



# 新“潮”澎湃 为国货打CALL

屠瑜



新民眼

2024年中国品牌日活动正在上海举行。今年的活动主题是“中国品牌，世界共享；国货潮牌，品筑未来”。品牌，是高质量发展的重要象征，品牌的核心在于文化。当前，带有中国元素、传统特色的产品正成为时尚新潮流，国货“潮品”频频“出圈”，成新潮，变热潮。

许多年轻人开始喜欢古风古韵，把马面裙、汉服等带入大众视野，一些网络博主甚至将其穿到国外，惊艳众人，在吸引流量的同时，也推动了中国文化的传播。抖音平台数据显示，2023年女性消费者购买新中式服饰订单量同比增长195%，其中马面裙订单量同比增长841%，汉服订单量同比增长336%。

2023年底召开的中央经济工作会议，首次在“新的消费增长点”中提出国货“潮品”这一关键词。今年政府工作报告再次指出，要培育壮大新型消费，实施数字消费、绿色消费、健康消费促进政策，积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点。

国货“潮品”承载着人们对美好生活的向往，彰显着对中国品牌和中国文化的自信，也成为培育壮大新型消费的有力抓手。数据显示，2023年国货“潮品”持续成为居民网购消费的重要组成。2023年中国国潮经济市场规模为20517.4亿元，同比增长9.44%，展现了国潮经济的巨大潜力，消费动能持续释放。

作为国货“潮品”的重要组成部分，老字号拥抱“新国潮”。老字号的价值在“老”，出路在

“新”。它们承载着中华优秀传统文化，植根于民众日常生活，也在纷纷主动求新求变，释放出生机勃勃的发展信号。

比如，今年上海制皂厂旗下的“蜂花”和“上海药皂”品牌同时入选新一轮中华老字号品牌。2023年，“蜂花”品牌创新升级，聚焦精致香氛，延续“蜂花”传统调香技艺，从固有的经典“檀香”转型到多元化的香氛领域，推出主打氨基酸配方体系、情绪香氛技术的蜂花液体香皂系列。“上海药皂”品牌则围绕“硫磺”概念，研发出更多功能性的洗护产品，将固体硫磺皂升级为硫磺液体香皂。2023年该产品销量近千万瓶，成为百年上海制皂的又一爆款。

截至2024年2月，全国老字号数量达到1455个。2022年，老字号企业实现营业收入超过1.2万亿元，近七成企业实现盈利，税收

贡献达2700亿元，吸纳就业87.2万人。2023年前三季度，老字号企业营业收入已超2022年全年水平，发展势头强劲。

同样，国货“潮品”在海外也广受欢迎，越来越多的中国品牌带着文化、带着温度，走向国门、走向世界。今年前两个月，我国自主品牌产品的出口增长了14.3%，高出整体4个百分点；其中，手机、家具、化妆品出口分别增长了55.7%、60.7%、37.3%。

以中国美妆品牌花西子为例，它在产品设计中融入中国传统文化，打造独特的品牌定位，将黛色引入彩妆领域，微浮雕技术用于口红膏体，千年白瓷烤制成产品包材，成功获得海外消费者的关注。

总之，国货“潮品”要想永立潮头，需要有“勇”，更需要有“谋”。要坚持守正创新，从优秀传统文化中汲取灵感，持续提升自主创新能力。

## 体验“虚拟窗口” 足不出户办事

送服务

静安区石门二路街道推出“小石儿上门办”服务

“没想到不出家门就办好了，实在是太方便了！”近日，家住新德居民区的陈阿姨夫妇对送上家门的政务服务赞不绝口，并在智能手持平板电脑上按下了“非常满意”的评价。

今年4月，静安区石门二路街道社区事务受理服务中心成立了“小石儿上门办”帮办服务团队，将政务服务直接送到辖区居民家、楼宇企业与社区，可办理多达175项个人政务服务，目前已受理17件。

► “小石儿上门办”帮办服务团队为陈阿姨夫妇上门提供服务



◀ 企业员工不用出楼宇就能够办理政务服务事项

### 进家门贴心服务

据中心主任梁敏芳介绍，全新上线的“移动虚拟窗口”服务，建立在受理中心现有的“静邻帮办远程虚拟窗口”服务系统之上，通过智能手持平板电脑一体机、便携式打印机、远程读卡器等设备，实现了政务服务远程设备读取、社区事务受理服务中心远程排队、音视频双向连接、表单打印、样本展示、纸质影像互传及打印、电子签名传输、“一网通办”好差评的业务闭环全流程。

陈阿姨夫妇是“小石儿上门办”服务的首批体验者。他们一直享受静安区无子女老人

服务补贴，但依据最新政策，需先行进行长护险需求评估。由于腿脚不便，长期坐轮椅，他们只能向新德居民区求助。

了解到夫妇俩的实际困难后，“小石儿上门办”帮办服务团队带着全套设备，在预约好的时间与居委会干部一同上门，为夫妇俩详细解释了长护险需求评估的整个流程。在工作人员的帮助下，夫妇俩通过移至家中的“虚拟窗口”先后连线了在受理中心现场的工作人员，成功提交了长护险申请。

### 进楼宇批量办理

梁敏芳告诉记者，“上门办”服务不仅能

满足老年人、残疾人等出门不便的居民的需求，还与党群服务中心合作，可以为有需求的楼宇企业提供批量预约“上门办”服务。

4月25日，“小石儿上门办”帮办服务团队来到博华广场，打开“虚拟窗口”，为楼宇员工办理医保个人信息查询、个人住房公积金信息查询、居住证新办等白领高频办理的政务服务事项。同时，工作人员现场提供各类政策咨询，为大家答疑解惑，获得一致好评。

如今，“小石儿上门办”已首次尝试推广至社区。5月9日，受理中心来到集市设摊，开展“一网通办”进二社区”宣传咨询服务。居民顾女士现场“尝鲜”，通过这里的“虚拟窗

口”连线受理中心工作人员，不到1分钟就完成了医保账单打印服务。“必须为这种创新而高效的政务服务模式点个赞！”顾女士说。

“小石儿上门办”以智能化设备为突破口，将“移动虚拟窗口”服务纳入石门二路街道辖区内原有的“1+2+5+X”多维度数字化政务服务网络，即以社区事务受理服务中心为基点，辐射楼宇24小时“一网通办自助终端”和居民区“静邻帮办远程虚拟窗口”，以及“一网通办”手机移动端、线上PC端，并成功升级为“1+2+4+M”版本，由被动服务向主动服务转变，真正实现政务服务触手可及。

本报见习记者 陈佳琳

## 解决“根子问题” 水质不再反复

听民意

虬江“一河一策”综合整治有了“计划表”

### 调研解疑惑

虬江是横贯杨浦中东部核心区的一条河道，流经复旦、五角场商圈、长海医院等重点区域，全长8.13公里。经过水务部门多年整治，虬江在2020年消除了劣V类水体，但水质在雨季汛期会出现反复情况，为此一些市民提出疑问：“为什么这条河时而清澈，时而浑浊？”

民有所呼，政有所应。调研发现，造成这一疑问的“根子问题”在于两个方面：一方面，虬江周边合流泵站集中连片，沿线排水泵站多达7个（其中4个为合流泵站、3个为雨水泵站），雨季“防汛泵站雨天排水”（尤其是合流泵站），大量市政合流制污水随着雨水排入虬江；另一方面，虬江复旦大学段存在2.1公里长的箱涵，此段箱涵净高3.5米，

2016年清淤后，年淤积厚度约0.4米，几年下来约有2.5米厚，超过了箱涵净高的70%，不但使河道保洁难度倍增、常规营养维护措施难以开展，还导致整条河道的水动力与自净能力不足，造成影响整条水系正常水生态环境的“肠梗阻”。

找准“根子问题”后，杨浦区编制了针对虬江的“一河一策”综合整治计划。首先对虬江包含箱涵段进行全面清淤（目前正在紧张施工），解决河道的内源污染及水动力问题。该工程两个标段正同时发力，力争在一个半月到两个月内完工。

### “养护大会战”

治理不单从河道入手，更要从源头治理。除正在稳步推进雨污混接普查和整治相关工作（该项工作计划根据全市统一部署于

2026年完成全部问题整改）外，杨浦区水务部门于今年3月启动了汛前排水管道“养护大会战”，计划在5月底前完成一次市政排水管道全覆盖疏通，提升排水管网运行能力，充分发挥管道自身的调蓄功能，削减入河污染物。此外，进一步加大雨前、雨中、雨后管道设施养护力度，减少管道污染物随雨水入河的情况，成立应急机动组第一时间紧急处置泵站放江造成的河道问题，并调整河网调度模式，提升河道自净能力。

为进一步治理好虬江，上海市河长制办公室、杨浦区河长制办公室、五角场街道党工委、办事处还举办了杨浦区虬江“一河一策”制定公众意见征集访谈活动。有关方面听取市民意见后表示，除治好虬江水质反复问题外，还将进一步美化虬江两岸环境。

本报记者 杨玉红