

环卫部门及早预案做好准备有序应对

沪上热门景点未现垃圾成灾

本报讯 (新民网 萧君玮 胡彦珣)近日全国多个热门景点被曝“垃圾成灾”。在上海,虽然游客明显增多,垃圾处理总量增加,但管理部门通过增派人手、放置更多垃圾筒等措施,有效遏制了因游客无序乱扔导致景点垃圾满地的情况。

昨天10时,上海地标建筑东方明珠前的轨交2号线出口处已是人山人海,来自各地的游客拿着相机,尽情享受这个秋日的上午。人潮中,蓝色制服的环卫工人并不十分显眼,他们拿着前段装有小夹子的清洁工具,手脚麻利地将地面上的广告纸、烟头、纸巾、瓶子等及时丢入随身携带的编织袋。面对一些坐在花坛边吃零食的游客,只待人一走开,环卫工人就上前将零食的包装、果核等捡走,保持地面不留痕。

与以往不同,在陆家嘴这一区域的环卫工人数量明显增多,几乎达之前的一倍多。经询问得知,为保“双节”市容环境整洁,本市环卫部门已提前增派了人手。

同样,在热门景点上海野生动物园,随着“双节”来临,大客流使得园内垃圾激增。一般双休日才会有1-2车的垃圾,而现在仅一个上午,该园就运走了2车垃圾。据统计,10月2日上海野生动物园处理垃圾更

高达7吨之多,所幸准备充分,园区内才免于垃圾遍地。

据介绍,吸取了世博会的经验,这次上海为应对“双节”大客流,相关景点不但增派了人手,还增加了垃圾筒数量,就连垃圾筒的摆放位置也大有讲究,它们都放置在游客触手可及的地方。种种举措,旨在将地面垃圾消灭在“萌芽”里,不让游客产生效仿从众心理。随手丢弃垃

圾的游客变少了,景区环境自然就可控了,还能在潜移默化中培养游客不乱扔垃圾的好习惯。

而在豫园景区,客流大、小吃多,席地而坐且吃且扔的游客不在少数,地面上渐渐出现广告纸、塑料袋、纸巾等垃圾。昨天下午2时,记者在豫园看到,入口处附近尚保持整洁,但越往里去,小巷里客流越多,而垃圾筒和清洁工就相对较少,地面上的垃圾也渐渐多起来。环卫工人艰难地在人潮中捡起垃圾,将之放进垃圾筒。攀谈得知,为应对大客流,他们几乎全体上阵,加派人手。看来,除了进一步增加人力外,对人力配备也要内外兼顾,别放过了大马路上看不见的死角。

长假过半

本市突发食品安全事件“零报告”

本报讯 (记者 陈杰)中秋国庆双节,也是市民、游客外出用餐的高峰期,食品卫生监管丝毫不放松。本市各区县食药监部门每天出动监督员,对各级餐饮服务单位实施飞行检查。长假前三天,食药监部门出动监督员866人次,检查餐饮单位1027家。截至目前,本市各级食药监部门尚未接到突发食品安全事件报告。

古装游园活动受到老少追捧

古猗园昨日游客超1.5万人

本报讯 (记者 沈敏岚)穿着古装走在弹格路上,眼前是亭台楼阁,耳畔是悠扬的箫声箏音,捏面人、浇糖画、卖糖葫芦的民间艺人穿梭其间,欢乐一路相伴,一时恍惚有些难以分辨今夕是何年。昨天,一场别开生面的古装游园活动在古猗园举行,乐坏了游客,打动了年轻人,“没想到古典园林也这么好玩”。据统计,昨天古猗园游客超过1.5万人次,创“十一”黄金周单日最高客流。为吸引更多年轻游客,古猗园将以昨天的古装游园为契机,从明年起,每年在“十一”黄金周推出欢乐民俗节活动,特设一天为“古装日”。

今年是古猗园建园490周年,如何让市民游客亲近古典园林?“公园说历史,应该有公园的特点”,古猗园想到了古装游园这一市民喜闻乐见的方式。这一消息经“上海发布”和本报报道后,立刻引发市民特别是年轻一族的广泛兴趣,仅“上海发布”上的转发量就超过了5000条。

昨天,古猗园“装扮一旧”,园内的曲径幽廊、亭台楼阁配以古色古香的灯笼、旗帜和店招,不系舟景区来了穿古装的南翔小笼师傅,园内的工作人员都身着各式古装亮相,检票人员扮作“古代仕女”,保洁人员化身“阿庆嫂”,茶室老板变为“小二”。穿古装入



■ 游客身着古装在古猗园里拍照娱乐

本报记者 孙中钦 摄

园的游客也有数百人,以年轻人为主,穿旗袍者多,有一位80多岁的老奶奶,兴奋得像老小孩,从园方设置的古装租借点,租了一套“皇后装”,成为昨天古猗园一大景观,身后一直跟着一群“追星者”。昨天,古猗园内最受游客欢迎的还是套圈子、造房子、打弹珠、跳橡皮筋、拍香烟牌等弄堂游戏。

节日兜兜上海秋季房展会——

开发商给出折扣不大

参观者看的多买的少

本报讯 (记者 刘珍华)国庆假日里,上海人气最足的地方,除了各大景点与公园,就属“假日楼市”了。2012上海房地产秋季展示会今天进入第二天,尽管楼市仍处严厉调控中,但记者“兜房展”后发现,参观者人气旺盛,只是“买气”成色不足,不少购房者抱着观望心理,下单意愿不强。

各参展房企的布展规模与地段,基本与其实力一致。上实、绿地、华侨城在上海展览中心广场上三足鼎立,争相揽客。曾缺席“五一”房展会的万科与保利坐镇主馆,各圈一块领地。房展会对于房企来说,相当于集中打了一次广告,对于成交的直接拉动作用并不明显,但是不参展意味着错过了争夺客户眼球的机会。

房展会“造势”力度不小,中介“夹道欢迎”拼命吆喝塞传单,购房者稍露意愿便被拉去坐班车看房,有房企打出“买别墅,送地下室、送汽车”的广告,一海南楼盘前少女大跳肚皮舞吸引眼球……不过,购房者一圈兜下来,发现房价依旧坚挺,开发商在价格上

让步力度有限。从参展楼盘看,绝大多数以97折、98折这样的象征性优惠为主,真正“大出血让利”项目很少,不少折扣房都有“限时间”“限房源”等附加条件。

友情建议

在吵闹的吆喝声中,真心想买房的购房者,如何才能排除干扰,直达目标?有资深人士建议遵循以下五步骤,或会有所斩获。

■ **明确需求** 确定是买自住房,还是投资商铺或商住房,或者买“移民房”。根据不同需求,在房展会上“按图索骥”,有的放矢。

■ **划定区域** 假如打算买自住

房,再决定是买上海本地房,还是昆山、嘉兴、镇江、黄山等周边房源,或更远的威海、海南等房源。如果确定买上海房,是买市中心楼盘,还是金山、奉贤、宝山、崇明等偏远地区房源。

■ **咬死总价** 根据自身支付能力,只看买得起的房源。

■ **盯牢名企** 找到符合意向的几处房源后,再重点关注知名房企的楼盘。名企盖名楼,相对靠谱。毕竟花几百万元买房,买质优品、买放心是最重要的。

■ **抓住优惠** 各房企会在展会上推出特别的优惠措施。如果找到了心仪房源,趁展会的优惠时段出手,服务保障,且能拿到理想折扣。

长假蹲点微调查

走基层·转作风·改文风

中秋、国庆两节并至,申城商业供销两旺,吃、住、行、游、购,消费红火。近几天,记者蹲点市假日办,发现许多大型购物中心人潮涌动的背后,“舌尖”的号召力至关重要。

资深吃客有备而来

商厦餐饮火 舌尖攥人气

中午11点15分,陆家嘴正大广场人头攒动,七楼的餐厅门前已经开始排队。市民陈先生带着太太和女儿,三口之家趁长假到陆家嘴转一转,逛街购物带上吃饭,一举两得。

和主要从事IT技术工作、每天“两点一线”的陈先生相比,方先生算是个“资深吃客”。“我是有备而来的,今天陪老婆过来买衣服,主要是准备去八楼的越南美食馆尝尝鲜。”记者注意到,在正大广场里,几乎每个楼层都有餐厅、饭店。以八楼为例,无论你是对日本、韩国、越南风味感兴趣,还是对香港、台湾餐情有独钟,不管你是喜欢吃烧烤、牛排,还是寿司、点心,都能在这里找到好去处。

无独有偶,在中山公园龙之梦购物中心内,来自大江南北、世界各地的特色餐饮也成为带动人气的主力。许多进店大快朵颐的市民、游客手里,都提着大包小包的购物“战利品”。“买在上海”已经和“吃在上海”紧密相连。

据市商业信息中心公布的抽样监测结果,本市近百家重点商业企业9月30日至10月2日三天销售额达到16.4亿元,同比增长12.8%;日均销售

额近5.5亿元。

而这些红火销售业绩背后,闪烁着餐饮业大力推动的身影。难怪一位资深连锁商业业内人士分析说,“购物中心是吃出来的。”

美食带来滚滚客源

前段时间,网络上风行所谓“上海吃货一日游”以及“上海吃货地图”之类的路线设计,仔细观察,除了街头巷尾的路边小店外,许多特色餐馆饭店都藏在来来福士、数码广场之类的各种大型购物中心内。而且,相对于餐饮品牌单打独斗的情况,购物中心的餐饮总是以一个群体形象同时亮相,也就是所谓“到哪个商场去吃饭”。

去年,位于打浦桥商圈的日月光中心,一改原先时尚服饰、餐饮娱乐、数码产品“三元业态齐头并进”的格局,而以餐饮娱乐为主导、形成以餐饮带动购物的格局。

如今,你在上海几乎能尝到任何一种喜欢的美食,而购物中心和餐饮品牌也成为一种相辅相成、共同成长的关系。“吃客”为商场凝聚人气,也为商场带来了滚滚客源。

本报记者 陈杰 沈敏岚 胡晓晶

讣告

母亲陆佩珍,江苏苏州人,上海市政府协作办退休干部(副处级),因病于二零一二年十月一日十四时五十八分在华山医院逝世,享年八十五岁。

送别家母仪式于二零一二年十月五日十四时三十分,在龙华殡仪馆归真厅举行。

逝者生前得到了华山医院重症病房有关医护人员的精心治疗和照顾,在此深表谢意。特此讣告

子:曹建康 女:曹建安
媳:朱文瑛 婿:任晨初
孙女:曹婉茗 外孙女:任玉璋 携子
外孙婿:杨 成

二零一二年十月四日