

从人均铁路线长度只有“半支香烟”到1万公里营业里程
从买张硬板票都要彻夜排队到电子客票人脸识别自主选座

长三角铁路70年，回头望大跨越

7月27日，沪宁城际铁路进行电子客票应用试点，这是铁路客运服务的创新举措。70年来，铁路售票从硬板票、软纸票、磁介票到刷身份证乘车，从人工售票到网络售票，发展到今天的电子客票。

70年长三角铁路成绩斐然

不少“长三角人”记得，上世纪80年代，安徽阜阳、合肥和江苏徐州等地农民工潮涌，购票排队“长龙”，“在春运售票高峰期，上海站连续多年租借上海普陀、虹口区体育馆开设春运售票‘大卖场’，旅客购票彻夜排队，铁路职工与旅客同样疲惫不堪。”回想那时的情景，上铁国旅公司票务分公司总经理黄建琴记忆犹新。现如今，购票“长蛇阵”消失了。近10年来，微信和支付宝支付、APP自主选座、接续换乘、在线候补票等功能相继推出，网络购票逐渐成为主渠道，80%以上的旅客选择移动客户端、互联网购票。

2017年起，长三角各车站率先推广应用自助实名制核验闸机，应用人脸识别智能技术，验证验票通过能力效率倍增。长三角的高铁不仅串联起西湖、黄山这样的美景，车站内外也“一站一景”，自动扶梯、冷暖空调、电子显示屏、电子茶炉、网络订餐、扫码点餐等智能服务成了常事，旅客出行品质大幅提升。

1949年底，我国人均铁路线只有“半支香烟”的长度。如今人们很难想象的是，70年前，铁路设备陈旧落后，长三角的沪宁、沪杭甬、江南（宁芜）、淮南等铁路，技术标准低，采用木枕、杂型轨和非标准道岔，单线运输，列车平均时速只有30公里左右。

回头望，常惊叹。70年来，铁路装备实



7月27日，铁路南京站候车大厅，一名旅客在刷二维码通过检票闸机进站。

现重大跨越。铁路采用国产重型无缝长钢轨。检测设备升级换代，综合巡检车、大型养路机械、检测车、钢轨探伤车等先进装备投入使用。列车安全平稳行驶，刺耳的“哐当、哐当”撞击声音没有了。机车动力完成从小型到大型、从蒸汽到内燃再到电力的更替。时速120公里、单机牵引6000吨的大功率机车装备华东铁路，“和谐”型等大功率机车配属从397台增加到现在700余台，机车检修实现自主化。

70年来，长三角铁路建设成绩斐然。1968年9月30日，南京长江大桥建成通车，结束列车渡江长达1.5小时的历史，列车通江只需2分钟。1996年9月，京九铁路全线通车运营，阜阳成为铁路枢纽；同年，铁路部门在沪宁线开展提速试验，率先开启了“先行

号”快速列车，使沪宁间最快运行时间大幅压缩。1997年至2006年，我国铁路先后进行6次大面积提速，列车最高时速提至200公里。2008年4月18日，我国第一条时速250公里客运专线——合宁客运专线通车运营。近10年来，长三角高铁建设“加速度”，开通合宁、合武、京沪、沪宁、沪杭等高铁线路18条，里程达4171公里，上海虹桥、南京南、杭州东、合肥南等高铁站成了区域“新地标”，并带动一座座新城诞生。对普通旅客而言，“绿皮车”已少见，动车组成为旅客运输的主力军，动车组配备由2012年末的294组，增至目前的715组，其中“复兴号”增至169组。

与区域一体化进程共同起舞

人们早有共识，长三角铁路密集成网，

将重构区域经济发展“新版图”。

今日，长三角地区铁路四通八达，营业里程突破1万公里，是新中国成立初期的8倍。铁路公交化开行客车超过1000对，“复兴号”列车开行进一步扩容。目前，长三角地区已形成全国最为密集完善的高铁网，动车组公交化开行，“1小时至3小时生活圈”成现实。

长三角的铁路网，以全国8%的铁路营业里程，承担了全国20%的旅客发送量。铁路承载着经济“输血”的重任，与区域一体化进程共同起舞，一起与经济发展壮大。

如今在长三角，铁路规划建设所到之处，地方论坛上总要掀起热议。目前在建和即将建设的铁路项目不少，包括沪通铁路、连淮扬镇铁路、沪苏湖铁路、南沿江铁路、北沿江高铁、通苏嘉铁路、杭绍台铁路等，每一条铁路建设的点滴进展，都会被重点关注。无论在南通、盐城、湖州，还是张家港、常熟、太仓、吴江、南浔等地，每次记者去采访，绕不过去的话题肯定是铁路，常有人畅想乘坐高铁“跨省上班”的可能性。不仅人流随着高铁网更密，其他经济要素也畅通流动起来了，长三角的“坐商”们进一步变身为“行商”；由于中欧班列开行范围的扩大，以及“铁公水”集装箱多式联运，更多的物流中心与“门对门”全程物流服务蓬勃生长。

长三角更高质量一体化，铁路有先行一步的基础。70年前的8月1日，中国铁路上海局集团有限公司的前身——上海铁路局成立，它如今管辖地区、线路主要分布在上海、江苏、浙江、安徽等地，与长三角的范围“不谋而合”。

来源：解放日报

虹口打造新品潮品首发地

虹口区将优化消费环境，打造消费特色，结合区域发展基础，建设进口商品展示交易中心，打造新品潮品首发地，做大做强会展经济，这是近日从虹口区出台的《关于进一步优化供给，促进消费增长的项目实施方案》中获悉的消息。

《实施方案》指出，虹口区将围绕北外滩滨江、1933老场坊两大活动地标，打造与卓越的全球城市相匹配的“高端、时尚、经典”新品潮品首发地，吸引国际知名品牌首秀首发。

举办周期性、标识性、系列化的品牌发布活动，建成标杆性的潮人潮品聚集区和打卡地。

对标上海时装周，培育魔潮风尚、贵族小姐等活动发布品牌，成为沪上知名的时尚系列活动，吸引重点商贸企业定期举办时尚类新品发布会，打造文化与艺术跨界时尚新品首发地。

来源：新闻晨报



益民经营部把“物美价廉”坚持了40多年

满满都是童年吃过的味道

这些年的上海，“上年纪”的小店越来越“有味道”，新加入的“成员”也不断带来惊喜。在上海市商务委支持下，记者将带大家走近小店、体验小店，深入感受在魔都“逛马路”的别样魅力。

盐水棒冰、三色杯、娃娃雪糕、雪宝……那些上海小囡吃着长大的光明牌冷饮，不知何时起在街头巷尾变得难觅踪影了。但是，在虹口区香烟桥路13号，上海益民食品一厂历史展示馆的对面，有一家坚守了四十年的小店，至今还在销售那些记忆中的美味，堪称光明牌冷饮、饼干在单体小店的最强集结。

没有起花里胡哨的名字来揽客，它就叫——益民经营部。

用最质朴的方式勾起童年回忆

工作日盛夏的午后，香烟桥路显得静悄悄的。上海益民食品一厂历史展示馆的红砖小楼在阳光中伫立，每周二、四的上午和下午，这里向公众开放。

在它的对面，有一家如同“配套”般的小店，叫做益民经营部。

如果说在2019年夏天的上海，还有哪家小店能以最简单质朴的方式一击即中你的味蕾，勾起你满满的回忆，那一定就是这里了。

益民经营部的门面很小。走进店内，左手边两个存放冷饮的冷柜，里面有着十几个光明牌冷饮的经典老品种：盐水棒冰、赤豆棒冰、血糯米、三色杯、冰砖、雪宝、雪糕……因为太过畅销，有的品种还会遇上断货的情况。

右手边和店面后部的位置放着几张桌子，桌子上放着一个个开口纸箱，纸箱里是各式各样的饼干、点心，同样也是老上海人熟悉透了的品种：华夫饼干、万年青、海苔饼、大牛奶、麦乳精、手指饼干、沙琪玛……基本都在6-12元一斤，饼干多数在7-9元一斤。

几十年来，数以万计的远近居民成了益民经营部的忠实顾客，他们常对店主施师傅说：“你可千万别关门呀！”

“物美价廉”“薄利多销”是益民经营部深受喜爱的关键词。有的零售商随便给冷饮加价的情况，在益民经营部就不可能出现。施师傅说：“厂里给的零售价建议是多少，我这里就是多少，是1块5就1块5，是2块就2块。”

此时，恰巧几个“90后”进店来，对着冰柜

大叫：“这里有娃娃雪糕！”“我最喜欢雪宝，巧克力味超好吃”“便宜到流泪，就是太远了不能搬箱回家……”

想办法把儿时的味道聚集齐

其实，曾经的益民经营部，并不是这样一间“低调”的小店。作为上海益民食品一厂对外销售的一个窗口，它原先开在马路对面。

上海益民食品一厂是中国现代食品工业的发祥地之一，有着光荣的历史，上世纪50年代，由该厂生产的光明牌冷饮就风靡沪上。一代又一代的上海小囡就是吃着光明牌冷饮长大的。

那时，背靠数百平米60吨的冷库，每年夏季益民经营部都会为远近的企业、学校、商店等各种机构配送冷饮，有时一送就是几百箱棒冰。

时代的洪流滚滚向前，总会以一种意料之外又情理之中的方式，影响到每一个人，促使每一次改变。

进入新世纪后，产业结构加速调整，上海中心城区的工厂陆续外迁。让施师傅记忆犹新的，是厂里有一根儿人合抱都抱不住的大烟囱，特别高，过去的几十年里都“笑傲”香烟桥路一带，烟囱把烟排向天空，于底下生活的居民无碍。可不知不觉间，附近已高楼林立，大烟囱也显得不合时宜了。

2005年前后，面积庞大的益民食品一厂迁往郊区，工厂食堂原址建厂历史展示馆，而益民经营部也就搬到了马路对面。

没有了冷库，意味着小店失去大批的“团购订单”。因为它再也不能像过去那样随时方便地出货，而是要像其他零售商一样，先去其他地点进货，然后运回小店再销售。

居住在附近的老顾客们恳切呼吁不要关店，施师傅也留恋不舍，那就做零售，搞“小批发”吧。

施师傅改向益民食品一厂分设在市区的各批发部进货，有时遇到缺货的情况，他会向渠道经销商进货。虽然如今市面上那些便宜的经典款冷饮比较难找，不过几十年经营，施师傅还是能巴这些品种聚集到他的小店里。

冷饮主要是附近居民买，一次买上一二十根，拿回家藏在冰箱里慢慢吃。饼干不受远近距离限制，很多慕名而来的人都会买，有徐家汇、浦东、甚至还有浦江镇赶来的……

“只要不亏本，就不涨价”

“我以前在厂里轮过很多岗位，冷饮也做过。”在施师傅这里坐坐，不仅可以买冷饮，还可以“涨知识”。

比如，以前小朋友很喜欢的有着眼睛和嘴巴，还戴着一顶帽子的娃娃雪糕，很多人都管它叫大头娃娃雪糕，其实，它的正式产品名称叫做“奇形娃娃”雪糕。

又比如，为什么上海人管光明冰砖叫“中砖”？原来，光明冰砖的品种有许多，“中砖”是中冰砖，对应着大冰砖和筒砖。人们最熟悉的是蓝色包装的白雪冰砖，但其实白雪冰砖也是光明的老牌子。和白雪相比，白雪冰砖含稀奶油，奶味更重。近年来新出的“熊小白”系列冰淇淋，就是在白雪冰砖的基础上开发的。

很多人不知道，传统冷饮行业是“看天吃饭”，有时候冷饮大批量生产，刚担心要产能过剩，转眼高温热浪一起来，没两天冷库就空到“能跳舞，变成来不及生产了。一些品种不时断货，就是“人算不如天算”的结果。

还有，冷饮和饼干简直像“对头”，淡旺季是相反的。到9月底冷饮淡季，饼干的“旺季”就马上要到了……

附近居民王大爷过来买葱油梳打饼干，听着施师傅和记者聊天，忽然有些激动，“这里才是最正宗的，完全没有自吹自擂！”

益民经营部太朴实了，店招只是一块印着五个黑体红字的平板不说，走入店内，四壁都是未经修饰的白墙，抬起头来，天花板上蓝色、绿色、红色的管道都是裸露的。琳琅满目的冷饮和饼干摆在店里，是纯粹靠多年“实力”吸引顾客，完全零营销。有些嗅觉敏锐的自媒体登门而来帮忙宣传，出炉的网文还得亲朋好友看见后转发给施师傅，他才知道。

然而，施师傅在香烟桥路的留守并非“孤军奋战”。最近，益民厂的老总来“视察”小店，说要给这里装饰一下，换个气派的店招，内部再设计一下，把店内进门的那面白墙上做个大大的光明牌标志。施师傅笑呵呵地说，不管怎么改，益民经营部的店名不会变，实惠不会变。“只要不亏本，就不涨价。”

来源：新闻晨报

公共文化服务需要「精准供给」

改变公共文化服务设施利用率不高现象，关键要在供给侧发力，找准群众的文化需求，提高公共文化服务供需的匹配程度

公共文化服务是一项润物无声的文化事业，也是一个地方的文化名片

“打卡”博物馆、美术馆，到公共图书馆感受书香，参与社区组织的文艺活动……炎炎夏日，很多居民充分利用公共文化资源，丰富了文化生活。蓬勃发展的公共文化服务事业，正在不断满足群众对文化生活的需求。

公共文化服务，是以政府部门为主的公共部门向社会成员提供的公共文化产品与服务。新时代，人民群众对美好生活的向往中包含了更多文化期待。党的十九大报告强调，完善公共文化服务体系，深入实施文化惠民工程，丰富群众性文化活动的。近年来，我国公共文化服务建设投入稳步增长，覆盖城乡的公共文化服务设施网络基本建立，公共图书馆、文化馆、农家书屋、电子阅报栏等来到群众身边，正在满足广大群众的文化需求。

当公共文化服务场所和设施建起来之后，提升使用效率的问题便摆在了人们面前。有群众反映，一些基层公共文化服务设施利用率不高，农家书屋“只见房子不见读者”等现象在一定范围存在。究其原因，是由于随着人们生活水平的提高，对公共文化的需求日渐呈现出差异化、多样化趋势，当前的公共文化服务供给存在一定程度的“供需错位”。改变公共文化服务设施利用率不高现象，关键要在供给侧发力，找准群众的文化需求，提高公共文化服务供需的匹配程度。

实现公共文化服务的“精准供给”，需要改变此前一定程度上存在的内容单一、供给缺乏弹性等问题，更好同广大人民群众的需求相对接。现实中，我国农村人口结构不断变化，相关需求也日益多元。在这种背景下，围绕公共文化的投入不能是一次性的，应当在内容资源上不断进行更新。同时在载体上也应与时俱进，更多运用现代科技手段，让人们更便捷地获取知识和信息。比如，现在不管城市还是农村，父母都越来越重视培养孩子的阅读习惯，儿童图书馆经常人满为患，儿童图书的借阅量占不少图书馆外借图书的一半。在这种情况下，理应加大儿童图书的采购量、扩大儿童阅览室的面积。让服务内容更加贴近群众生活，才能缩小公共文化服务与群众文化需求之间的差距。

我国文化资源日益丰富，群众的文化选择空前广泛，欣赏水平也日渐提升。如果公共文化供给更新缓慢、不对群众胃口，自然会导致吸引力不足。需要看到，我国的公共文化需求正在向更高层次发展。当群众呼唤动态的、社交化的文化服务时，公共文化服务就不能都是静态的、非社交化的读书、看报、看电影；当群众习惯于从移动互联网上获取资讯和娱乐时，公共文化服务就不能仅停留在物理空间。提升公共文化服务的效能，就必须重视群众在文化需求方面发生的变化，掌握服务对象的特点和需求。

公共文化服务是一项润物无声的文化事业，也是一个地方的文化名片。让文化之风充盈社会空间，需要付出更多努力。比如，一些地方探索以“智慧+”为核心的公共文化服务，打造社区“智慧书房”；一些地方突破传统服务界限，充分呼应群众所需，为放学后无人看管的孩子开办“四点半课堂”；还有地方挖掘本地戏曲、民乐的优势，构建有鲜明地方特色的基层公共文化服务体系，等等。事实证明，立足本地特点，贴近群众需求，才能有效提升群众的获得感，让公共文化服务惠及更多人。

来源：人民日报

当创新创业碰到育儿养老

「创青春」决赛之消费升级单元赛事举行

当创新创业碰到育儿养老，会碰撞出怎样的火花？“临港杯”2019年“创青春”上海青年创新创业大赛决赛之单元赛——消费升级单元，近日在宝山临港新业坊开赛。

育儿、养老、垃圾分类等“亲民”项目引人注目

一些育儿、养老、垃圾分类的“亲民”项目引人注目。一个名为能量妈妈的创新教育项目，主打3-12岁亲子创新教育，以提升陪伴质量为目标，创建互动场景，运用STEAM教育，首创PHC教育理念。“P即3陪：陪玩陪聊陪伴，H即3护：呵护守护保护，C即3创：创造创新创育。”创始人刘维娜表示，“我们要让孩子成为最好的自己，真正的人。”

老友记居家助老服务平台则定位于“科技助老”特色。2015年起，该平台以颇具性价比的2.5元送餐上门等智慧助老模式为突破，现为杨浦、长宁、静安、虹口、徐汇区内近5000位老人提供配餐、配药、陪诊、垃圾分类、意定监护、第三方监理等365天全天候上门服务。

“我们立志解决老人的最刚需问题，也帮助政府一起建设更美好的养老生活。”创始人柴勇说。

湿垃圾又称厨余垃圾或餐厨垃圾，是人们每天制造的大量生活垃圾中不容忽视的一部分。眼下，上海已率先进入垃圾分类时代，湿垃圾末端处理需求也日益凸显。上海浩旆环保科技有限公司自主研发生产的湿垃圾再处理系统，将可腐垃圾通过微生物高温好氧发酵快速降解堆肥技术属地化处理，达到湿垃圾减量，并变废为宝产生积肥回归土壤种植，促进垃圾循环再利用，恢复自然生态，最终形成一个可持续发展的良性循环。

希望发掘和支持更多后起之秀

比赛中，10支项目团队全力以赴，充分阐述创业理念、展示创新产品，5位大咖导师对决赛选手的发挥和项目作了现场点评和展望，为参加活动的嘉宾带来了一场视觉、听觉、思维的盛宴。

通过本次大赛，宝山将持续引导广大青年始终走在“大众创业、万众创新”前列，积极投身青春建功新时代、创业追梦新征程，通过落实一套创业帮扶政策、打造两支创业服务队伍（区镇两级创业服务工作人员、区创业指导专家志愿团）、盘活三区（社区园区校区）创业资源等措施，持续优化营商环境，让更多创新人才近悦远来，让更多领军企业集聚发展，让更多创新成果落地开花，共同谱写现代化滨江新城创新转型的新篇章。

团市委副书记、市青联主席刘伟，宝山区委副书记周志军、副区长陈云彬等领导出席活动。区各相关职能部门、决赛、复赛项目代表，市、区青联委员代表，市级各协会宝山区会员、区各科技孵化器、众创空间相关负责人、创新创业青年代表等共计200余人参与了此次活动。

近年来，宝山共青团在青年创新创业工作中做了很多有益探索，取得了很多值得推广的宝贵经验。希望通过“创青春”上海青年创新创业大赛等一系列配套活动的举办，进一步整合政府、市场和社会的力量，发掘和支持更多的青年、创业者和后起之秀在双创之路上有更多、更大的作为，培养出更多的青年优秀双创人才，继续勇做大众创业、万众创新的先行者，共同创造创新创业的新篇章。

来源：青年报

