

徐汇区建“1+4”体系突出区域优势和特色

2020年育出特色品牌和龙头企业



本报讯（记者 袁玮）记者从昨天下午召开的徐汇区打响上海“四大品牌”推进大会上获悉，为呼应全力打响“四大品牌”的决策，徐汇区建立“1+4”的工作推进框架体系，突出区域优势和特色，实现错位竞争。

“1”是出台《徐汇区打响上海“四大品牌”加快打造新优势 率先推动高质量发展的实施意见》（以下简称“实施意见”），“4”是制定徐汇区打响“上海服务”“上海制造”“上海购物”“上海文化”品牌的三年行动计划。《实施意见》提出，到2020年培育形成一批具有广泛影响力的特色品牌和龙头企业，全面提升品牌的辐射度、美誉度、体验度、标识度，全力打造经济发展新亮点，全速积蓄发展新动能、拓展发展新空间，力争成为推动高质量发展和创造高品质生活的引领示范区。

科技服务为核心

徐汇区将打造以科技服务为核心的服务

品牌，构筑面向全球的服务竞争新优势。紧扣科创中心重要承载区建设，强化科技服务功能，打响科技服务品牌；聚焦漕开发，提升科技服务能级，打造漕开发创新服务品牌；强化教卫文体资源优势，持续扩大优质服务供给，做强民生服务品牌；全力推进“一网通办”，加快智慧政府建设，形成“互联网+政务服务”示范品牌，为科技创新提供便捷高效的发展环境。到2020年，科技服务业增加值占地区生产总值的比重达到20%左右。

人工智能为引领

徐汇区将打造以人工智能为引领的智能制造品牌，建设面向未来的智能制造高地。抢占科技和产业制高点，推动关键核心技术突破，加快信息技术与生命健康两大新兴产业发展，全面提升制造质量与品质，力争将徐汇打造成为智能制造、服务型制造、品质制造新高地。到2020年，信息技术产业增加值占地区生产总值的比重达到18%；生命健康产业增加值占地区生产总值的比重达到10%；引进和培育5家具有国际影响力的制造业独角

兽企业；跨国公司研发中心、市级企业技术中心数量达到50个以上。

体验消费为特色

徐汇区将打造以体验消费为特色的购物品牌、购物天堂。建设面向海内外的消费市场，云集全球商品，集聚消费新业态，着力打造徐家汇、衡复、徐汇滨江三大知名购物地标，重塑徐家汇商圈的繁荣繁华，构建衡复海派特色商业街区，突出高端化、精品化、个性化，打造徐汇滨江世界级商业地标，形成文商融合、体验消费的典范，逐步将徐汇建设成为高端品牌集聚地、时尚单品首发地和新零售的竞技场。加快阿里、腾讯、网易等新零售布局，支持智慧零售、无人零售发展。到2020年，国际高端知名品牌集聚度明显提升，培育形成一批引领新消费的领军企业，新兴消费规模进一步扩大。

“海派文化之源”为名片

徐汇区将打造以“海派文化之源”为名片的文化品牌，构建徐汇独具魅力的文化标识。

充分发挥徐汇独特的资源禀赋，做深做精“百年再造系列”，做优做细“名系列”，构建文化活动精彩纷呈、文化地标绽放魅力、文化产业繁荣发达的良好发展格局，城市文化内涵更为深厚，文化标识度更为鲜明，文化品牌效应更为凸显。徐汇将充分挖掘徐家汇以“光启文化”为特质的文化内涵，整合徐家汇源电影、唱片、工艺、教育、气象等珍贵的文化资源，推动小红楼等建设改造项目落实。树立“全球城市的衡复样本”，以历史建筑群像为街区背景、以高雅现代音乐为街区细胞、以名人生活印记为街区故事，以慢生活休闲为街区节奏，积极保护传承海派文化。塑造西岸新地标，匠心打造世界级水平、亚洲最大的国际艺术群落，推动西岸成为上海中西文化交流必选之地。抢占先机首发亮相，吸引一批时尚新品首发、精品剧目首演、知名展览首展，率先开创“首系列”，开辟文化交流新天地，集聚国内外优质的文化艺术资源，举办全球水岸论坛、西岸文化艺术季、蓬皮杜五年展陈合作项目等高端活动，做实“国际系列”。到2020年，文化及相关产业增加值占地区生产总值的比重达到14%以上。



全国首家『青蛙邮局』亮相沪上

邮局也能萌萌哒！全国首家“旅行青蛙”主题邮局在中国邮政上海蓝村路支局和徐汇支局同时亮相。两家装扮一新的“青蛙邮局”充满了动漫元素，上海邮政将游戏场景100%还原到明信片上。为了集齐“旅行青蛙”场景明信片和纪念版邮折等动漫衍生品，“蛙迷”纷纷前来“打卡”。

首席记者 刘歆 摄影报道

本报讯（记者 罗水元）上海市消保委昨日发布消息称，2017年累计受理预付卡相关投诉5030件，《上海市单用途预付消费卡管理规定》出台在即。

市消保委介绍，预付卡投诉中，美容美发类预付卡投诉近千件。除个别发卡企业“关门跑路”的情形外，大部分投诉的焦点集中在经营者关闭部分门店后未对原有门店办卡消费者作出妥善安排，消费者无法持卡就近消费；经营者为持卡消费者提供商品或服务时，增设收费项目、降低服务质量、更换之前约定的服务人员等，无法向消费者兑现办卡时的服务承诺。

近期，就有消费者向市消保委反映，2015年6月在上海欧闻美容美发有限公司（以下

去年预付卡投诉5030件

《上海市单用途预付消费卡管理规定》将出台

简称“欧闻公司”）建国西路美容美发连锁店办理一张美容卡，卡内剩余400多元，2017年10月消费时发现该门店已关门，消费者到蒙自路连锁店消费，持卡消费两次后被告知须再充值1000元，否则拒绝用卡。此外，还有消费者投诉反映欧闻公司不兑现广告承诺、以次充好、拒开发票、乱收费等问题。为此，市消保委向欧闻公司发出约谈函，但该公司未

参加约谈。经电话联系，法定代表人一直拖延、推诿。

市消保委提醒消费者办理预付卡时，应慎重决定、合理充值。市消保委也透露，《上海市单用途预付消费卡管理规定》出台在即，期待该规定出台后能对上海单用途预付卡作进一步规范，强化发卡企业诚信度管理，更好地维护消费者的合法权益。

没修断裂软管却高价加氟

市消保委提醒谨防家电维修“李鬼”

被多人标注为“疑似诈骗”。然而，在记者受理该投诉并欲采取进一步调查时，张霞又有所顾虑了。记者拨打4006053305电话表明身份了解情况时，对方则反复推卸责任，并在挂断电话几分钟时间内以手机回电时，满口脏话并出言威胁。

上海市消保委提醒，通过网络搜索、电话查询或信箱小广告等方式来寻找品牌家电维修服务的方式都存在一定风险；“李鬼”通常利用竞价排名的搜索引擎散布虚假维修信息、以“400”或“800”开头的电话号码冒充官

方服务热线来骗取信任，存在事先不说明收费项目和标准、事后不出具正规发票的问题。为防上当受骗，消费者在选择维修公司前应询问具体收费情况以及能否出具正规发票等事项，如对方不肯明码亮价，应谨慎对待；同样，付费后也要索取发票并保存——如对方不同意，也要提高警惕。

市消保委介绍，为了帮助消费者找到正规信息，消保委官网(www.315.sh.cn)已建立起了“消保委帮您找”平台，消费者可在此进行查询。

本报记者 罗水元



新民随笔

常见“赛先生”

董纯蕾

清一色深色系的西装革履，没有太时髦的裁剪与很花哨的配饰，手捧鲜花的笑容非常真诚，款款走过红毯的姿态还难免有点僵硬，他们甚至不知道摄影师的镜头会出现在人群的哪个角落，该把脸面向何方。然而，这些青涩的红毯表现，丝毫无碍于他们成为粉丝心中公认的男神、女神，那范儿，完全没有争议。

当各大影视歌颂颁奖典礼和商业活动的红毯，越来越多“毯星”啊、“C位”啊的鸡零狗碎，上周六2018上海科技节开场的科学家红毯秀无疑是一股清流。我们在报纸的头版头条和新民网新民APP的头条区图文并茂地报道后，很多人表示不过瘾，红毯科学家的全名单有没有？

同样是上周末，公众科学日几乎也是清一色的一票难求。平日里总令人感觉“非请莫入”的科学“圣地”，成功“转型”为老少咸宜的科普“游乐场”。台前，科学家们妙语连珠，确认过眼神，受众都在享受科学的状态中；幕后，科研背景出身的科普志愿者，还精心设计了游园地图、参观护照，准备了DIY的纪念品和茶点。

怪不得现场的人们流连忘返，意犹未尽；怪不得有朋友怨我没预先通风报信，后来报名预约都人满为患了。临了，都要问一句：明年还会有吧？

上海人是幸运的。2家综合性科普场馆，54家专题性科普场馆，273家基础性科普教育基地……还在不断刷新与升级。上海人也是有品位的。最新一期《2017主题公园与博物馆报告》发布的全球二十大博物馆名单中，上海科技馆排名第六，又升了一位；《上海市博物馆2017年年报》公布的最受欢迎博物馆排行榜上，上海科技馆与上海自然博物馆分享了冠军。

只是，还不满足。很多人想知道：还有这样的活动吗？当然是有的。今日上海，若想要聆听精彩的科普讲座，你大概一年四季都不愁没机会。上海的很多科研院所都有科普夏令营，甚至还设有专门的博物馆。只是，仍有期待。如此活泼而又不失严谨的科技嘉年华，能否君常在？提个不太成熟的设想，与其把大伙的开放日都集中于某一两个周末，不如协调各自的“档期”，分散于全年之中，让科学粉丝们少一些“何日君再来”的遗憾，多一些“认识赛先生”的机会。