



环境更整洁了 充电更便捷了

田林十三村物业费上调后服务品质提升

8月6日本报头版头条报道徐汇区宛南六村成功实现物业费上调75%的新闻,引发了不少市民和相关从业人员的关注。物业服务质价双提升究竟能不能实现、如何实现?

记者实地走访两年前将物业费上调50%的徐汇区田林十三村,站在刚刚安装的11个新能源汽车共享充电桩旁,居民们自豪地说,自从2023年下半年相继完成了“三旧变三新”改造和物业费调价后,社区面貌焕然一新,加装电梯比例已超过90%,物业服务也越来越好,近两年有七八十户居民搬了回来,“以前,居委会老主任兰素贞是田林十三村的招牌,沪剧《零号首长》就是以她为原型创作的,现在,美好新生活成为我们这里的新招牌!”

田林十三村建造于20世纪80年代,18幢房屋住着924户,总建筑面积约4万平方米。与许多房龄相当的老小区一样,也存在基础设施落后等问题。2023年,在“美丽家园”改造中,小区内外进行了大规模更新,如架空线入地、地下排水管网改造、小区入口改造、屋面修缮、晾衣架和空调架更新、绿化景观提升等。同时,小区提高了智慧系

数,曾经住在非机动车库内的人员被清走了,车库里安装了智能门禁、电子监控、消防报警等系统,小区机动车出入口安装了自动抬杆系统。

小区面貌焕然一新,为物业费调价奠定了良好基础,也让大部分居民愿意为更好的生活品质买单。经过筹划,田林十三村在田林街道乃至徐汇区率先启动了大幅度调价,并在约2/3居民投出赞成票后,将物业费从每平方米8角涨到了1.2元。

据居民区党总支书记兼居委会主任史俊介绍,小区房型面积基本在29至66平方米之间,平均约为50平方米。因此,物业费涨价后,平均每户人家每年多支出约200元。业委会主任王清源补充介绍说,8角钱的物业费标准制定于2013年,这个费用已经跟不上现在的物价水平,所以,小区的停车费等公共收益原本都用来贴补物业管理成本。调价后,公共收益每年将取出20%、约5万元划入居民维修基金,这也是给居民带来的实惠。

调价后的服务水准提升,居民也是切实可以感受到的。王清源说:“一个直观的变化是保安变年轻了。”原先,小

区保安只有单岗,而且是六七十岁的老大爷;现在,保安是双岗,年龄小于60岁,而且,除了在门岗里有人,每天6时至21时还会在小区里巡逻,变化十分明显。小区保洁人员也从三人增至四人,服务内容增加了楼道拖洗、每周擦拭一次楼梯扶手、绿化带一天捡拾两次垃圾等,让小区环境变得更加整洁了。因此,虽然当初小区只有逾60%的居民投票同意涨价,但去年的物业缴费率却有83%,体现出大多数居民感受到了物业费上涨后的变化,也愿意为这个变化付费。

上个月,小区还建设了11个共享充电桩,这样的规模在田林街道的老小区里排名靠前。有了充电桩,“三驾马车”又引导车主们建了一个微信群互通信息,自我调节充电时间,管理充电秩序,让充电桩在夜间也能轮转使用,提高充电效率。迄今为止,车主们还没有因为抢车位发生过矛盾。

看着井然有序的小区环境,走过路过的居民们都觉得如今的田林十三村跟“田林”二字的谐音一样,是名副其实的“又甜又灵”!

本报记者 孙云

奋勇争先实干家



沈燕燕在大棚内劳作

受访者供图

夏日,走进位于嘉定的泖江生态园,稻田青绿,果树繁茂,小猪在“发酵床”上打滚,奶牛在草坪上“漫步”。清风拂过,在蓝天白云的映衬下,好一片治愈美景。前不久,泖江生态园成功引入民宿功能,将为这座生态农场乃至周边文旅产业进一步赋能。

泖江生态园有限公司总经理沈燕燕,是海归“90后”,也是巾帼“农二代”。在这片承载着希望的土地上,她以匠心守护农产品品质,推动传统农业向生态农业、休闲农业和观光农业转型发展,为乡村振兴注入属于“新农人”的一份力量。

保护本地老味道

沈燕燕深知,农产品的品质是赢得消费者信任的关键,也是农业发展的根基。海外学成归来接手生态园后,她将提升农产品品质作为首要任务,从源头把控每个环节。

在她的努力下,园区陆续通过了上海市蔬菜标准园和水果标准园的验收,获得“上海市标准化示范单位”的称号。园内众多产品也顺利通过绿色食品认证中心的认证。

除了推进标准化建设,沈燕燕还对具有本土历史文化遗产的特色农产品培育满怀热忱。她与各方专家携手合作,开展嘉定白蚕豆的提纯复壮工作,最终成功恢复本土白蚕豆,并通过温差实验让它们提前上市,增强了市场竞争力。

当“头雁”利农惠民

作为“头雁”项目带头人,沈燕燕始终牢记自身的社会责任,致力于带动周边农户共同富裕。

2020年,沈燕燕带领一支90后年轻团队建设和运营的“我嘉生鲜”电商平台,集合了众多地产优质特色农产品入驻。作为一个公益性质的平台,“我嘉生鲜”有效打通了“小农户与大市场”间的渠道,通过组织小农户进行规模化销售,帮助他们克服了产销对接的难题。同时,平台基本实现了果蔬24小时内从“田头”直达“灶头”,并以最优的品质和最实惠的价格让嘉定市民吃上嘉定“三白”、黄渡番茄、外冈大米等本土优质的特色农产品,成为嘉定家喻户晓的高品质生鲜电商平台。

近年来,泖江生态园通过“家庭农场+农户”的助农新模式,不断优化价值链,有效解决了本地农户的就业难题。生态园还组织近百户本地农户利用自留地和零星土地种植油菜、花生、芝麻等经济作物,并以订单回购的形式对这些农产品进行深加工,既满足了市场需求,又显著增加了当地农民的收入。据统计,仅这两项措施,每年就为当地农民带来了超过200万元的收益,形成了农场与农户共赢的良好格局。

“卖体验”吸引游客

“我们农场有独特的地理环境、原生态的自然风貌,能让那些在快节奏都市生活中奔波的人们放下疲惫,放松身心。”沈燕燕的梦想,是从“卖产品”到“卖体验”,释放农业的生活与生态价值。

嘉定梅山猪是全国地理标志农产品,也是泖江生态园的核心产品。为了把园区特色更好地和梅山猪结合起来,沈燕燕团队设计了“梅小宝”IP形象,这只憨态可掬的小猪宝宝,让品牌形象得到更好传播。

挤奶牛、抓泥鳅、捡鸡蛋、做蒸糕……泖江生态园推出了别具特色的农事体验活动。每年,园区会定期举办各类节庆活动,如“三花节”“美食节”“丰收节”等,吸引游客前来体验。园区还成功通过了全国休闲农业和乡村旅游五星园区的验收。沈燕燕畅想,农场引入住宿功能,串联起周边农文旅点位,为都市人群提供至少“2天1夜”的乡村旅游新选择。

“农业是充满希望的产业,我希望通过努力奋斗,让更多人看到现代农业的魅力,吸引更多人回到乡村,共同建设美丽家园。”沈燕燕说。

本报记者 杨洁

致力于带动周边农户致富 泖江生态园有限公司总经理沈燕燕的故事

上海出台地方国企老字号焕新计划

打三套组合拳激活品牌价值

本报讯(记者 叶薇)《上海市地方国企老字号品牌焕新发展行动计划》(以下简称《行动计划》)近日出台,通过深化国有企业改革,以“独立发展一批、整合合作一批、授权经营一批”组合拳,系统性激活老字号品牌价值。

本次市国资委制定并出台的《行动计划》,进一步强化战略引领,构建品牌矩阵,形成“产品类”“商号类”“引领层”“提升层”等“两类两层”老字号品牌清单,提出相应发展目标;推动企业集团制定老字号品牌焕新战略规划,落实“一品一策一方案”工作机制。优化资源布局,深化开放合作,支持老字号企业实施整合合作、授权经营,推动国资

基金组合赋能老字号品牌资本运作。搭建创新平台,引领消费需求,支持老字号企业研发设计创新产品,孵化打造创新场景、建设培育创新基地。提升机制效能,激发内生动力,支持老字号企业完善人才激励机制,开展行业对标和品牌焕新成果评价,激发关键人才活力动力。构建协同生态,开展老字号品牌进社区,提升老字号品牌渗透率与影响力。

近年来,市国资委多措并举支持老字号品牌改革发展:制定发布《关于鼓励和支持本市国有企业品牌加快发展的实施意见》,全面摸清国资老字号品牌底数;编制《上海市国有企业战略调整品牌授权管理工作指南》,为老字号

企业授权经营提供政策依据;搭建老字号品牌运营和资本运作两个专业化运营平台,服务老字号资本运作及对外发展,相继建成“华山·263”老字号品牌馆、浦东国际机场“上海品牌广场”;推进凤凰、敦煌等品牌企业通过混改、引入战投等市场化运作;强化“品牌+”创新生态,组织国资系列品牌沙龙,建立起跨产业、跨部门的商旅文体展融合创新生态圈,年度品牌跨界活动为市属消费类品牌平均带动销售收入增幅达5.56%;推动回力全国首发品牌数字资产,带动新客增长;推进龙虎与申花、大白兔与上马等品牌跨界联名,以“国潮+文体”组合成功实现品牌“破圈”。

「颗粒造世界」亮点纷呈

昨天,第七届中国AFOL节暨乐高玩家作品交流展在千年古镇枫泾开幕。本届AFOL节以“颗粒造世界”为主题,亮点纷呈,特色十足。为期两天的活动中,观众们可体验MOC挑战赛、“声波”主题MOC作品展、乐高机器人格斗赛等。

其中,MOC作品展成为一大亮点,展品涵盖大型动态沙盘、机甲雕塑、建筑艺术等品类,数量与质量均创历届之最。现场呈现了500余件最新创意乐高作品,让观众乐享一场视觉盛宴。

本报记者 陶磊
摄影报道

