

加快推进实施

打响四大品牌

三年行动计划

>>> 对话普陀区区长周敏浩 ——

建设上海“四大品牌”特色承载区

打响四大品牌

区长访谈

本报记者 江跃中



普陀区是上海市的“西大堂”，商业繁华，文化底蕴深厚，面临上海全力打响“四大品牌”建设的机遇期，普陀作为特色承载区，将如何进一步加快构筑区域发展战略新优势，推动经济高质量发展，创造高品质生活？记者就此专访了普陀区委副书记、区长周敏浩。

问:普陀区为什么要提建设上海“四大品牌”特色承载区？

答:5月10日，我区召开了建设上海“四

大品牌”特色承载区推进大会，明确提出，普陀要建设上海“四大品牌”特色承载区，重在“特色”，这是我们立足自身资源禀赋，力求形成差异化发展优势，在积极响应和主动融入全市打响“四大品牌”大局中的总体定位。主要基于三点：
一是错位发展。普陀将找准主攻方向，选择发展基础好、辐射带动强、打得响的重点领域率先突破，提高辨识度和影响力。
二是特长更长。普陀的软件和信息服务业在市中心城区中位于前列，手游行业尤为突出，未来三年，软件和信息服务业营业收入将保持年均增长20%，逐步打造成为全市乃至长三角区域的著名品牌。
三是独特变成特色。我们将发挥机器人和工业控制两大市研发与转化功能型平台的作用，支持开展关键技术攻关和战略性项目布局，扩容智能制造和机器人产业园，着力打响“机器人”品牌。

问:建设上海“四大品牌”特色承载区，普陀区重点做什么？

答:重点是“一个提升”和“三个集聚”，即，普陀各项工作，从政府服务到城区面貌，从经济发展到人文面貌要全面对标、全面提升。近年来，普陀和全市其他兄弟区一样在进步，但我们的特点和亮点还不突出，要对标最高标准、最好水平，在“四大品牌”建设中，融入和跟上全市发展步伐，在提升品质、彰显魅力上体现新担当、凸显新作为。
“三个集聚”，关键是要形成高地和标志——集聚一批高端创新要素，打造成为在全国具有一定影响力的科创高地。注重抓好

“两头”，“一头”是提升创新能力，“另一头”是加快创新成果产业化。要积极布局能够服务长三角一体化的产业链要素体系，大力发展人工智能、互联网+等产业，打造2-3个不同于兄弟区的产业集群。
集聚一批显示度高的商业地标和品牌活动，使之成为特色鲜明的城市形态和独具魅力的人文风貌标志。将形成环球港、长风城市微度假区、“长寿湾”休闲生活区、中环商圈4个商业地标。升级举办上海国际电影节互联网影视峰会，努力打造国内互联网影视产业要素集聚度最高的节庆品牌。提高普陀作为“中国围棋之乡”的知名度，建设棋牌院，打造国内智力运动高地。
集聚一批名师名家名企名园，打造成为近悦远来、认可度高的政府服务高地。一流的营商环境才能孕育一流品牌。今年，普陀出台了优化营商环境实施方案，推出了“才聚普陀”计划，反响很好。我们要继续在改革创新、优化环境上做文章，发挥市场的决定性作用，强化名师名家名企名园引领，共同推进普陀“四大品牌”建设。

问:普陀区建设上海“四大品牌”特色承载区，具体有什么目标？

答:通过三年行动计划实施，形成若干有影响力的功能平台、产业高地、商业地标、文化名片，努力把普陀区打造成上海“四大品牌”建设的特色承载区，个别领域成为全市示范。
从全力打响“上海服务”品牌来看，就是城区功能、创新能力、服务能级显著增强，成为长三角一体化发展布局重要枢纽节点之

一。到2020年，服务经济比重保持在90%左右；科技服务业税收保持两位数增长。
从全力打响“上海制造”品牌来看，就是高端制造业核心竞争力要显著增强，成为立足上海中心城区辐射长三角的智能产业高地。全区制造业增加值比重稳定在10%左右，涌现出一批充满创新创业活力的“隐形冠军”企业和“独角兽”企业。
从全力打响“上海购物”品牌来看，就是商贸业转型成效显著增强，成为上海国际消费城市的活力区域。要抓好“两个关键”：一是社区生活消费圈品质的提升，满足普陀人多元化的消费需求。二是和商业地标建设相结合，着力打造小众个性品牌，注重线下体验，提高消费对经济的贡献度。
从全力打响“上海文化”品牌来看，就是普陀形象魅力要显著增强，成为上海卓越全球城市的一道靓丽风景线。到2020年，基本建成具有国际水准的“苏河十八湾”文化景观带，文化服务业税收保持两位数增长。推进“开天辟地一党的诞生地”发掘宣传工程。”

问:普陀在打响“上海制造”品牌中，提出聚焦“服务+制造”，如何理解？

答:李强书记在全市推进大会上指出，上海现在有制造，将来也一定要有制造，关键是“上海制造”造什么？怎么造？普陀提出聚焦“服务+制造”，即围绕“服务+制造”，聚焦智能制造、高端制造产业链中的软件开发、核心部件生产、关键算法等“软、小、精”领域，形成若干个百亿级的企业或百亿级产业集群。

今天上午20名盲人走进上海自然博物馆——

触摸恐龙标本享受奇妙之旅

新民特写

上午6时，家住松江的“全国自强模范”、盲人韩颖就起床了，因为，上午9时她要与上海19名盲人一起，走进上海自然博物馆，通过耳朵聆听和双手触摸的特殊方式参观“观”展品，享受一段奇妙的博物馆之旅。

对于盲人来说，参观博物馆曾是一种奢侈。今天前来的盲人几乎从来没有来过自然博物馆，就连学生时代每个假期都去自然博物馆老馆参观的韩颖，在失明后也再没走

进过新馆，她对自然博物馆的记忆还停留在老馆大厅里的巨型恐龙化石和干尸展区。因此，今天，大家的心情都格外兴奋。

发起参观活动的王世杰是上海第一位无障碍电影志愿讲解员，退休前是自然博物馆副研究员。他希望让自然博物馆这座人与自然间的宝贵桥梁也能搭建到盲人中。

“往前走，左转弯”“左边是狼，右边是地质岩石”“现在低沉的吼叫声是馆内最大的机械模型阿根廷龙，每一条腿都像树一样粗。它的淡棕色颜色是科学家分析模拟的，因

为，和我们大家一样，也没人见过1亿多年前的恐龙长什么样子”……

在王世杰和博物馆讲解员形象生动的讲解中，盲人观众们不时发出“哦哦”的惊叹声。当然，最让他们期待的还是触摸环节。

在1.6亿年前的马门溪龙股骨前，大家“贪婪”地摸了又摸，把化石上的每一处凸起、每一个顶角都摸遍了。之后，盲人们还触摸了硅化木、灵长类头骨等化石和标本，他们的手指不愿错过标本上的一条缝隙、一个疤痕，因为，此时，手指就是他们的双眼，带他们认识世界，



了解自然。

王世杰表示，这是盲人第一次走进自然博物馆触摸展品，大家收获很大，希望将来还有更多机会，用他们的特殊方式感受历史和自然的脉动。

本报记者 孙云

南京银行

上海分行

BANK OF NANJING

Shanghai Branch

“十载同行，‘鑫’随礼动”
活动火热开展中
即日起至6月30日
旅游积分等你来兑换！

全国统一客户服务号码
95302
南京银行网址
www.njcb.com.cn

五月钜献

产品名称	期限(天)	起始金额(万元)	预期年化收益率(%)	名义到期日	销售渠道
季安享1号171期新客户	84	10 (单户限50万元)	5.55	2018/8/22	柜面/网银/手机
双季盈1号171期新晋中高端客户	182	20 (单户限50万元)	5.30	2018/11/28	
双季盈1号171期新晋白金卡客户	182	50 (单户限100万元)	5.35	2018/11/28	
年安享1号171期	364	5	5.15	2019/5/29	
季季鑫1号121期新晋财富客户	84	300 (单户限600万元)	5.60	2018/8/22	

产品类型：非保本浮动收益型
以上产品募集期：2018年5月23日-2018年5月29日 产品起息日：2018年5月30日
温馨提示：以上产品每周滚动发行，测算收益不等于实际收益，额度有限，售完即止！风险提示：理财非存款、产品有风险、投资须谨慎！本理财产品不保证本金和收益，您的本金可能会因市场变动而蒙受损失，需要充分认识投资风险，谨慎投资。新客户：未评级/普通客户，即当月全新开户客户或上月在我行月日均资产低于3万元且系统评级为普通级别（均以自然月统计）。
以上客户等级最终以银行系统内判定为准。

保证收益型理财产品

产品名称	期限(天)	起始金额(万元)	预期年化收益率(%)	名义到期日	销售渠道	客群
年年稳鑫1号保本168期	728	5	4.70	2020/5/27	柜面/网银/手机	全体客户
年稳鑫1号保本168期	364		4.55	2019/5/29		
季季稳鑫1号保本168期	182		4.35	2018/11/28		

风险提示：理财非存款、产品有风险、投资须谨慎！ 产品募集期：2018年5月23日-2018年5月29日 产品起息日：2018年5月30日
南京银行个人大额存单，4月17日起全面提价。三年期、五年期年利率4.18%
以20万元为例，存满3年，到期可获利息25428元

期限	起始金额	年利率	功能	销售渠道
5年	20万元	4.18%	到期一次还本付息，可全额行内转让。	柜面/网银/手机
3年				
5年	30万元	4.18%	按月付息	
3年				

个人大额存单“按月付息”、“行内转让”功能二者不可兼得
个人投资人认购大额存单起点金额不低于20万元。认购期内如遇人行存款利率调整则提前终止发行，具体利率以官网公布利率为准。
以上产品额度有限，售完即止。

广告