

改善人居环境,把群众需求项目化 石峰区改建新建一批邻里中心、农贸市场

□ 记者 李卉 通讯员 朱晖 谭洪汀

“微信(付款)收到了,豆芽已经准备好,可以随时来取。”

每天早上5点多钟,石峰区湘天农贸市场的经营户胡甜就忙开了,不少老客户在开市之前通过微信下单,她只需按照要求一袋袋分装好。胡甜在这个市场已经经营了20多年,经营夜宵生意的文老板从2008年开始,天天在胡甜店里买豆芽,取了就走,不用再问价、过称,大家全凭一个信字。

近年来,石峰区坚持把老百姓的具体需求项目化,着力推进了一批群众看得见、摸得着的民生工程。今年,石峰区启动了桥梁厂、田心、湘天桥、井塘4个街区人居环境改善工作,农贸市场提质改造、邻里空间建设是其中的重点内容。目前,杉木塘和湘天桥农贸市场经过改造,已经先后复市,成为我市首批智慧农贸市场。



改造后的湘天农贸市场,每个经营户摊位都配备了智能电子秤 记者 李卉摄

3 打造一批高标准农贸市场、邻里空间

“获得感”是检验发展质量的试金石,人民群众获得感的多与少,直接反映着发展质量的高与低。石峰区委书记张建勇在接受采访时表示,让百姓切实感受到获得感、幸福感,必须坚持把老百姓的需求包装策划成一个具体的、可操作性强的项目,通过一个个项目的落地实施,来解决民生问题、回应群众期盼。

今年,石峰区以“支持产业发展、满足企业需要、方便员工生活”为导向,启动桥梁厂、田心、湘天桥、井塘4个街区人居环境改善工作,统筹推进一批邻里中心、农贸市场、小游园、小广场等配套设施,成片提升老城区品质。经过调查摸底,石峰区已对全区大小农贸市场、马路市场、传统农村集市数量的分布情况、建筑面积、摊位数量、辐射范围、年交易金额等进行了统计分析,形成了调研报告。针对布局不科学、功能重复,一些市场设施简陋、部分马路市场存在扰民现象,大型市场规模与档次不匹配等具体问题,逐一研讨解决方案,计划通过规范化、合理化的建设与改造,继续打造一批“互联网+智慧菜市场(邻里空间)”。目前,杉木塘和湘天桥农贸市场经过改造,已经先后复市,成为我市首批智慧农贸市场。

“以前,这里不但环境不好,停车也很困难,我进货要买一千多块钱菜,放在摩托车上很不方便。”文老板告诉记者,今年市场复市之后,边上也有了停车场,现在他每天都是开着车过来。昨天,市场管理方还告诉了文先生几个好消息,接下来,湘天桥农贸市场还将继续推进拓展区建设,新建天桥街立体停车场,打造服务中心,满足经营户与顾客吃饭、休息、停车、购物以及缴纳水电天然气各项费用的需求。今后还将开发网上下单、派送上门服务。

4 田心、先锋路的居民 这些福利与你们有关

根据石峰区产业项目建设计划部署,田心片区九圆、天源两个农贸市场将于今年启动改造工作。同时,先锋路与建设北路交汇处将建设先锋邻里空间,打造“互联网+商贸+菜篮子”一站式社区生活休闲空间。目前,项目已完成农贸市场部分的先期调研,正在进行概念设计。

2 破解陈疴顽疾 让市民买得舒心又放心

农贸市场关乎百姓的菜篮子,关着大家舌尖上的安全。对于很多市民而言,即便超市购物环境再好,他们也更愿意相信市场菜品更加新鲜、齐全、价格实惠,而且还能拥有货比三家的体验,这也是文老板十年来每天坚持到湘天桥农贸市场进货的重要原因。

过去,湘天桥有2个农贸市场,分别是湘天桥市场和湘蔬市场,管理方均为民营企业。这里有着大多数农贸市场设施陈旧、环境脏乱的通病,买家体验不好,卖家长期身处其中也觉得压抑。在创卫、创文中,更是薄弱地带,每次迎检都要投入大量人力物力,耗费不少资金,却治标不治本,如今,政府成了市场的管理方,通过对两个市场进行整合、提质,陈疴顽疾都迎刃而解了。

“其实很多市民都有农贸市场情结,有些是做了十多年买卖的老主顾,长久建立起来的信任感很难取代,有些很享受这种挑挑选选的过程,但传统农贸市场环境差、食品安全有隐患也是不争的事实。这次的改造,我们针对这两大问题做了方案。”石峰区循环经济集团相关负责人介绍,经过升级改造之后的石峰区湘天农贸市场共有两层,一楼农贸市场面积6200多平方米,有180余户经营户。在我市,除了中南蔬菜批发市场外,这里可以说是规模最大的农贸市场,惠及周边沈家湾、花果山、清水塘等多个社区,甚至响石岭、河西的老客户也常常光顾。

1 从皱眉捂鼻到拍照发朋友圈

“从株化厂门口的流动摊点到现在拥有几个门面,十年了,我天天来这里进货。”买家文老板和卖家胡甜都有一个共同的感受,市场经过升级改造,今年1月23日复市之后,硬件设置与管理水平都有了质的飞跃,而且“互联网+智慧菜市场”概念的引入,既方便买家和管理方追溯产品源头,也便于卖家对销售情况进行大数据分析,为调整经营计划提供数据参考。

5月9日上午,记者来到石峰区湘天农贸市场,随着胡甜的指引介绍,一幕幕新景象、新气象呈现眼前。烤鸭、卤菜等各种熟食不再敞开摆放在摊位上,而是统一摆在门店内,需要冷藏的,收入由管理方统一提供的冷藏柜里;禽类屠宰区域原来是市场管理的老大难问题,臭气熏天、一地鸡毛、血水横流的场景早已不见,取而代之的是标准化的操作间、统一配置的不锈钢笼子,明亮的玻璃隔断、消除异味的新风系统;每户经营户摊位上都摆放着智能电子秤,可以满足刷卡、微信、支付宝、现金等各种支付方式……

胡甜告诉记者,今年以来,市场环境高端大气上档次多了,客流也更多了起来,那些皱眉、捂鼻的顾客,现在表情都舒展了,以前每天的营业额大约是两三百元,现在一般都有四百多元。“以前,家里的小孩子都不愿意到我这里来,觉得邋遢,现在他们还会帮我拍了照片发朋友圈打广告了。”



先锋邻里空间效果图

“复联3”中国预售破2亿 首日排片超80%

截至昨天上午8点,将于明天正式在中国内地上映的漫威新电影《复仇者联盟3》预售票房已经超过2.4亿元,首日票房超过1亿元。但在全球多个市场都能够轻松夺冠的《复仇者联盟3》,却在一个岛上败给了一个“小学生”。



5月接下来 还有这些 好电影

战犬瑞克斯
上映日期:2018-05-11

《战犬瑞克斯》根据一段真实的“战地人狗情”改编,还原了伊拉克战争的大背景下,海军陆战队下士梅根·利维与军犬瑞克斯搭档共赴前线,在经历生死与相互救赎后,一人一犬建立深厚情感的故事。该片去年上映,收获了不俗的口碑,IMBD7.1,电影烂番茄84%,豆瓣也给出了7.0的高分。

寂静之地
上映日期:2018-05-17

电影由约翰·卡拉辛斯基执导,他与艾米莉·布朗特共同主演,讲述了一个“保持安静才能活命”的故事:人类遭遇神秘生物的威胁,这些生物会根据猎物的声音行动,所以人们必须在生活中噤声,否则就会被神秘生物追捕。与其他惊悚片有很大不同,一般情况下导演都会通过各类声音来烘托气氛,很多时候观众产生恐惧感往往是因为声效。然而《寂静之地》却做出了不同的选择,它设定“出声即死”的模式,在极端静寂下,甚至水流声都能吓一跳。

意法等国上映凯旋 刷新多地影史纪录

目前《复仇者联盟3》在全球55个市场上映,总票房已经超过11亿美元,吸金速度为世界影史最快。其中,澳大利亚首日票房670万美元,仅次于《星球大战7》排影史第二,占据当日77%的市场份额。韩国首日票房650万美元,为影史最佳上映成绩,按售票数计算,则占据95%的市场份额。法国创下最佳四月上映纪录,且是漫威宇宙影片最佳上映纪录;菲律宾270万美元,刷新影史上映成绩,占据97%市场份额。意大利正值自由日假期,创下史上第三高上映纪录,在超级英雄电影和迪士尼影片中排第一。影片已经改写巴西、印尼和菲律宾三个市场的影史票房纪录,也已经是墨西哥和印度(进口片)的影史票房亚军。影片在俄罗斯拿下最高首日票房,最高单日票房和最高首周末票房等三个最具含金量的纪录,首周报收1760万美元。另外,马来西亚、香港、越南分别拿下150万美元、140万美元和130万美元成绩,都刷新影史上映成绩。

最强“复联”内地预售超24亿元 全球多地区市场票房登顶 然而日本首周票房不及“柯南” “复联”这次 输给了小学生

完美陌生人 Perfecti sconosciuti 5月25日 求锤得锤

完美陌生人
上映日期:2018-05-25

电影讲的是三对处于各个婚姻阶段的伴侣和一个宅男,七人聚在一起吃晚餐。在女主人提议下,当夜所有人分享每一个电话、每一条短信、邮件的内容,由此许多秘密开始不再是秘密,他们之间的关系也开始发生波动。无数疮痍在这场“坦白局”中被揭开,复杂的男女情感让所有人陷入困局,什么是婚姻感情中最不可触碰的底线?

电影将人的欺骗本性以及对智能手机的依赖联系在一起,将粉丝爱情中的恋爱观、婚姻观、价值观赤裸裸地展示给观众。影片内容涉及手机出轨、子女教育、隆胸整形等,一度引发影迷热议。

在日本只能屈居第二 新“柯南”电影抢风头

然而,这样势如破竹的“复联3”,却在某一个电影市场稍稍受阻,那就是日本。根据日本票房排行榜的数据:《复仇者联盟3》在日本上映首周虽然观影人群达到了43万人次,票房收入也达到了6亿7200万日元,但是在日本周总票房榜上还是只能排在第二位。排在第一位的是中国观众的童年记忆《名侦探柯南:零之执行人》已经在日本国内获得三周连冠,累计票房已经超过了48亿日元。威风凛凛的复仇者们,却被一个小学生抢了风头。看来,日本作为全球最大的动漫市场,实在不是没有道理的,就连几乎征服了全球影迷的《复仇者联盟3》,都没有能够完全打动日本市场。

路过未来
上映日期:2018-05-17

该片讲述了孤独的异乡人行走在各自人生轨迹上,为了实现目标,有的辛勤付出,有的不择手段的故事。电影中的人物被现实世界的真实残酷、虚拟世界的梦幻绚烂围绕,在憧憬、喜悦、沮丧、绝望中迷失自我,而最初对未来的期许逐渐成为了泡沫幻影。《路过未来》是第70届戛纳国际电影节唯一入围华语长片,将在全国艺术电影放映联盟线上映。(本报综合)