

杭州开展老小区改造实验 —— 95后设计师对“老破小”进行微更新

杭州的老小区，如果你来改造你会怎么改？最近，杭州市中心的老小区米市街街道大塘新村想做个“微整形”，让老小区有些新功能。

这场名为“米市·家”社区“微”更新的活动，由拱墅区米市街街道和安道设计共同完成，预计时长一个月。以公益夏令营的名义，安道设计特意邀请了设计系的应届毕业生，大多为95后，来到杭州，为老小区做改造“小实验”。社区为配合这些年轻设计师，也请14位居民提出自己的需求，给设计师做参考。

首站为何选大塘新村

和采荷景芳朝晖古荡和睦的小区一样，大塘社区是上世纪80年代建造的众多社区中的一个。不过，大塘新村有着自己的特点：大塘新村就在新华园和武林壹号两个高端小区

之间，对比鲜明；同时，大塘新村临近运河，出门就有运河游步道，有很好的地理条件；再者，大塘新村还有着比较好的人文优势的积淀，比如这里有着杭州市剪纸非遗传承人刘爱奋；更重要的是，大塘新村是个老龄化老小区，老年人口接近30%，微更新的目的就是为能更好地为老年人服务。

处处存在改造可能

记者去大塘新村转了一圈，都觉得没太多可改的空间和余地。不过，在设计师眼里，却处处有着变得更好的“希望”。

“举个例子，老小区的楼和楼道，其实都很相像。到底7幢和17幢有什么不同？”小区里的老人们很容易会找不到自己的家，如果有朋友来，怎么让同样看不到门牌的老人们快速按照描述找到“正确”的门

牌？设计师想用“微”更新来解决，“可以在不同的楼之前作一点点不同的造型，让每个楼道拥有不同的颜色，这样老人们就能记住自己的楼梯。”

为了更好地完成这杭州老小区的首次“微”更新，安道设计早就派出资深的设计总监们，去大塘新村踩点，把可以改造的地方都拍照做了档案：比如树荫下的环形石头座位、已经废弃的保安亭、突兀的（司空见惯的）晾衣杆、贴满广告的电力或者是网线的箱子、自行车库的斑驳墙面、小区入口处的通知栏……

还要撬动社区精神

这次老小区改造解决方案的提出者是第七届安道公益夏令营的同学们。在这帮设计师的微更新设想中，不仅想让小区变得更美，还试图

来改变社区居民的交流方式。“用微小的改变想撬动的是社区的精神，比如最终能实现，让在这里生活的人们能自己动手建设自己的社区，想办法让社区变得更好。”

为了测试这样的小目标能不能实现，安道设计的总经理曹宇英专门在自己小区里做了个小实验，“我拿着一些花草，到小区草坪上一块被踩秃的地方种。没过十分钟就有人来问我，你为什么在这里种花草，花草是哪里来的？慢慢地，周边的人越聚越多，大家开始发表意见。我种好一些植物后，就有人参与进来：有的人说，他家绣球也可种到这里，还有人说，以后浇水我包了。”曹宇英说，这样的小实验证明了一点，在老小区里，只要有人先动一点点，大家的积极性被调动起来。

摘编自《钱江晚报》记者 黄莺

八面来风

责任编辑：邓漪蒙
邮箱：
410385714@qq.com
热线电话：22897278

英国慕金 Smoothskin 新品发布会在沪举行

慕金 Smoothskin 新品发布会暨天猫国际战略合作签约仪式近日在上海举行。本次活动由 Smoothskin 英国品牌方 Cyden 公司及 Cyden 公司中国地区合作伙伴宇蓝海共同举办。慕金 SmoothSkin 是由英国 Cyden 公司研发并生产，被誉为激光脱毛产品中的“奔驰”，凭借好口碑和好效果在海内外收获粉丝无数。不论在国内的微博、小红书还是在国外的 INS、Facebook、Twitter 上，都有使用者晒出使用 Smoothskin 后的光滑美肌，已然成为一个潮人必备的时尚单品。活动现场，各位时尚达人分享了自己对 Smoothskin 旗下 GOLD 及 BARE 两款产品的认知与体验，并尝试了新品 MUSE，给出一致好评。 王映波

十年不弃厨余垃圾，环保达人楼顶种满瓜果蔬菜

7月1日，《广州市生活垃圾分类管理条例》正式实施，其中规定个人未按规定将生活垃圾分类投放到指定的收集点或者收集容器内的法律责任，将由城市管理综合执法机关责令改正，处二百元以下的罚款。

对于住在广州市天河区的刘长华来说，垃圾分类已经成为全家人十年来的生活习惯。让人惊讶的是，从2008年起，全家人坚持不丢任何厨余垃圾，使之变废为宝——每年收集900斤厨余垃圾，并储存在废弃冰箱里变成有机肥。

如今刘长华住所的楼顶，已变成长满黄秋葵、火龙果、西瓜、南瓜的瓜果园，足以满足他一年30%的蔬果食用。

变废为宝：厨余垃圾再利用

如今在刘长华家中，有专门袋子安放塑料包装袋，以保证重复利

用。针对可回收的垃圾比如酸奶盒，他也会冲洗干净，定期送到废品回收站。这10年来，他们家的废旧电池也都集中在一个盒子。垃圾分类已经成为他们家庭的集体习惯。

70后的刘长华在湖南的乡村长大，在年幼时，村民都会在屋前或屋后挖一个不太深的池子，用来堆放瓜果蔬菜叶等废弃物以堆肥。每逢春耕农忙季节，各家各户都会把自家池子里黑乎乎的农家肥施到农田里。

城市里的人们往往没有条件堆肥，而广州每天产生的生活垃圾，超过50%都是厨余垃圾，在乡村里大有作为的厨余垃圾，真的没法利用起来了？刘长华一直在思考这个问题。

于是，刘长华2008年开始在楼顶堆肥，用厨余垃圾产生的有机肥，在

有限的平台上打造出一个瓜果园。这十年来，他因此没有丢过一次厨余垃圾。

堆肥见效：黄泥巴变身黑肥土

刘长华住所的楼顶平台，是一片60平方米的平台，其中20多平方米被打造成蔬果园，一年30%的食用蔬果得以自给自足。

眼前的瓜果满园并非“一天功成”，10年前，刘长华用米袋装了5斤黄土，背上楼顶。接着他又捡了几块废旧木板搭成种植箱。刘长华不停用餐厨垃圾变成的有机肥滋养着这一小块土地。“房东没有反对，所以我才能把这个果园坚持到现在。”刘长华说，健康绿色的蔬果并不是自己主要目的，他最希望看到的是，更多的居民能参与到垃圾分类中来。

堆肥有技巧 无臭没虫子

堆肥在天台进行，每隔两天，刘



图 TP

长华用水桶装着厨余垃圾，把里面的果皮、茶叶渣、玉米棒等放进天台上的封闭废旧冰箱里。打开废旧冰箱，一股热浪扑面而来，但是现场却闻不到臭味、看不到虫子。

“堆肥要成功，必须要温度、湿度、碳氧比同时达标，厨余垃圾含有油、盐、糖等成分，直接用堆肥会增加堆肥难度及使用效果，收集时将汤汁倒干净，用水冲洗滤干再用堆肥。”

刘长华说，为了保证碳氧比，冰箱里还放置了一堆树皮，15天后，通过不间断的搅拌，厨余垃圾就会变成有机肥。

摘编自《广州日报》

Amerigo Education 解析 通往美国顶尖高校之路

近日，Amerigo 首席教学官 Rob Schnieders 先生和全球市场副总裁 Jocelyn Chung 女士与媒体在上海会面，讨论美国低龄留学现状及发展趋势。两位详细解读了 Amerigo 独特的 SUCCESS 成功理念及大学优胜计划，即以学生的全方位发展为宗旨，让学生能顺利升入美国顶尖高校。Rob 先生指出，美国的高中通常注重学习的过程，并将给予学生更多的探索。学校均以实践和课题为主，培养学生独立思考、主动学习的能力，鼓励开放的辩论、探讨和实验。针对低龄留学生制定发展规划的问题，全球市场副总裁 Jocelyn 提出了专属于 Amerigo 的治学秘籍：大学优胜计划，即一个独一无二的四年制咨询辅导课程，旨在提升低龄学子在申请美国顶尖大学时的竞争力。 王映波

家政服务的需求持续增长

《2017年中国居民消费发展报告》显示，2017年，家政服务保持良好发展势头，社会对家政服务的需求持续增长，家政服务产业规模继续扩大，家政服务领域就业人数不断增多。家政服务龙头企业越来越多，推动一大批家政服务龙头企业高速增长。笔者在58同城、赶集网、中华英才网等平台上看到，家政服务人员招聘量较前几年有了显著的提升，并且部分企业对招聘人员的专业程度有了更清晰的要求，对专业度高、从业经验丰富、有一定专业技能资格认证的应聘者一般福利优厚。行业人士表示，家政行业快速发展得益于市场需求的扩大，不过在快速增长过后，行业必将迎来调整期，企业、从业人员都将迎来规范化的新阶段。

智享体验轩逸·纯电，东风日产首家“智行科技体验馆”即将在京开业

东风日产首家智行科技体验馆（英文简称：NIM Gallery）将于2018年6月20日在北京中关村开业。作为日产智行科技落地中国的“智享体验”创新平台，东风日产智行科技体验馆是为中国消费者打造的、能够触及全球先进汽车技术的沉浸式体验阵地。同时，即将于开业当天启动预售的轩逸·纯电 SYLPHY Zero Emission，也将在该体验馆展出。

东风日产智行科技体验馆，坐落于北京市海淀区北四环西路52号方正国际大厦。它是东风日产对汽车行业发展的前瞻性洞察，将成为日产先进技术体验的前沿阵地。整个体验馆由“品牌内容展示”、“产品介绍及展示”、“生活休闲空间”三大功能区组成，在向消费者展示 NIM 日产智行科技的同时，也传递了一种全新的纯电生活方式。



在新能源汽车快速发展的今天，东风日产立足消费者，践行绿色出行使命，率先把全球领先的日产 EV 技术引入中国，带来了旗下第一款国产纯电动汽车——轩逸·纯电 SYLPHY Zero Emission。在开幕当日，同步在北京启动预售的轩逸·纯电 SYLPHY Zero Emission，也将在体验馆进行展出。作为东风日产倾力打造的全球



专业纯电，轩逸·纯电 SYLPHY Zero Emission 是全球纯电销冠聆风与中国家轿之王轩逸强强联合的优秀结晶，它不仅继承了日产先进的电动技术，还承接了旗舰家轿的舒适品质。轩逸·纯电 SYLPHY Zero Emission 不仅只是一台车那么简单，它更像是一套专业的纯电出行解决方案，能够让消费者畅享“从有

到优”的纯电出行生活。为此，东风日产将以智行科技体验馆为中心，通过数字化、精准化、场景化的互动沟通，以最具体验感的方式，贯穿轩逸·纯电 SYLPHY Zero Emission 的销售全程，让消费者体验与世界同步的领先技术。未来，将以日产智行科技体验馆为核心，为用户打造一系列先进技术体验、主题沙龙等活动。