

沪加大对流浪人员救助力度

市民可拨打110、962200、12319 为他们提供帮助

近日,寒潮降临申城。为进一步做好流浪、乞讨等露宿街头人员的救助管理工作,上海市区两级救助管理机构全面启动救助管理工作气象等级响应机制。据统计,自“寒冬送温暖”专项救助活动开展以来,全市共救助流浪乞讨露宿人员近3160人次。

近日,上海市民政局领导来到静安区、普陀区部分路段及上海火车站周边区域巡查,对遇到的个别露宿街头的流浪、乞讨人员,民政工作人员都积极引导,将其送往就近的救助管理机构。在秣陵路228号附近,记者看到一位喝醉酒的人躺在地上,被救助人员发现,送到了救助站里。对个

别坚持不愿前往救助管理机构的,则当场送上热水、方便面、棉被等,并留下印有救助站地址、电话的服务卡。

上海市民政局救济救灾处处长李志龙介绍,寒潮期间,本市针对陷入困境、居无定所、流浪街头的生活无着人员的专项救助工作,将进一步强化“365全天候服务”机制;强化市区两级民政、公安、城管、卫计等多部门联动配合机制,切实帮助流浪、乞讨人员解决燃眉之急。

据悉,目前市区两级救助管理机构均已设立流浪乞讨露宿人员临时避寒场所,并储备好御寒物品;公安、城管、民政则开展“三合一”联动

巡察救助,24小时不间断地做好重点区域、夜间时段及极寒日子的集中巡查,强化街面发现和应急救助机制,并将流浪、乞讨人员、未成年人、残疾人、老年人和其他行动不便人员列为救助工作的重中之重。同时,通过市区两级救助管理机构的24小时值守接待,确保受助人员吃饱穿暖并获得必要医疗。此外,民政救助管理部门还加大身份甄别力度,加强跨省联动寻亲,及时帮助走失的流浪、乞讨人员回归家庭。

另据上海市救助管理站站长刘晨介绍,目前,本市市区两级救助管理机构已加强值班,保持电话畅通,

做到场所安全、人员安全、车辆安全等,降低寒潮天气对流浪乞讨露宿人员健康和生命安全造成的危害。

此外,上海近期已通过开展一系列的宣传实践活动,动员引导社会工作服务机构、公益慈善组织、志愿服务组织等参与街面劝导和站内救助服务。同时,上海积极鼓励环卫工人、公交和出租车司机、夜间安保人员等广大市民,参与发现报告、街面劝导和应急救助等。为此,有关部门出台奖励机制,对参与救助行动的人士给予适度激励。市民发现后,可拨打公安110、社区服务热线962200、城建热线12319为他们提供帮助。

摘编自东方网

八面来风

责任编辑:陈丽娜

邮箱:

1965546646@qq.com

热线电话:22897278

申城楼市开年首周成交回落

据了解,2018年1月1日至1月7日,全市新建商品住宅成交面积为6.96万m²,环比下跌43.92%,在去年年末连续三周成交超过10万m²后,开年第一周成交面积再度回落,且为最近13周的最低点;同时,上周全市新建商品住宅成交套数为541套,环比下跌39.35%。

青浦新城的大发融悦四季是上周唯一一个,同时也是上海今年首个推盘的新建商品住宅项目。该项目推出房源300余套,以中小户型为主,套均面积96m²。但由于该项目于上周日开盘,故未能带动上周的成交。

除了大发融悦四季,另有来自松江、嘉定、奉贤、青浦的四个项目已获得预售证,将于本月开盘。

上海链家首席市场分析师张月表示,开年首周的成交平淡开局,但接下来新增供应项目连续入市,会带来新气象,主要在于:自2017年8月后推盘节奏放缓,开年阶段供应的回升,将有利于引导新的预期,以及前一个周期未选到新房需求的释放。

摘编自《劳动报》

房产公证竟成为“套路贷”帮凶 上海一对退休夫妇房产被侵吞

普陀警方近期在侦破一起典型“套路贷”案件时发现,团伙成员利用“假结婚”绕开房产限购举措,并在异地进行房产全委公证,最终将受害者两套房产据为己有。而公证机构的审核把关不严,也为犯罪实施开了绿灯。

老人接到房产抵押通知

去年9月,家住曹杨八村的退休夫妇魏良和黄洁接到静安区某机构寄来的一份房产抵押通知,称居住的房产已经被抵押给一家名叫澳华的公司,限期内过户。

在核实文件真实性后,两人立即向真如派出所报案。警方在询问其

子魏晓辉时获悉,房子是由他抵押给该公司的,因为欠下了几百万贷款。

2015年4月,魏晓辉喜欢上射箭运动。然而这项爱好开销不菲,很快就耗光了他全部积蓄,并欠下3万多元卡债。为弥补亏空,他在8个月内接连向7家小额贷款公司借贷。经历多次“平帐”后,身负200多万债务的魏晓辉将他与父母在曹杨八村共有的一处房产抵押给澳华公司。

虚假公证材料怎么出炉

警方在调查过程中发现,此处房产曾在山西朔州办理全委房产公证,

公证书上有两位老人的“亲笔签名”。为了辨别公证书真伪,警方远赴朔州明达公证处获悉,这份文件是真的。那么这份关键物证是如何出炉的?魏晓辉随后坦白,是他在还债无门的情况下被澳华公司工作人员逼迫做了这项公证。该企业雇佣两名社区居民扮演他父母,与其一同赴朔州。

3000元雇人公证签名

和以往套路贷案件不同,此案中受害者与他人共有的房产也被觊觎并成功得手,其中究竟有何猫腻?在普陀区看守所内,扮演魏晓辉母亲的普陀区居民江某回忆,

2016年6月她在社区棋牌室经一位中年女子介绍,以3000元报酬做了这件事。为此,江某最终在朔州明达公证文书上,签下了黄洁的名字。据其回忆,公证全程并不复杂,没有核查身份证件,仅数分钟就签字了事。

记者从朔州市司法局求证时独家获悉,朔州市司法局下属公证处已经暂停涉及上海地区房产全委公证业务,并且撤回从去年8月以来的全部该类公证文件。涉事明达公证处承认,案发后已撤回47份由该所签发的该类公证件,公证处负责人遭到免职处罚。

摘编自《劳动报》

2017 彩电业年终盘点 OLED 成夜空中最亮的星

当日历一页页的翻过,风云变幻的2017年彩电市场也将尘埃落定。在激烈竞争背后,我们也是时候从极其复杂多变的市场中总结这一年彩电行业的变化。

总的来看,2017年彩电行业依然是暗藏涌动,行业激烈竞争、产品推陈出新、渠道细分争夺、传统企业与新兴企业不断交锋,各种变革转型的声音成为了2017年彩电业主旋律,而OLED则犹如夜空中最耀眼的明星,为变革中的彩电行业指明了方向。

据奥维云网(AVC)发布的

《2017Q3中国彩电市场报告》中显示,今年1-9月,我国彩电市场行情一路下沉,行业变革已经迫在眉睫,寻找下一个“突破口”已经成为众多电视厂商的共识。

此外,仅在国庆黄金周期间,OLED电视销量规模同比增长了145%,相比于整体市场的低迷,OLED的逆势增长备受瞩目,在2017年末,OLED持续保持火热态势。

2016年初,全球OLED电视厂商只有5家;而到了2017年,全球已经13家电视厂商推出了



OLED电视,并仍呈现出不断扩大的趋势。

此外,不断涌现的高端创新产品,也让OLED电视在彩电市场中脱颖而出,可以说,作为显示行业的“突破口”,OLED当之无愧。

正是在厂商、渠道商、上游面板厂商,以及行业协会等产业链各方的共同推动下,OLED终于在2017年迎来了全面主流化。

值得一提的是,OLED之所以能保持足够的热度,并让行业认同其“下一代显示技术”,还有更重要的一点——体验,开始让普通消费者零距离体验显示黑科技的魅力。

另外,依据数据显示,预计2017年OLED电视全球出货将达170万台,年增率90%。毫无疑问,这将吸引更多的厂商和投资者加入OLED阵营。

INNOSPACE+携手唐硕体验创新咨询成功开展INNO Family Day创新集训

2017年12月16日,一站式创业社区INNOSPACE+集结优质创业项目创始人和投资人在苏州独墅湖踏上INNO Family Day集训创新之旅,在体力、脑力和活力的考验中了

解彼此。INNOSPACE+还联合国内领先的用户体验咨询公司——唐硕体验创新咨询,特邀三位资深用户体验设计师,开设共创工作坊,以体验创新的方法和用户体验思维,帮

助投资人和创业者深度连接。

“今年INNOSPACE+与acer一起在虹桥天地成立了关注物联网的创新基地,还与利丰集团旗下的一个创新平台在新零售、数据化供

应链这一领域携手合作。”INNOSPACE+总监陈成强介绍道,“除了在上海之外,明年INNOSPACE+还将在深圳、南京等地有产业部署。”

半年产销近50万,北京现代2017守住百万体系



2017下半年,北京现代销量持续回暖,继连续多月销量持续上

后,收官月斩获11.6万的出色成绩。回顾这一年的历程,不论是高性价比智能新车,还是智慧服务,都突显出了北京现代对初心的坚持,下半年以近50万辆的销量彰显百万体系实力,实现年销量近82万辆,

重返合资主流阵营。

半年的时间,北京现代屡创佳绩,能在如此短的时间获得这番成就靠的就是它自身的百万体系实力。北京现代成立15年以来,一直以客户为中心为第一要领。通过

加大对技术研发上的投入,不断提升自身的产品质量。再加上企业敏锐的市场洞察力和对国内消费理念的深入理解,为人们推出了一款又一款的经典之作,进而刺激了市场,提升了销量。

遗失广告

上海舒步飞国际贸易有限公司不慎丢失公司公章一枚、法人印章一枚(吴静刚)、财务专用章一枚,特此声明。

东风日产成绩斐然,达成800万产销规模

东风日产顺应着市场从高速增长转入微增长的趋势而发展,于2017年开始采取稳健发展、夯实体体系的手段,进入崭新的YOUNG NISSAN 3.0时代。不仅于12月6日达成连续三年终端销售跨越百万,12月18日,更是达成900万产销规模,再创行业佳绩。

除此之外,东风日产不断升级企业实力,形成了“动感、SUV、舒适”三大品类阵营,门店城市覆盖率将近90%,并建立超轻量化G级店及新型智能绿色工厂,实现品牌好感度及客户满意度连续3季度稳居合资品牌TOP3。面向未来,东风日产发出全新挑战:以体系力全面夯实为基础,依托“i-动力计划”、制造GREAT1等战略的全面实施,采取“创变”手段,向“新·技术日产”的品牌转变,向“人·车·生活”提供商的定位演化,立志于2022年成为合资品牌TOP3。