

将于年内迎客,集文化教育、怀旧体验、购物餐饮于一体

江桥老街欲打造文化新地标

本报讯 3月中旬以来,江桥老街4.3万平方米体量的建筑先后结构封顶,10多幢楼宇矗立在虞姬墩路两侧,即将呈现出古朴典雅的新姿。“力争年底建成并开街,打造继万达广场之后的江桥镇又一处新地标。”江桥老街筹建处负责人说。

老街两侧全是新建筑

名为“老街”,实则是路名中除了虞姬墩路是老名称外,其它都是新的。江桥有过老街,但是规模小,两侧的建筑早已不见踪影。老街筹建处负责人介绍:“我们现在在老街两侧规划建设了10多幢现代化建筑,最高的有11层,主要考虑是在建筑形态、建材和色调上仿古,既给人以现代化设施的享受,又给人以古色古香的感觉,落脚点是打造区域文化发展的新亮点,给市民增添一个休闲、学习、购物的好去处。”按照这一思路,江桥老街的建材全部选用青砖,暗雅古朴,给人以怀旧和宁静感;在楼与楼、街道之间以帘、廊连接,并将塑制一些仿古艺术品,烘托气氛;在房屋的顶部,采用飞檐、突出等设计,以增添“古”的感觉。同

时,还将再现沈家祠堂、黄家花园等江桥古迹特色,彰显老街独特氛围。

老街将是孩子们的乐园

年内,上海书画院将整体迁至江桥。“老街的一大特色就是要依托书画院,做好其衍生产品。”老街筹建处负责人说,“主要想法是,办好书画琴棋的培训,形成完善的服务体系,包括儿童的早教等。”据介绍,建成后的江桥老街,将成为孩子爱去的地方,这里不仅有面对青少年的各类知名培训机构,还将有许多旨在开发孩子智力的

玩具,免费供孩子玩耍。“孩子来了,就会带来一至两位甚至更多的成人,人气肯定能上去。”老街筹建处负责人信心满怀。目前,“秦汉胡同”等一些国学知名品牌均明确了落户意向。除此之外,老街还将重点做好茶艺展示、刺绣展示等,并将观赏与互动紧密结合,以弘扬传统文化。

举办各类活动促进文化发展

“建成后,接下来的重点是要策划开展各类活动。比如,借力上海书画院的资源优势,定期举行各类研讨会,举办各类展览活动等;借力国内知名早教机构,组织开展启蒙教育研讨、交流活动等;茶艺、刺绣方面,可以举办各类表演、展示等活动,这些内容可以吸引不同的群体。”老街筹建处负责人说,“还有,江桥羊肉小有名气,我们还将定期举办羊肉美食节,吸引游客参与。老街有5个核心广场,可同时举办多项活动。”据介绍,在餐饮方面,江桥镇老街将汇集全国各类菜系品牌,满足游客需求。“目前招商已经过半,再过一段时间就将‘齐装满员’了。”招商人员介绍。

记者 沈青

三月车市淡季不淡

本报讯 阳春三月对于汽车销售来说是传统的淡季,但日前记者走访发现,今年嘉定车市淡季不淡。

3月22日,位于沪宜公路上的上海大众汽车销售公司内,新成路街道居民王海霞夫妇已是今年第2次来看车了,“可能会买辆POLO,排量小,油耗低,上下班代步挺方便的。”王海霞说。不远处一辆新款桑塔纳前也围了好几个人在看车,公司销售总监张国亮告诉记者,现在每天来看车的人大概有30多批,10%是计划换车的客户。

年后,小排量、实用型轿车销售迎来开门红,张国亮介绍,2月共销售轿

车130辆左右,而3月的销售量预计可达到170辆。“央视‘3·15晚会’后,‘大众’召回DSG变速器故障汽车38万余辆,但是我们这儿的销售量基本未受影响,截至21日,本月销量已经超过了150辆。”张国亮说。

随后,记者来到位于永盛路上的沃尔沃汽车销售公司。当天看车的人虽不算多,但是该店销售主管黄贵告诉记者,店内所售沃尔沃汽车价格多在30万元以上,现在每月能卖40辆左右,与年前销量相比有所提高,沃尔沃S60等车型非常受年轻人喜欢。

记者 冉涛

近日,本地春笋集中上市。记者从胜辛粮食蔬果专业合作社获悉,受气候影响,今年本地春笋集中上市的时间较往年提前了近一个月。合作社农户顾师傅告诉记者,现在一下午时间他就能挖竹笋100公斤,预计今年合作社竹笋总产量可达1万公斤,售价约每公斤10元。

记者 李华成/摄



“华荣”:创新与“走出去”并举



企业之窗

本报讯 经济增速放缓的形势下,2012年,华荣科技股份有限公司逆势而上,实现产值18亿元,同比增长超20%。成绩背后,是企业多年坚持的创新与“走出去”战略在发挥作用。

创新不能盲目,必须贴近市场需求。面对瞬息万变的市场,“华荣”坚持上门了解用户的新动态和个性化需求,由此探讨、制订产品市场推广计划,研究新品开发方案,从而形成了一

套完整的市场研究、产品研发和销售服务闭环工作体系。以厂用高端LED产品的研发为例,去年,“华荣”共开发BAX85防爆LED灯等新产品20多个,组织完成科技攻关项目10余项,同时还通过新技术应用、设计创新、工艺工装优化改进、产品及零部件标准化组合、原材料替代等措施,对原有产品进行工艺技改,实现“两条腿走路”的产品创新策略。

创新使企业的发展之路不断延伸,“走出去”则大大拓宽了这条发展之路。如今,企业的跨国经营格局已具雏形,仅厂用事业部就已在中东、东南亚等地区建立了30多个海外销售分中心,形成了研发在内、部分制造与市场在外的产业格局,海外销售大幅提升。2012年,华荣集团产品出口突破1.5亿元,同比增长30%。

通讯员 黄茵亭

春茶上市早 价格也“亲民”

本报讯 今年春早,气温回升较快,春茶上市较往年提前了半个月左右。3月19日,记者走访茶叶市场发现,春茶已成为各大茶叶经销商的销售主角,其价格打破了往年上市必涨的规律,和去年相比基本持平。

“这是上周刚运来的春茶,芽都很嫩。”在群裕路上的“茶都木客”茶叶店,头茬龙井和碧螺春被摆放在最显眼的位置以吸引顾客,店老板顾先生

告诉记者,今年春茶的人工费与去年同期相比提高了15%,但是由于气候条件好,产量较大,因此春茶价格没有上涨。安吉白茶批发价为每公斤700元至1200元,金骏眉每公斤在600至4000元之间,“同样的品种,芽越嫩越小的,等级越高,价格越贵。”

据介绍,第二批春茶预计5月前后上市,届时头茬茶叶价格将会降低。

记者 冉涛

“迪卡侬”开业

本报讯 日前,嘉定第一家法国知名体育用品零售商店“迪卡侬”在方舟时代广场(澄浏中路仓场路口)开业。作为全球最大的体育用品零售商,“迪卡侬”涵盖了20个运动品牌、60余项运动,拥有35000多种产品,适合从初学者至专业人员的所有运动爱好者。“迪卡侬”还为顾客专门开辟了健身器械体验区、户外运动体验区等多功能运动体验区。

记者 潘庆云 文/摄



破解技术难题 提升创新能力

首席技师为企业“代言”

本报讯 “你只看到我的首席称号,却没看到我的汗水。你有你的规则,我有我的选择。你否定我的文化水平,我决定我的人生价值。你嘲笑我的蓝领工作,不配去爱!我会证明这是技术创新的时代。电气设计注定是孤独与乏味的旅行,路上少不了失败和挫折,但那又怎样?哪怕是从头研究,也要干得漂亮!我是首席技师,我为企业代言!”

这篇技师版“陈欧体”描述的主人公名叫黄彬,是瑞光(上海)电气设备有限公司的员工,日前他刚刚获得2012年度“上海市首席技师”和“第七届上海市技术能手”殊荣,并获“上海市首席技师千人计划”资助,成为企业特殊的“形象代言人”。

黄彬2003年底进入“瑞光”,从一名普通电工到“首席技师”,拿他自己的话来说就是:“机器不调试不

能运作,技术不练不会精进。”2004年,黄彬开始担任电气设计工作,参与了设计、选型、制图、调试整个过程,并在2008年和2011年取得了“维修电工技师”和“高级技师”的职业资格证书,随后负责企业安全生产和设备管理部门,以他为核心的技术团队共解决生产技术难题及提出巨大的经济效益。

“瑞光”从事卫生用品设备研发制造,激光切割机是其主要工业器械之一。原来,激光切割机的光学元件易受到污染甚至粘上切割产物小质点,导致生产出来的产品存在大量瑕疵。如何清理和维护光学元件,这让企业的技术人员束手无策。“总不能一有问题就找厂家上门,他们修得慢,影响生产效率,对于企业也是一笔不小的成本开销。”黄彬认为。通过钻研学习,他掌握了清理办法,现在“激光切割机”的大小问题,基本都可迎刃而解。黄彬的另一项绝技是“快速查故

障”。实际生产中,很多设备故障都是其中一个小元件损耗引起,但查故障的过程对技师的整体水平要求很高,主要生产设备的图纸就像投影在黄彬的脑海里,他可以在极短的时间内确定故障零件并更换,效率是普通技师的一倍。

“首席技师就像是一块金字招牌,代表了企业的形象和技术水平。”“瑞光”人事主管李小姐告诉记者,“瑞光”为充分发挥领军人才的作用,以黄彬为核心设立了首席技师工作室,建立了技术团队,并推行激励机制和岗位成长机制。

现在,“瑞光”已经涌现出一批技能人才,先后有39人取得中高级以上职称资格,带动企业职工技能水平整体提升,切实提高了企业创新能力和竞争力。“培育好技师,会为企业带来源源不断的财富,实现企业和员工双赢。”记者 潘庆云



经济短波

“协一国际”入驻嘉定

本报讯 日前,国内烟酒广告策划大腕——协一国际集团入驻中广国际广告创意产业基地,实现在“中广基地”的实体办公。

通讯员 晓燕

“蓝天”募款超两千万

本报讯 日前结束的嘉定区“蓝天下的至爱”募捐活动共筹得善款2586.37万元,善款将重点用于帮助区内困难家庭维持基本生活、贫困人员就医、困难学生上学、贫困老人安度晚年等。

通讯员 张亚艳

华亭人家启动学生游

本报讯 日前,“华亭人家”景区启动学生游活动,来自曹杨中学的300余名学生在此举行成人仪式,并体验“定向越野”、“成长的足迹”等拓展活动。

通讯员 成文峰