝聚着坚韧不拔、骁勇善战的精神内核，希望大家喜欢这些有文化温度的文创。”时俊璠说。

产品花样多

纵观这些马年文创，品类丰富、创意十足，它们既蕴含传统文化内涵，又兼具时尚元素，注重年轻化与实用性，引领着春节文化消费新潮流。

例如，国家博物馆以三彩黑釉陶马为主要元素，打造“一匹黑马”系列冰箱贴、项链耳饰、胸针等产品，受到消费者喜爱；在甘肃省博物馆文创商店，最新款的马踏飞燕贺岁毛绒玩偶“红运当头马”迎来销售高峰；在江西景德镇，从瓷盘、对杯到摆件，以瓷艺打造的马元素产品造型精巧、惹人喜爱；在贵州铜仁，当地朱砂制品企业推出一系列马年生肖主题朱砂文创产品，通过线上线下渠道销往全国各地。

据义乌官方平台数据，当地马年主题商品超3000款，涵盖主题饰品、节庆用品、毛绒玩具、服饰配件等多个品类，选品丰富、应有尽有。

淘宝数据显示，近一个月来，“马年文创”“马年礼物”等关键词搜索量同比增长240%。京东平台上的马年生肖纪念币、邮票等收藏品销售额也创下新高。从品类来看，传统年货推陈出新，立体造型的马纹福字、融入吉祥话的年画红包备受青睐；潮流饰品与文创产品持续走俏，“马上暴富”冰箱贴、国潮风马形手链成为年轻人的“悦己”新选择；实用创意家居产品销量攀升，马造型热水袋、U形枕等将生肖元素与日常功能融合，拓展了消费场景。

看中好寓意

马年买“马”，图个喜庆。马年文创的走红离不开其良好寓意。

对许多消费者来说，生肖不仅是记岁符号，更是文化认同的重要载体。生肖马承载着昂扬进取、祥瑞通达等美好寓意，“买的不只是年货，更是对马到成功的期盼。”这是不少人的心声。职场人摆上“马到成功”摆件，希望事业稳步上升；年轻人选购“马上脱单”主题文创，期盼新年邂逅良缘；学生党挂上马元素包挂，祈求学业一马当先……

专家表示，“马到成功”“马上有钱花”等美好寓意，饱含着人们对美好生活的热切期盼，也成为驱动大众消费的核心动力。这份根植于国人骨子里的生肖文化，在与多元化现代审美、当代消费需求的碰撞融合中持续释放价值。尤其是许多文创产品注重线上营销，吸引消费者参与共创，很好地契合了年轻人情绪消费的特征。

设计了“马如一”这款小马造型文创的孙桢说，他对传统文化很感兴趣，想用现代审美和年轻人喜闻乐见的方式来表现中国传统生肖文化。例如，“马如一”橙红色的马身、带“福”纹的鞍具，还有背上印着“进财”的福袋，都是对传统吉祥寓意的现代诠释。同时，团队在创作中充分考虑用户建议，在线上打造了许多粉丝喜爱的趣味动画、创意插画等内容，让“马如一”既能体现传统文化，也充满鲜活气息。

经济学者、工业和信息化部信息通信经济专家委员会委员盘和林认为，生肖是中国传统文化的重要符号，如今与潮流设计相结合，成为国潮热的重要内容和消费爆点，这既源于消费者的文化认同，也得益于商家的创新实践。