



狠抓落实 善作善成

上海社区综合为老服务中心街镇全覆盖

今年市政府“为老服务类”实项目已提前超额完成,还将继续谋求新突破

本报讯(记者王嘉旻)记者昨天从市民政局获悉,今年市政府实项目中的“为老服务类”实项目已全部提前且超额完成。截至本月初,全市新增7202张养老床位,改建1485张老年认知障碍照护床位,改造83家郊区农村薄弱养老机构(提前一年完成目标),新建83家老年人日间服务中心,新增88家社区综合为老服务中心(实现街镇全覆盖),新增217个社区老年助餐场所。

上海是全国最早步入人口老龄化的城市。截至去年底,本市户籍老年人口已达503.28万,占户籍总人口的34.4%;80岁及以上户籍高龄老年人口81.67万,占户籍老年人口的16.2%。庞大的老年群体对社会养老服务产生了巨大需求,上海从1998年起就将新增养老床位列入市政府实项目,到今年为止,该项目已延续长达22年。

在持续关注新增养老床位之外,上海也在不断拓宽养老服务半径。据了解,今年市政府“为老服务类”实项目共6项,

涵盖养老服务各个领域。具体内容包括新增7000张养老床位、改建1000张老年认知障碍照护床位、改造80家郊区农村薄弱养老机构、新建80家老年人日间服务中心、新增40家社区综合为老服务中心、新增200个社区老年助餐场所。

在完成市政府实项目的基础上,上海还将继续在为老服务领域的重要指标上谋求新突破。今年5月,市政府印发《上海市深化养老服务实施方案(2019-2022年)》,明确提出本市养老服务深化发展的

系统谋划和“增量”“增能”“增效”目标。其中提出,到2022年,本市社区综合为老服务中心(分中心)在街镇全覆盖的基础上要实现数量翻番,不少于400家;社区老年助餐服务场所总量也要实现翻番,达到1600家。同时,养老服务在结构上还要更加优化。到2022年,养老机构床位在确保不低于全市户籍老年人口3%即17.5万张的基础上,护理型床位数要达到总床位的60%。同时,认知障碍照护专区床位数要达到8000张。

“条形码”标准厂房翡翠园开园,90多万平方米厂房加快建设

临港新片区“加码”硬核领域产业承接力

本报驻临港新片区
记者特别报道

■本报驻临港记者 祝越

临港产业区核心区域先进制造一期、标准厂房翡翠园昨天迎来首批入驻企业,涵盖新能源汽车、集成电路、高端装备制造等硬核领域。翡翠园的开园只是一个开始,为了提高上海自贸试验区临港新片区的产业项目承接能力,目前先行启动区内还有90多万平方米的厂房正在建造,将向高端装备制造、航空航天、新能源汽车等重点领域的企业敞开大门。

“条形码”厂房迎首批企业

驱车行驶在临港产业区,或遇见布满“条形码”的厂房,或看到大片酷似“旅行箱”的厂房,显露出全新的设计感和艺术冲击力。

外形酷似“条形码”的翡翠园位于临港产业区的核心区域,共有两栋高层厂房、八栋双层厂房以及三栋单层厂房,总建筑面积11万平方米,厂房结构和设计细节能满足不同业态企业入驻。

诺信汽车、理想万里晖、新奥节能、诺玛机电成为首批进驻翡翠园的企业。“这里的标准厂房能让企业在短期内实现产能提升。”诺信汽车零部件有限公司总经理陈序介绍,公司已经在产业区投产5亿元的生产线,但目前全部饱和,将计划在翡翠园投入2亿元的设备产能。

▼下转第五版



外形酷似“条形码”的翡翠园位于临港产业区的核心区域,总建筑面积11万平方米,厂房结构和设计细节能满足不同业态企业入驻。

本报驻临港记者 祝越摄

2019年终盘点 感受城市治理民生温度

上海「一网通办」累计办件近二千五百万

浦东三个百分百加码「一网通办」改革

上线运行一年多来,社会受益面逐步扩大,百姓办事体验感不断优化

刊第二版

刊第二版

高校“书店+” 不输颜值更不乏文气



华东师范大学在闵行校区连开两家24小时校园公共文化空间——“知先堂”24小时阅读空间和“召文斋”24小时研创空间

刊第五版

热点透视

汉服产业规模突破十亿元,古风元素成视频产业新亮点——

走进日常,“新国风”不是一场角色扮演游戏

在学者看来,“新国风”需要克服网络时代碎片化、符号化的传播局限。文化传承需要发现古今贯通之处,找到适合当下的创造和发展,如果少了文化底蕴和时代风貌的融合,“新国风”难免只是“一阵风”

刊第九版

文化视点

“卖萌”的博物馆“火”了,图书馆也来追赶文创潮流——

“日用而不知”,图书馆文创需具备怎样的品质

■本报记者 李婷

近些年,各种又新又“萌”的博物馆文创产品“大出风头”火遍全国,图书馆也不再甘居人后。据统计,短短两年间,由国家图书馆牵头成立的图书馆文化创意产品开发联盟的成员,已从37家增加至116家。

然而由于起步晚,当下图书馆的文创产品存在结构单一、规模小、品牌效应不强等一系列问题,甚至仍有不少公共图书馆的文创开发处于空白阶段。究竟,图书馆文创开发难在哪,需要具备怎样的品质才能使百姓“日用而不知”?

在日前在沪举行的全国图书馆文化创意产品开发专题培训班上,来自设计、营销、图书、博物馆等多个领域的专家就这些话题展开了头脑风暴。

图书馆偏“内向”,加大开发难度

“与博物馆文创开发相比,图书馆做文创难度更大。”华东理工大学艺术设计学院副院长丁伟说,一方面,图书馆藏品以典籍为主,其核心元素是书与文字,在艺术表现力上要弱于千姿百态的博物馆藏品。加之大量古

籍繁体字、竖排版的阅读方式,与现代人的生活有距离感,又无形中增加了图书馆文创产品艺术性衍生的难度。另一方面,国内图书馆相较博物馆更安静、“内向”,缺乏“明星藏品”的曝光率,这也为图书馆文创的营销增加了难度。

在丁伟看来,作为传统文化的宝库,图书馆的馆藏不缺审美趣味。截至目前,共有12274部古籍入选珍贵古籍名录,省市各级古籍善本数以千万计。我国殷商甲骨和中华珍贵医药典籍《黄帝内经》《本草纲目》成功入选《世界记忆名录》。这些弥足珍贵的文

化遗产是开发文化创意产品的智慧源泉,图书馆需要做的是用现代语言去激活典籍。

“数字化时代,消费者的需求模式已经从‘千人一面’向‘一人千面’迈进。这种生活消费方式使得人们的消费场景日趋离散化、非线性化,远远不是模块化、线性化的传统市场细分方式可以覆盖的。”品牌营销专家袁清指出,在这样的背景下,图书馆文创产品应该是集人类学、心理学、文化学、社会学等跨学科集成,具备精神和物质双重性。

▼下转第五版



(均上海图书馆供图) 制图:李洁