



上海持续构建家庭园艺服务体系,已建立106座市民园艺中心 窗台阳台美起来,盆景如何扮靓风景

■本报记者 苏展

开窗见绿,抬头观景,让窗台和阳台美起来,也是美丽上海建设的重要组成部分。上海市民爱花,但也时常自问:能不能养活、养好花?

静安区曹家渡市民园艺中心,摆放着不少周边居民拿下楼“续命”的绿植:土壤不够透气,多肉现出枯败凋零之相;不知要用酸性土养,蕨类绿植长得稀稀落落……居民有心栽花,奈何不开。

这一桩桩看似提升市民养花素养的小事,却关联着基层治理大命题。近日,市政协督办重点提案“以窗台阳台彩化为抓手,进一步激活花文化的基层治理功能”。视察现场,政协委员们热议:窗台绿化工作不是放几盆花了事,怎样把盆景真正变成一道风景,值得思考。

目前,市绿化和市容管理局结合“十四五”期间每年40万平方米立体绿化建设,将窗台阳台绿化作为立体绿化的重要形式加以推广。以继续建设市民园艺中心、建立社区园艺师队伍、推进公园花市为抓手,计划至2025年初步建成与“15分钟社区生活圈”相配套的家庭园艺服务体系。

如何有效结合基层治理,让更多居民自发参与到居住区绿化自治,是更值得探讨的议题。不少政协委员聚焦两个与市民切身关心的问题:怎么养花和哪里买花,围绕激发市民参与养花积极性方面建言。

怎么养花

曹家渡市民园艺中心既卖花也卖咖啡。但它既不是花店也不是咖啡馆,主要功用是为居民输送绿化服务和知识。

室内布置有钢琴、吧台,绿植错落其间,好似家中的一个角落。主理人王玉婷解释,特意将小店打造成生活化场景,给居民展现绿植环绕的房舍之美,以及怎么摆放绿植能更养眼,从而激发他们买花、种花、养花的意愿。

该市民园艺中心运营已有一年,居民区阳台是否因此增色?记者注意到周边的居民住宅以高层建筑、封闭式阳台居多。仅从



静安区曹家渡市民园艺中心指导居民进行阳台绿化,为居民区增色。(采访对象供图)

观感上论,尚不能用风景来诠释阳台之美。王玉婷观察到一些变化,“高层考虑到安全因素,阳台绿化很难外显。不过如今也有居民特意买花草草放在楼道、大厅等公共区域。外显之美都由内心诉求开始,逐渐扩展到公共区域甚至整个社区”。

她构想进一步氤氲社区的花氛围,“联合居委会、街道等策划以旧物换绿植的活动,打造一系列集市吸引更多居民关注”。

市民园艺中心是构建家庭园艺服务体系的重要一环,意在为市民提供综合性、一站式园艺服务网点,开展园艺大讲堂等各类园艺科普、展览、咨询活动。目前,全市正持续构建家庭园艺服务体系,已建立106座市民园艺中心。

政协委员们认为,要进一步发挥市民园艺中心的作用,在技术层面比如怎么养花、养什么花等给予更多指导。

市绿化和市容管理局相关负责人在视察座谈会上表示,目前建有市、区两级社区园艺师队伍为社区提供群众性的绿化知识普及和专业性的绿化技术咨询等服务。全市有300余名社区园艺师,已覆盖全部街道(镇)。

养什么花,需兼顾窗台阳台绿化的可看性和种植条件。市绿化和市容管理局相关负责人回应:“目前已对接优秀花卉企业,筛选出好养护、少病虫害的植物花卉新品种20余个,如无性矮牵牛、天竺葵等。未来将推出更多价格适宜、易养易活、适用于家庭种植和窗台阳台绿化彩化的园艺产品。”

哪里买花

座谈现场,不少政协委员提到“买花难”。目前,不少市区的花鸟市场由于租金问题陆续退出,而线上买花渠道存在良莠不齐、不够规范的问题。另一方面,园艺产品更新速度快,针对家庭园艺消费的产品形态日渐丰富。

这就需要探索,推动建立适应当前居民需求的花鸟市场。市绿化和市容管理局相关负责人回应,如设立较大规模的园艺综合体;转型传统花店,建立有跨界思维的园艺主题店,吸引年轻人。推行地铁花店、便利店等消费模式,更好地利用新兴网络消费渠道,更大幅度地拓展家庭园艺消费市场……

此外,公园花市也是拓展市民买花渠道的载体之一。市绿化和市容管理局将以市民绿化节为载体,举办各类花卉集市、园艺市集等,吸引相关企业参与举办各类花市……举办“鲜花进公园”“园艺夜市”等形式多样的花卉展销活动,为市民提供方便快捷的园艺服务。

养不养花,终究还是老百姓自己的事儿。市政协常委杨文悦提出,本市在积极推进建设窗台阳台绿化示范点,形成了一批可推广、可复制的窗台阳台绿化样板之后,能否激发市民参与窗台阳台绿化建设很重要,“我认为家庭是接下来非常重要的助力。建议通过妇联渠道普及家庭园艺理念,进一步激发个体参与积极性”。

■本报记者 唐玮婕

一支16人组成的小分队,直接服务着交易量占上海国际金融中心要素市场超七成的银行间市场,每天值守21小时以上,为全球60多个国家和地区、5万多个交易账户提供业务和技术支持,年操作业务量超过10万笔。

这就是来自中国外汇交易中心的场务团队,一群以90后为绝对主力的年轻人正用高度的责任心和担当,沉稳、专业的工匠精神,守护着我国金融市场“大动脉”的顺畅运行。

点亮上海国际金融中心的“启明星”

在中国外汇交易中心,场务团队的工作有着一个浪漫的比喻:亲手点亮上海国际金融中心的“启明星”,让全球投资者得以全时区交易来自上海市场的金融产品。

每个交易日的早晨6点半,团队开始了一天的工作;7点,外币市场率先开市;9点,货币市场、债券市场鸣锣,人民币外汇市场接续启航,我国利率汇率市场每天的交响乐就此奏响;晚上8点,债券市场收盘;深夜11点30分,外币市场闭市;次日凌晨3点,人民币外汇市场结束一天的交易……

21小时不间断守护银行间市场,无条件保障市场准时开市、正常运转,承担系统点检、基准价格发布、市场监测、应急服务、业务咨询、交易用户管理等一系列职责,为数万名交易员群体提供服务,这些都是场务团队的“天职”。

和所有同事一样,来自市场二部的钟守学一坐上工位,面前的4个电脑屏幕就是他工作的“战场”:一边紧盯交易系统显示的实时行情,另一边则要及时处理客户接入的电话、邮箱中的邮件、iDeal(银行间市场询价专用即时通信平台)的消息。

说起自己的繁忙时刻,钟守学记得有一次闭市前15分钟,一下子涌进来10多笔需要第一时间处理的紧急交易需求。当时,他和几个同事立刻分好工,用几乎一分钟一笔的速度抓紧处理,就在闭市前10秒钟,最后一笔交易顺利完成。“我们不仅要争分夺秒,更得保证零差错。”钟守学说。

重要又琐碎,大致可以概括场务团队工作的日常。据统计,他们年受理业务咨询超过9万条,提供应急报价和交易服务数千次。场务每一个电话、每一封邮件、每一次点击,都是在实实在在地解决用户的需求,团队自身也在一次次实战中快速积累经验、锤炼本领。

行军床背后的一线坚守

在润物细无声的日常之外,场务团队的办公室里还有着整个中国外汇交易中心唯一的行军床:一旦遇到极端天气等特殊状况,挺在一线坚守的也是他们。

来自市场一部的场务员孔令钊至今记得去年在上海二次登陆的台风“梅花”。因为登陆当天,他就所在单位值守,与同事们一起研判多种因自然灾害可能导致的极端业务场景,反复演练应急操作流程,直到夜深。“光靠基准价格发布,我们就进行了四五个不同场景、十余次的模拟演练,想要提高应急响应处理速度,从而在极有限的条件下确保市场平稳。”

第二天,孔令钊又与同事们有条不紊地帮助受影响的机构完成各项应急交易需求,当天银行间市场运行平稳如常。

2022年全年,外汇市场为境内美元同业拆放参考利率应急报价53次,监测接收异常市场行情事件450余起;完成新功能、新业务上线系统参数设置及验证110余次;机构和接口等权限类维护340余次;银企平台维护机构权限设置类620余次。

“小”肩膀扛起“大”业务

场务团队支撑的业务规模之“大”和自身年龄之“小”,形成了一种鲜明对比:中国外汇交易中心每天39个交叉货币对、30多个利率汇率交易产品供给,日均产生7万多笔、9万多亿元成交,60多个国家和地区的5万多个交易账户每天吞吐8000多万笔自动化报价,每秒钟交易量超过1亿元……就在如此海量级数据的金融市场“脉动”背后,整支场务团队平均年龄仅有30岁,其中80%以上是90后。

这群年轻人以高度的责任感、高超的专业本领、坚决有力的行动,做到了“操作零失误”“服务零投诉”。他们既守好保障市场安全有序运转的主责,在“稳”上下足功夫,也在新系统、新接口、新业务的参数设置、验证、演练中积极进取和参与,在“进”中屡建新功。

在中国外汇交易中心场务团队的表盘上,没有时钟刻度,他们以每年5200小时以上的辛勤付出,与在上海、在全国、在全球的金融交易员们陪跑同行,护航我国金融市场的全天候“脉动”。



团队小传

中国外汇交易中心场务团队,是面向银行间市场成员提供交易支持和业务服务的功能中心,肩负着开市操作、业务系统点检与维护、基准价格发布、市场监测、应急服务、业务咨询、交易用户管理等职责。目前,本外币市场场务团队共有16人。(采访对象供图)

聚十年动能打造童书界“上海样本”

中国上海国际童书展昨落幕,从场馆内三天活动演变成跨越11月的阅读季

■本报记者 许畅

中外超3万种精品亮相,来自25个国家和地区的478家展商与近百位专业嘉宾、超4万名全国读者参与……为期三天的2023中国上海国际童书展昨天落下帷幕,多种图书版权输出签约,童书展各直播平台及线上话题参与曝光量持续上涨,版权洽谈热烈。

作为亚太地区领先的专注于0—16岁童书出版及儿童内容的展览盛会,上海童书展现场名家、名家、名作云集。“今年英、意、韩、法都以国家展馆形式参展。上海童书展也从场馆内3天活动,演变成跨越整个11月的阅读季,场外城市联动项目汇聚全国60

余个阅读空间与儿童生活方式场所,举办一系列阅读活动。”会展主办方、上海融博会展总经理柴成炜还记得,2013年上海童书展首次举办时规模尚小,但十年后发生巨大变化。“优秀童书在图文视觉呈现上更具创意巧思,配合互动设计,吸引孩子乃至成人充分体验享受阅读之乐。”

十年来,上海童书展以国际脉搏、引领专业发展,满足公众需求为核心功能,国际化底色与品牌认可度日益鲜明。本届上海童书展携手法国巴亚出版集团、比利时克莱维斯出版社、意大利柯瑞尼出版社、英国阿歇特儿童图书出版公司等众多海外展商回归,与本土出版力量同台竞技,聚集并筛选丰富优质资源,为提升品质阅读的丰富性提供了国际化

支撑,聚十年动能打造童书界“上海样本”。

作为图书市场中规模最大板块,少儿图书市场动态备受瞩目。现场多个论坛解读行业动态、前瞻业内趋势。有统计显示,过去十年,中国少儿出版发展具有革命性进展,少儿出版已成中国大众市场出版份额最大品类,占比27%,原创少儿出版品种比重不断提升。中国少儿出版在主题出版、科普、儿童文学等方面取得全面进展,中国少儿出版国际地位显著提升,原创童书和作家不断走向海外,频频在国际亮相。

在上海国际童书展这一专业的国际版权贸易平台上,《上下五千年》(新时代版)继阿拉伯文版授权后成功签约繁体电子版,俄罗斯、法国和马来西亚等国出版商也表示了

浓厚兴趣。华东师范大学出版社《新说山海经系列绘本》版权输出尼泊尔文和阿拉伯文。多种项目入选国家级出版工程,包括泰文版《江水清到我家乡》、阿拉伯文版《鲜红的党旗:写给青少年的建党故事》、尼泊尔文版《你好,珠穆朗玛》等。

今年上海童书展重点关注非虚构类图画书,打造“大世界”为主题的“童书+”特展。“在非虚构类图书中,美不仅仅是一种点缀,也是一把钥匙,一种方法,一种镜头,让我们更好地感知了解现实世界。”意大利博洛尼亚大学儿童文学副教授乔治娅·格里利说。北京师范大学文学院教授陈晖谈到,非虚构类图书也呼应了近年家长和孩子对科普类、知识类、益智类图画书的关注。

第四届长三角文博会昨闭幕

担当新使命,展现长三角文化产业力量

本报讯(记者 宣晶)昨天,第四届长三角国际文化产业博览会在沪闭幕,现场观众达到10.8万人次。此次展会的面积首次超过10万平方米,参展单位数量超1500家,同步举办了15场主题论坛、74场特色发布等活动,创历届文博会规模和品质的高新。

作为中国规模最大的综合性文博会之一,本届长三角文博会以“担当新使命:长三

角文化产业的力量”为主题,聚焦数字文化新成效,展现文化生活新内容,突出文化消费新升级,成为广大文化企业近悦远来的新平台。展会期间,上海、江苏、浙江、安徽三省一市党委宣传部总结了长三角文化产业一体化发展成果,联合发布了《2023长三角文化产业高质量发展蓝皮书》《首批长三角人文经济典型案列》(2023年度长三角文化及相关产业

重大项目),共同签署了《关于着力推动长三角文化产业繁荣发展的合作备忘录》,谱写了面向未来的文化产业发展新篇章。文博会汇聚了大量兼具先进科技、市场规模、人文魅力的发展成果,展现了长三角文化产业活力澎湃的人文经济密码。

本届展会还联动长江经济带和中西部各地,成为促进东西部大合作、推动乡村振

兴、巩固脱贫攻坚成果的大检阅。其中,上海市合作交流办支持举办的“展中展”——2023年上海对口地区文旅产业亮点频现,举办各类展演、推介发布活动30余场,唐卡、彝绣、盘缠、木雕等非遗匠人现场展示,呈现“峡江月”“秘境果洛”“藏舞”等优秀表演。连续22年举办的永安笋竹文化节(竹博会)首次亮相长三角文博会,以“小竹子大产业、沪明情向未来”为主题,推动两地共创共赢。

为了提升供需对接的转化率,本届文博会开辟了数字文化、文化园区、文化IP、文旅演艺、生活消费等专业导览线路,组织接待了188支专业观众团。超过14支专业观众团与展商达成了文化IP、电竞游戏、文旅合作方面的初步合作意向。

互学互通激发“自主营造”活力

这两天,蒋家桥小区业委会成员和幸福村后村自治小组成员频频坐在一起,围绕解决停车乱、停车难问题相互借鉴相互启发——在无统一物业管理的幸福村后村,新成立的自治小组历经两个多月梳理,以“三证合一”规范小区停车,即依据本人房产证、驾驶证、行驶证制定停车证。并由党员组建巡逻小组,每晚查看小区停放车辆是否具备证件、临停车辆是否登记。见“对门”成效显著,蒋家桥小区打算“拷贝不走样”。

王娜感到,“连心门”打通的不仅是物理隔阂,更有利于社区达人互学互通,及时分享经验、借鉴做法。两个小区的变化,也激发了更多共建单位参与治理的热情。最近,七百集团正在蒋家桥小区装修居委会办公室,一批依照居民需求规划的活动空间将亮相;上海北区电信局为幸福村后村试点安装新门禁,针对房屋类型多样的现状,工作人员制定“一楼一方”……而社区干部们则能腾出更多时间和精力办实事、解难题,让这“37°C”的基层治理品牌能够叫得响、用得好。

虹口区欧阳路街道以“一居一品”挖掘社区特色亮点推进民生实事

提供适宜服务共建“37°C社区”

■本报记者 单颖文

门两侧分别安装减速带,墙面上老弄堂风情装饰画,调整绿化带、增设座椅……虹口区欧阳路街道两个邻近小区——蒋家桥小区、幸福村后村自今年5月拆除相互间隔的旋转铁门以来,以新中式风格打通两个小区的“连心门”已多次征询居民意见建议不断优化。

今年以来,欧阳路街道推出“一听”基层治理新机制,即每月首个工作日,由街道、居民区两级党组织主要负责人深入社区协调督办难点问题,汇聚居民智慧与力量,激发“自主营造”社区氛围与生态,推动高效能治理。同时,以“一居一品”挖掘居民区特色亮点,推进民生实事,共建共治共享。以蒋家桥小区为例,通过提供“适宜的服务”,着力打造“37°C社区”品牌。

“破墙拆门”只是起点

“这个‘连心门’越改越让人满意,也连起居民的心。”蒋家桥居民区书记王娜说,门的一侧是蒋家桥小区,小区大门挨着菜场、药店;另一侧是幸福村后村,出口毗邻地铁站。原本两个社区中间横亘着一道旋转铁门,骑车买菜、坐地铁的居民只能绕行。在居民区“三驾马车”联席会议上,有居民代表提出,希望将旋转铁门拆除。也有人当场表示,拆除后快递、外卖车辆可能在小区里“横冲直撞”。是拆是留?居委会干部走访了紧邻铁门的居民楼,特别是了解底楼居民的想法,发现大家普遍支持拆门,“但更要做好服务,打消居民的顾虑”。

由于拆除铁门、增加管理设备等涉及多个部门,王娜将该情况反馈至街道。得益于

“一听”机制,街道主要负责人和相关职能部门、科室负责人现场办公,拆除旋转铁门,并在大门上方增加摄像头,在底部安装减速带,规避非机动车无序行驶。

但拆一扇门只是起点,在王娜看来,“37°C社区”的营造,就要通过精细化调整方案,为居民带去“适宜的服务温度”——就拿安全出行来说,经过此前多次测量,拓宽后的“连心门”与门两侧减速带中间插入警示立柱,形成“双向道”,每侧恰好能通过轮椅、婴儿车,却挡住了载有大箱体的快递、外卖车辆。老年居民提出希望增加休闲区域,他们又及时调整连心门周边绿化带,因地制宜增加了6处座椅。

每一次改变提升,居民在参与自治共治过程中提升了幸福感、获得感,加强了认同感、归属感。社区书画达人主动请缨,发挥创意美化墙体,手书“连心门”制成匾额