



阿强牌系列鲜鸡蛋

安全卫生优质、无公害产品认证及产地认证、HACCP、ISO9001：2000、SQF2000 国际质量体系认证。蛋品可进行网上身份查询

上海汇绿蛋品有限公司生产
地址：浦东六灶 电话：58168634
网址：www.aqiang.com

申城多层建筑加装电梯需求日益强烈

文/王则 上海的多层住房加装电梯工程像是一款热门程序,从上线那天就被居民热捧,边开发边完善,不断有新进展。据悉,2014年至今,长宁区共受理21件共计24栋楼的电梯加装项目,现已有7台电梯竣工。

最近两年,沪上各区受理加装电梯的申请数量明显增加,项目进度逐渐加快,长宁区21件项目中有12件是今年受理的。基层社区还“孵化”出一家社会组织,专为有同样需求的社区提供咨询服务,把在长宁区摸索成型的“业务模板”复制 to 普陀、徐汇等区,可以说是加

装电梯工程的“孵化器”了。

武夷路727弄、709弄三泾南宅社区是1994年竣工的多层居民小区,“建成时入住的60岁的居民,如今都80多岁了,老年人越来越多,爬楼梯实在太辛苦。”据了解,727弄21号楼最早提议装电梯,十几家住户自筹资金,商议制定费用分摊方案,比如三到七楼按照各自层高所占总层高的比例出资;等电梯正式使用后,根据层高和使用次数分摊运维费等。

既有住宅加装电梯虽然属于小型工程,手续却很繁复。加装电梯项目从启动到竣工要走60多步

程序、盖46个章。去年,上海市住建委、市规土局出台措施,简化手续、优化审批流程,最终把审批事项减少为12个,审批章减少为15个,加装电梯的程序门槛大大降低。

21号楼一开工,小区沸腾了,其他居民不停地问居委会,装电梯要多少钱?要办什么手续?他们是怎么办的?黄丽飞和老李商量后在小区成立了“电梯自治联盟”,专为那些有意愿、有条件加装电梯的楼组提供咨询和指导。没过多久,709弄1号楼被“带出来了”,今年8月完成了电梯安装。接下来,

小区还有两栋楼要启动加装工程。

电梯加装工程共有六个基本环节,计划立项、规划审批、房屋安全论证、施工许可、质量技术监督、竣工验收,靠居民自发启动项目,但还是需要一定的专业支持。后来,前去“自治联盟”咨询的已不再限于中五居民区和周家桥街道居民,甚至出现了其他街道和外区市民。于是,纯草根“自治联盟”也顺势升级,注册成为民办非企业。目前,其服务对象已经延伸到了普陀、徐汇等区。

■ 点击 ⇨ ⇨ ⇨

上话艺术中心17年来首次大修

坐落于安福路288号的上海话剧艺术中心日前正式关闭,进入建成17年来的首次大规模整修。告别之前,观众受邀再来剧场做一次客,他们纷纷在舞台地板上留下祝福语,恋恋不舍的同时,也期待着重修后话剧中剧场场的华丽归来。上海话剧艺术中心大修前免费开放三天,数万名观众前来“道别”并重温记忆。

沪启动浦江人才计划申报

为进一步支持和鼓励海外高层次人才留学人员来沪工作和创业,优化上海创新创业发展环境,上海启动实施2018年度浦江人才计划申报,团队最高可资助50万元。浦江计划分为四种类别进行申报和资助,其中:A类(科研开发类)资助以高等院校、科研院所等单位为依托的自然科学和技术研究;B类(企业创新创业类)资助以企业为依托的科技创新创业;C类(社会科学类)资助人文社科领域的创新创业;D类(特殊急需类)资助其他本市紧缺急需的具有特殊专长的留学人员。

红坊166将打造成艺术街区

“红坊166”正式动工 将打造成艺术街区。近日,由红坊投资并运营的“红坊166”项目已正式启动改造,这意味着长宁将再添一处文化新地标。据了解,位于哈密路166号的“红坊166”目前已正式动工。项目承袭红坊的基因,以艺术为主导,以创意产业为核心,融合艺术教育以及文化休闲的功能,着力打造一个开放的、有活力的文化社区。

沪已出让租赁住房用地15幅

自租购并举的住房方针确立以来,陆续已有48个城市出台租赁配套政策。上海的落地措施也堪称瞩目:自7月推出首宗租赁住房用地至今,短短4个半月,成交了15幅租赁住宅用地,占地面积47.12万平方米,合计建筑面积积近109万平方米,预计至少形成18100套租赁供应房源。市场层面,企业与资本相继涌入长租公寓市场,形成租住的新风向。

虹口区关停98个公用租赁民防工程 彻底解决扰民等问题

公用民防工程对外租赁,往往容易造成安全隐患和环境脏乱差,从而带来扰民现象。据从虹口区了解到,日前该区关停了建筑面积56908平方米、使用面积45201平方米的98个公用民防工程,从而彻底解决了公用民防工程对外租赁带来的安全、扰民和环境问题。

天气预报

申城本周最低气温在7℃到10℃波动

根据上海中心气象台的预报,本周气温有小幅回升,周中后期虽有冷空气补充影响,但多属小打小闹,整体气温降幅不大。本周其余几天的最低气温在7℃到10℃波动,最高气温为13℃到14℃。因此,难以达到入冬标准。



■ 热议 ⇨ ⇨ ⇨

“如果说教育焦虑是一种全球性病症,那么,我们可不可以起码不要太急火攻心?孩子一次次完胜,教育也能舒口气了。毕竟,文武之道、张弛之间,心静下来,脚步踏实下来,中国教育谁说不能走得更稳健洒脱些呢?”邓海建认为中国教育理当自信

“国考素有‘玻璃房里的竞争’的美誉,每年热度居高不低的背后是公众对国考公平的信任。对于普通民众来说,这也是改变命运的一个重要途径。‘诚信系统’的层层筛选,‘规定动作’的步步到位,‘淘沙捡金’按照程序而来,让很多年轻人不再单纯抱怨‘别人有的是

背景,而我有的只是背影’。”李群认为唯才是举是否能打破国考年龄限制

“虽然很难将一个人的人品与所接受的专业教育完全挂钩,但正规化、高素质的幼师队伍,也能在最大程度上降低虐童事件的发生概

率。教师队伍没有接受好的教育和严格的监管,又怎么能教好孩子呢?如果幼师遴选机制、职业图景、监管层级不能转型升级,又如何能保证能有一个幸福快乐的童年?”钟琴质问什么样的幼师在教育我们的孩子?

■ 事件众议 ⇨ ⇨ ⇨

低俗营销究竟何时休?

【事件回放】“双11”前夕,绝味鸭脖在其店铺网站首页贴出了一张涉嫌侮辱女性的低俗海报。在遭到质疑和指责后,绝味店铺立即将该海报撤了下来并在微博账号里向公众道歉,感谢媒体的监督。可就在该道歉微博发布后的第二天,绝味鸭脖微信公众号发布的内容再次涉及性暗示和消费女性,与其在微博致歉时的态度大相径庭。

【微博热帖】

@辛晋:换个角度看,这些企业之所以敢如此肆无忌惮地低俗营销,还在于相关法律、行业标准

【编者观点】

“双十一”的热度正在褪去,电商狂欢刷新的交易额记录也将成为国民今后很长一段时间的话题。然而,在这次“双十一”中曾经沉渣泛起的一些事情,此时还真有必要“溯流而上”,一些曾经引起巨大争议的促销手段,绝不能随着今年“双十一”的关注度逐渐远去就自行离场,因为这也是关乎到电商领域健康发展的林林总总,关系到社会主流价值观的弘扬与传播。广告界一直都有“负面营销”

执行不严,让某些投机取巧者钻了空子、打了擦边球。毫无疑问,拒绝低俗营销,不能只靠舆论后发制人,还需要相关部门监管介入,直接让低俗营销不敢露头。

的说法和手段。绝味鸭脖“双十一”恶俗促销海报就是打出了这么一手牌。绝味鸭脖之所以敢于在负面营销上“一波未平一波又起”,心里应该是有小九九的——推送标题低俗的海报,撰写出消费女性的文案,刺激到了消费者的眼球和情绪,一时间“差评”者众。但这只会让消费者对产品产生短期的质疑,而拥趸们长期购买的习惯并不因此改变多少。加之大众的消费记忆是有边界的,曾经因恶俗营销导致的不良情绪早就被排出体外,但因此对品牌加深出来的记忆反

射,却早就进入到潜意识层面。而且,即便触碰到了法律法规的底线并被惩处,从以前的一些典型案例来看,所付出的代价,恐怕也是隔靴搔痒的。

对于已经是上市公司的绝味鸭脖而言,推送一个恶俗营销广告是有可能招来行政处罚,数额不会会是九牛一毛,现在来看还是不得而知,但其恶俗营销触犯了底线,已是板上钉钉。根据新修订的《广告法》第九条规定,广告不得有妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚的情形,不得含有淫秽、色情、性别歧视等内容。绝味鸭脖推出的恶俗营销广告,已严重违背了上述法律规定,必须要受到惩罚。但关键在于,这种惩罚是否像锋利的牙齿一样,咬到绝味鸭脖恶俗营销的痛处。这种痛处并非是要让绝味鸭脖带着“牙印”示众、被当作典型吊打,而是要起到市场主流价值观念的回归——不让劣币满地游走,不让恶俗牵引潮流;回归有秩序的品牌推广,才能承载起企业价值链的延伸。市场公平、公正的主流期待,当予以严肃对待,而这也是我们等待此次恶俗营销事件

最终处理结果“靴子落地”的原因所在。

此外,在这次绝味鸭脖恶俗营销事件中,电商平台也该反省自身的审查义务。虽然囿于信息不对称、专业不对口、领域不对接等客观原因,电商平台对亿万计的商品全覆盖可能的确是心有余力不足,但对商家产品广告内容进行必要的适度审查,依然是应有之义。电商深度地改变了国人的生活,将来也将成为主流的经济增长极,基于以上所述的客观语境,电商平台就更应该先知先觉,从运营制度和管理漏洞上反求诸己。只有电商平台这个“家长”的修为到位了,作为产品的“孩子”才不会肆意任性。

有业内人士表示,从营销角度来看,绝味这次“博人眼球”的文案的确让它在“双11”如此喧嚣的背景中引起了大众的关注。但从企业的社会责任和企业形象来看,低俗的广告文案只会让公众为其打负分。商品的销量或许可以通过促销推广等活动得到可观的增长,企业文化一旦被贴上负面的标签,要想重塑良好的社会形象则需要漫长的过程和更高的成本。