



## 上海第二届“最美河道”系列评选结果出炉

# “净清美”，河道华丽转身有秘诀

■本报记者 陈玺撼

上海第二届“最美河道”系列评选结果近日出炉。30条“最美河道”、30条“最佳河道整治成果”、30个“最美护河志愿服务组织”和200名“最美护河志愿者”脱颖而出。

河道从昔日“脏乱差”，到如今的“净清美”，华丽转身的秘诀是什么？亲历这一切的“化妆师”最有发言权。

### 河长有童心，河道有“童颜”

河岸这一边，桃红柳绿，随风摇曳；那一边，数十亩波斯菊蓄势待发。河中三四十平方米的小岛上布有雕塑，两只“长颈鹿”在花丛中伸出脖子；再看岸上，四只“绵羊”悠闲地望向远处的风车磨坊，两只“仙鹤”围着蘑菇遮阳棚翩翩起舞。

这条河叫东印宅沟，长度虽只有134米，却凭借童话般的颜值，成为宝山区四条全市“最佳河道整治成果”中最具有梦幻色彩的一条。

东印宅沟的童趣设计，与充满童心的二级河长有很大关系。“小时候一直在河里游泳，一

个冲刺，手就能碰到河中央的土堆，孩子们常趴在上面晒太阳。”天平村党支部书记金建强回忆儿时的家乡，无限留恋。金建强2017年回到天平村工作，次年，东印宅沟被列入罗店镇河道疏浚工程。他觉得“还原”母亲河的愿望或许可以实现了。

金建强说，2018年，天平村4条整治河道共清理出3万多立方米的淤泥。当时，放养数千只鸭子的大棚被关停，堵住了污染源。由于水动力不足，水质容易富营养化，天平村平均每月会给东印宅沟换一次水，从潘泾河引入活水。从去年年初至今，东印宅沟的水质始终稳定在四类及以上水平。

有些河道“排完毒”就结束了，但罗店镇结合美丽乡村建设，觉得还要给河道“美容”，要“一河一幅画，一塘一处景”。经过一年多的陆续完善，便有了如今的“乡村童话风”。除了各种童趣小品，一些回来探望的老乡惊喜地发现，河中的小岛居然还在，岸边的鸭棚经过修缮，变成了白墙黛瓦的公共会客厅。

成为“最佳河道整治成果”后，东印宅沟还将更上一层楼。金建强指着岸边不远处正在搭建的现代化农业大棚说，不久后，这里将成为

芒果、樱桃、圣女果、火龙果等水果的采摘乐园。未来还打算结合几条美丽河道、波斯菊花海、采摘大棚等，推出一批民宿，打造天平村乡村休闲观光产业，“把儿时的美好记忆，用新的讲述方式介绍给大家。”

### 居民齐上阵，“白鹭”四季美

从高空俯瞰桃浦镇新杨工业园区的外环林带，不难发现一只振翅高飞的“白鹭”——南北厅河，它的“身体”是一个2.48万平方米的湖，而“头”、“翅膀”和“脚”则是总长1.2公里的河道。在新杨工业园区党委副书记王雅眼中，这只“白鹭”近期已到了一年中最美的时节，站在湖心亭眺望，平静的湖水倒映出岸边的桃红柳绿。

如果把时间往前推一个月，南北厅河的早春也不乏味，因为有二月兰的紫，迎春花的黄，还有紫叶李的粉与白。又或者把时钟拨到盛夏或深秋，南北厅河依然生机勃勃，或有多彩的睡莲点缀湖岸，或有挺拔的水杉穿上锈色外衣。一步一景、一季一景，是南北厅河景观设计的独特之处，也是它成为普陀区今年唯一一条全市“最美河道”的主要原因。

这美颜背后的“化妆师”是谁？“是每一位住

在它周边的居民。”王雅说，2017年，在推进桃浦地区“五违四必”和生态环境整治工作中，南北厅河受到普陀区和桃浦镇的高度关注。由于河道所牵涉，镇河长办、城管、公安、环保、绿化市容等部门联合执法，铲除了岸边的污染鱼塘。

截断了污染源后，南北厅河的新貌设计交给周边居民。“正是借助集体智慧，南北厅河的美容工程处处都有精细化管理的痕迹。”普陀区河道管理所吴凯华举了一个水生植物的例子：为了净化水质，形成河道“健康内循环”，南北厅河需要种植一批沉水植物，最后从五六十种植物的大名单里选择了苦草、伊乐藻、轮叶黑藻、马来眼子菜、金鱼藻五种。它们不会爆发性生活，且四季常绿，在确保充分富集水中富营养物质的同时，降低生长期内人工修剪打理的频率。

如今，南北厅河周边社区成立了一支“护河护绿志愿者队”。他们无时无刻不关心南北厅河，在他们的呼吁下，沿河健身步道上设置了十几个座椅。最近，他们还鼓励新杨和苑等社区，拿出小区湿垃圾变成的有机肥，用来呵护河道周边绿地。“这条河就是大家的后花园，照顾好它，是自然而然的事。”王雅说。

■本报记者 任翀

阿萍是地道的上海农民，家住浦东南汇大团镇，平时在上海田地甜蔬果专业合作社劳动，拣菜、打包、送货，都是好手。最近她却出镜成为视频主角：一次性桌布当披风，腰间油菜菜，手上桃花，画外音问：“咋去，阿萍”，她爽快地回答：“田里厢去。”短视频导演正是合作社理事长施雷。

因为疫情，沪郊农民深深感受到今年春天的不一样——来田头的采购商少了。但也有新气象——市农业农村委和市商务委合作，鼓励农民通过电子商务、小区直售等方式拓展销售渠道；上海市农业广播电视学校等为农服务机构围绕今年春耕春播要点、农产品上网营销技巧等主题，上网课，做直播。于是，一大批沪郊农民第一次系统地了解了电子商务，短视频直播带货，并开始行动。“疫情让我重新认识了互联网，我不想错过机会。”有农民说。

最近，施雷只要有灵感，就会把想到的短视频场景写下来。如今他已准备了5段视频脚本。阿萍“田里厢去”这段，是第二个脚本，背景音乐是抖音热曲“寒江孤影”，表达的是阿萍精神抖擞去田里干活的状态。第一个脚本“阿萍出征”已经拍好了，21秒，背景音乐是长春电影厂的开场曲，字幕总共11个字：新零售模式助力乡村振兴。

施雷说自己还在摸索阶段。推动他尝试的，是市农业广播电视学校、市农村专业技术协会3月初推出的一系列网课。“按照惯例，每年春耕春播都是农业技术培训的高峰，今年受疫情影响，开展大规模线下培训不现实，我们就想到了网课。”市农广校培训负责老师周松良说，最初的网课是农业技术培训，围绕水稻、绿叶菜、林果等主导农产品展开；看到很多农民对疫情期间走俏的短视频和直播带货感兴趣，增加了为期一个月“上海农场主短视频直播特训营”，每晚直播上课。

“听了老师的讲课，我第一次知道，短视频里有那么多机会。”70后施雷说：“我一直觉得农产品要提高附加值，必须有品牌和新的销售渠道。我们合作社很早就有了‘田里厢’这个品牌，还在京东等平台上开店。如今，短视频和直播带货成为最新计划，以前我觉得短视频是小年轻的玩意儿，和农产品营销没关系，今年才发现，这已成为趋势，我们得跟上时代。”3月27日，施雷把“阿萍出征”发到网上。一天后，播放量超过1000，企业号多了300个关注、49个粉丝，“还不错，算是好的开端。”

在上海市郊，像施雷、阿萍这样主动拥抱变化的农民还有很多。“上海农场主短视频直播特训营”微信群里，群员接近400人，几乎每个成员背后都是一个合作社或农场，涉及上千户种植、养殖农民。

## 『阿萍出征』，沪郊农民触网求变

本市首次面向农场主开展短视频直播在线培训

## 解燃眉之急助复工复产 中小体育企业获救急贷款

■本报记者 秦东颖

“2月份，我们真的非常迷惘，公司销售额出现断崖式下滑。”说起公司因疫情所受的打击，上海绿梦体育用品有限公司董事长崔金石心有余悸。好在3月初，中国银行上海市分行推出针对体育企业的“中银健体贷”产品，绿梦体育以较低利息拿到300万元贷款，比原有授信额度还多了100万元。

从申请、审核到放款，用时仅一周，这笔“救命钱”解了崔金石的燃眉之急。绿梦体育主营高尔夫运动器材代理，疫情期间销售额跌了70%以上，电商业务也因为仓储物流环节问题发不出货，“门店房租是比较大的开支，还有员工工资，贷款大大缓解了我们现金流压力”。

据统计，上海有1.6万多家体育企业，其中绝大多数是中小企业。“中银健体贷”普惠金融授信服务方案重点针对体育制造、体育贸易和体育服务三个领域内的中小企业，打造专属信贷服务，解决体育企业融资难题，帮助企业快速复工复产。中行上海分行还联合市体育局，面向体育产业中小企业举办“中银普惠”站通”专场对接会，线上“面对面”为体育企业排忧解难。



### 菜品多 供应足

3月下旬以来，上海蔬菜集团所属批发市场蔬菜日均交易量达到7300多吨。各家批发市场内，经营户在农率基本达到100%。目前，蔬菜种类齐全，供应充足。

图为商户在江阳市场批发蔬菜。  
本报记者 张海峰 摄

# 星河湾：业主口碑就是最好的营销力

一场疫情突如其来，让很多行业面对困难的2020开年，新的挑战摆在“地产人”面前，企业如何重回正轨，能否转危为机抓住机遇？

星河湾上海区域用实际行动作出了回答。



## 上海区域多个项目 年内全新面世

据悉，2020年星河湾上海区域将有多个项目全新面世，其中，森兰星河湾预计今年年中入市，上海星河湾三期预计下半年入市，江阴星河湾预计年底入市。

江阴星河湾是星河湾进入江苏的首个作品。新项目入市，对于星河湾既意味着挑战，更意味着机遇。



## 业主和员工安全第一

新型冠状病毒疫情发生后，星河湾首先想到的是如何保障员工的安全，如何保障业主的安全。

对于员工，及时跟踪他们的健康状况，每天健康打卡报平安。为保障员工身心健康，在居家办公期间，星河湾上海区域开展了数十场线上课程培训和各部门的专业线培训，另外还筹集了1万多个口罩及各类消毒用品等，提供给上海、武汉公司各条线的同事，确保员工能安心前往公司复工。

对于业主，由于园区配套的酒店餐饮和商业街停业，再加上是春节期间，给业主们的生活带来了较大的不便。针对目前上海已入住的两个项目浦东星河湾和上海星河湾，星河湾迅速搭建起“物业、酒店、地产”三方联动平台

在防控疫情和保障业主生活方面采取了“安保安防保障、环境卫生保障、工程维护保障、生活服务保障、信息安全保障”等五大保障措施。在保障安全的同时，尽可能地利用公司资源给星河湾业主提供生活的便利。

网上有一篇题为《好房子是可以保命的》的文章，从人性角度出发，思考好房子对消费者的作用。当面临天灾人祸时，房子可能无法阻挡灾难的发生，但好房子注重房子的坚固，可以确保在灾难面前拥有更好的生存和生活质量。顺境中，好房子的价值可能会被价格所掩盖；逆境时，好房子的价值无疑更易凸显。相信通过这次疫情，消费者对于购买好房子的意愿会越来越强烈，会把自己生命的价值放在首位，而不仅仅只是关注房子的价格因素。

## 业主口碑是最好营销力

疫情期间，在有些房企打折促销时，星河湾把精力投入在帮助别人上，帮助有困难的武汉同事，帮助有困难的业主们。疫情无情，星河湾始终把别人放在第一位考量。

作为一家始终强调企业社会责任感的开发商，星河湾首先承担起“守土有责”的企业责任，“保护好”好自己的业主。

就星河湾上海区域来说，目前各个板块、各部门、各条线倾全力确保园区生活的安全，物业基本放弃了休假天天驻扎在一线，酒店发挥自身优势提供平价蔬菜和送菜上门服务，工程提供维修保障，营销和客服则积极做好疫情正面宣

传，这些跨部门、跨专业的合作，衔接流畅，产生叠加效果，受到广大业主们的一致好评。

营销的高级层面，不正是口碑营销？星河湾坚信，业主的口碑就是最好的营销力。门外风起云涌，门内云淡风轻，星河湾给业主的不仅是一个物理居所，更是一个真正的家。无论世界发生任何事情，星河湾能成为业主最可靠的港湾。

疫情期间，星河湾基于对员工的企业责任、对业主的社会责任所采取的各项防疫措施，相信不仅业主们看在眼里，各级政府领导也会关注。始终把别人放在首位，展现了星河湾独有的价值观，未来也会为星河湾在战略发展上赢得更多机会。

疫情期间，星河湾上海区域表现出对员工和业主的足够重视。以人为本，服务城市财智精英客户不是靠说而是靠做，品牌塑造需要通过一点点积累和迭代，星河湾的坚持值得行业尊敬。

