

从“大坪路13号”到“书香小区” 叫了20年的小区名,今年为啥改了?

“幸福荷塘”之无物业管理小区业主自治系列报道④



▲小区自治成功的秘诀,就在这个书香文化浸润的“公共客厅”里 记者 伍靖雯 摄

走进书香小区的“公共客厅”,让人立即联想到“谈笑有鸿儒,往来无白丁”:放学回家的孩子们,跟着股爷爷在练毛笔字,几位上了年纪的居民闲坐在旁,喝茶聊天。墨香在空气里浮动,耳畔有细细的丝竹之声,人也跟着凝神静气起来。

让人想不到的是,就在一年前,这个无物管小区还叫“大坪路13号”。小区自治成功的秘诀,就在这个书香文化浸润的“公共客厅”里。

曾经关系疏淡的邻居 在“客厅”里热络起来

“家家户户都爱读书写字,邻里关系怎能不和谐?”前日,坐在小区的“公共客厅”,小区业委会主任范白云介绍起“大坪路13号”的新生故事。

这个小区建成于1997年,有3栋楼、50户居民,大多是建设银行退休的老职工。由于小区长期无物业管理,道路坑坑洼洼,也没有路灯,邻居们平日大都各自在家,很少交流走动,各家之间的关系渐渐疏淡。

直到去年初,小区依托“幸福荷塘”系列民生行动,走上了业主自治之路,选举了9位居民组建业主委员会。

被孩子们称为股爷爷的股广明,是业委会成员之一,也是小区“公共客厅”的创立者。“客厅”由他的私房改建,作为公共空间开放后,孩子们放学回家,就跟着他写写画画,等下班的父母接回家。周末,“公共客厅”也照常开放。

家家户户有儿孙,正是这间“公共客厅”,让以前不常走动的居民在进出接送的过程中,又渐渐热络起来。居民们也爱来此读书画画,每逢节假日,各家还会带来水果、特产与大家分享,很是温馨。

过去“劝不动”的矛盾 现在可以轻松化解

用文化建设带动小区邻里和谐,“公共客厅”也多了新功能。荷叶塘社区居委会负责人说,过去,有些居民在小区里种菜养鸡,对环境造成污染,但社区无法强行制止。现在,居民之间有了矛盾,会到“公共客厅”坐下来,心平气和地沟通。再加上社区工作人员适时劝导,过去让人头疼的矛盾,现在可以轻松化解。

人心齐,小区20元/月的公共管理费,缴费率达到100%,如涉及小区重大事项则采取“一事一议”方式进行管理。

小区的书香气息,从“公共客厅”向外弥漫。如今,小区在街道办、社区居委会的支持下,还有了公益文体操坪,新增了乒乓球台等健身器材;小区内有一面栏围墙,股广明和居民们动手设计,在墙面上绘制了“和谐号”动车组,打造成小区的“文化墙”……整个院子,成了居民的休闲广场,小区还经常办运动会、“百家宴”等邻里文化活动。

就这样,今年年初,在小区全体居民的签字同意下,“大坪路13号”正式更名为书香小区。

(记者 伍靖雯)

九郎山绿心保护添“鹰眼” 6台云台摄像机无死角监控



▲施工人员爬上瞭望铁塔安装云台监控设备 通讯员供图

本报讯(记者 李卉 通讯员 谭洪汀)石峰区拥有的35.47平方公里绿心面积,是我市生态绿心的重心。昨日,记者从石峰区绿心办了解到,石峰区九郎山片区森林智能监控系统已建设完毕,经过调试后,目前已经正式运行,并成功预警一次。

据悉,该系统包括防火、防盗以及对乱埋乱葬、乱砍滥伐等现象的监控。系统由前端系统、传输网络和指挥中心组成。

项目新建12米高瞭望铁塔5座、租用一座,6台云台摄像机分别置于瞭望铁塔顶部,分布在秋瑾故居前山、九郎山山顶、乌龟岩、枫树寨、白马坳

和冲天竹。“部分布点位于山顶,我们用太阳能发电解决了电源问题。”石峰区绿心办相关负责人介绍,此系统可以覆盖20平方公里森林面积。

根据石峰区“网格化+智能化”基层治理模式的要求,该区将九郎山片区的林区划分为21个网格,分别从绿心办、村、组三个层级安排专人负责网格内的护林防火工作,横向到边、纵向到底,实现防控无死角。

针对一些文物景点、珍稀植被的保护问题,石峰区经过实地勘察,在九郎山范围内布点建设了一批安防监控点,目前也已安装完毕。

相关新闻

九郎山绿心保护,还有这些大动作

本报讯(记者 李卉 通讯员 谭洪汀)九郎山片区位于石峰区西北部,地处长株潭生态绿心,森林覆盖率达到90%以上。记者从石峰区绿心办了解到,九郎山片区今年完成植树造林生态修复工程面积5328亩。

为提升片区品质品位,石峰区今年对九郎山片区大冲村进行农村污水综合治理。目前,一期工程已经全部完工,新建2座处理规模为10

吨/天集中式污水处理池、1座处理规模为5吨/天小型微动力污水处理站、4座十户式污水处理站和4套单户式污水处理设施。二期工程正在制作设计方案。

为了方便游客,目前四季花海附近的公厕也正在制作设计方案。同时,九郎山片区大冲村、九塘村、白马村、九郎山村4个村70户生猪养殖户已全部退出。

注销公告

株洲市神龙砖瓦有限公司拟向工商部门申请注销,公司已成立清算小组,请有关债权人于45日内来公司办理相关事项。
清算组负责人:苏备军

株洲市住房公积金管理中心 荷塘管理部停业搬迁公告

为满足业务发展需要,株洲市住房公积金管理中心荷塘管理部将于2018年11月26日至2018年11月30日停业一周,整体搬迁至荷塘区红旗中路238号东方时代广场4栋4楼(红旗中路往中南蔬菜批发市场方向步行150米

右侧),2018年12月3日起正式对外服务。其他县(市)区管理部业务办理不受影响。
特此公告!

株洲市住房公积金管理中心
2018年11月20日

株洲市福彩中心招聘公告

株洲市福利彩票发行中心是株洲市民政局直属的自收自支事业单位,以发行中国福利彩票、筹集社会公益金、发展社会福利事业为主要职责。近年来,株洲市福利彩票发行工作在各级政府和有关部门的关心支持下,取得了迅速的发展,截至目前已为社会募集福彩公益金10多亿元,全市从业人员达1000多人。现因事业发展需要,面向社会公开招聘县中福在线销售厅工作人员2名,具体职位、要求、工作地点、薪酬标准、工作性质等情况如下:

1、岗位职责:
负责株洲福彩县中福在线销售厅日常工作。
2、岗位要求:

(1)年龄18-30周岁,限女性,身高1.6米以上,工作地点在攸县(食宿自理,户籍最好为攸县县城常住人口)。
(2)高中以上文化,形象气质佳,有一定组织协调沟通能力。
(3)做事认真负责,执行力强,有一线销售工作经验者优先。
(4)薪酬待遇:
由基本工资+津补贴+绩效工资+五险一金四部分构成
年薪:5万-8万
报名时间:11月21日-12月9日
笔试和面试时间:待定
4、联系方式:15973313418 谭

什么?

防脱发产品三成是90后买了 医生:应先确定脱发类型再治疗

近日,某电商平台发布了“双十一”数据报告,购买防脱发产品的90后占比已经达到30%,不输中年人。“90后加入脱发大军”成为社交平台上的热门话题,也让衍生消费市场持续“吸金”,获资本追捧。记者调查发现,“脱发大军”日趋年轻化的同时,恶意夸大的宣传营销、四处兜售的天价手术,正裹挟着年轻人的焦虑搅浑整个市场。

1 “秃如其来”的90后

要不是每月购买防脱产品的信用卡账单噌噌上涨,在海淀西北旺上班的李强不会如此直观地意识到解决脱发,已成为自己生活中不小的一笔开支。“明显感觉头顶有了块斑秃,是从提了产品经理后开始的,整晚整晚地熬夜加上冲刺绩效指标,早上梳头捋头发能摸掉一把。”李强告诉记者,自己今年28岁,团队里有不少90后和自己有一样的困扰,“说去植发夸张了些,但买防脱洗发水、生发液乃至去看医生,大家都没少折腾。”

脱发问题,最近似乎成了一种“流行病”,伴随着焦虑、压力、频频刺痛着年轻人敏感的神经末梢。从“我缺的不是卷发棒,而是生发棒”的调侃到“脱发脱单不脱发”的许愿,微信、微博等社交平台上热议着各种90后脱发的段子、

话题。阿里健康去年发布的《拯救脱发趣味白皮书》显示,购买植发、护发产品的消费者中,90后人群已占据36.1%,即将赶超占比38.5%的80后,成为拥有脱发烦恼的主力军。在淘宝评出的40个“2017淘宝时代宝贝”之一——“年度拯救中年危机宝贝”头发纤维粉的42万购买者中,90后群体也占到4成。

事实上,90后这一代人的脱发问题,的确来得比以往都要早。此前,中国健康促进与教育协会公布的一份“脱发人群调查”结果显示,目前中国脱发人群约为2.5亿,其中男性脱发人数1.6亿,以20到40岁之间为主,30岁左右发展最快,比上一代人脱发年龄提前了整整20年。并且,脱发人群还在每年递增,甚至超过了糖尿病和高血压人群数量。

2 衍生消费品成“吸金”焦点

年轻人的脱发焦虑与日益提升的消费购买力,让诸多衍生消费应运而生。记者看到,各种标榜着防脱发的生姜类、无硅油类洗护产品在超市货架上大行其道,从二十多元到六七百元不等。风口之下,日化大鳄宝洁、欧莱雅、联合利华、资生堂纷纷布局防脱发、头皮养护市场,民族品牌如同仁堂、云南白药等也推出了各类防脱发产品。主打养发、生发、防脱发的北京章光101集团,更是积累起10多亿固定资产,2500多家“专业生发”连锁咨询服务机构渗透进各个城市的大街小巷。

在电商平台上,各种与“脱发”相关的产品更是五花八门,新兴消费品层出不穷。除了常见的防脱洗发水、外用生发液以及口服药物外,记者看到一款由蛋白原料做成的头发纤维粉,售价百元左右,月销量竟超过11988笔。“该款头发纤维粉的原理是将细小的纤维利用静电吸附在头发上,撑开头发间的体积,从视觉上看上去头发浓密很多。”据该店客服人员介绍,店内的补发块、生物头皮、垫发片也卖得很火,月销上千笔。

线下的消费门道也不少。主营假发的瑞贝卡发饰店,一口气在北京来福士、君太百货、翠微百货、中国红街、庄胜崇光等地开出多家连锁门店,并请出

多位大牌明星代言。这些假发售价不菲,从数千元不等上到上万元均有。主打头皮抗衰、育发养生的养发馆更是如雨后春笋般出现在北京的大街小巷,仅丝域养发馆就在各大商场开出17家门店,护发套餐动辄四五百元。

植发,则是目前年轻人面对日益发亮的头顶所能找到的终极解决方案。今年双11当天,科发源旗舰店成交额更是突破1141万元,成功成为阿里健康行业黑马植发类项目。就连风险投资也盯上了青年人日益稀疏的头顶,雍禾植发获得了中信产业基金注资,碧莲盛植发获得了华盖资本5亿投资。今年双11当天,科发源旗舰店成交额更是突破1141万元,成功成为阿里健康行业黑马植发类项目。

3 “防脱”消费需理性

与养生产品类似,市面上几乎所有主打头发养护的功能性产品,都毁誉参半,甚至评价两极分化严重。

电商平台和线下门店兜售的高价防脱洗发水,在中山大学附属第一医院皮肤科主治医生唐旭华看来,对脱发一般没什么效果,“掉发与脱发是完全不同的两个概念,每天掉50至100根头发是正常的。而脱发的种类也有很多,治疗方法各不相同,没有一个简单的止脱办法对所有人都有效。与其花大价钱购买各种护发产品,我更建议有脱发困扰的人去医院检查,先确定脱发类型再治疗。”值得注意的是,在医生看来,如洗发水、烫发剂、染发剂、头发定型剂等美发化妆品恰恰是引起脱发的常见原因。

靠兜售“祖传秘方”、“生发土方”的产品也在网络上有不少受众。记者看到,一款名为“老方子内服生何首乌粉”的产品,号称自己有三十年经验配方,月销量达到5604笔。在各种论坛、微博上,也流传着诸多如“维生素B6+胱氨酸+鱼肝油”的生发偏方。对此,中日友好医院主任医师尤立平表示,中药里的何首乌有可能导致肝损伤,过量服用鱼肝油,也会引起肝脾肿大、肾功能减退等,“很多偏方,土方不但成分不明,在实际临床表现上也并无效果。患者自行使用,容易剂量掌控不当,对身体造成进一步损害。”

植发行业的江湖也暗流涌动,礁石密布。从毛囊存活率低、到机构内部扯皮,再到毛囊移植单价一路飙升,刀针直径不断夸张宣传,一位植发咨询师对记者透露,目前整个植发市场抢客竞争严重,一些不良机构会利用患者的焦虑心态和信息不对称兜售高价药物与天价手术。记者留意到,目前市场上出现了一股“签约生发”的风潮,不少机构对消费者承诺购买产品、项目后保证能够长出头发。但仔细阅读这些机构提供了生发协议,却藏着诸多猫腻。该植发咨询师则表示:“一般正规机构是不可能承诺100%生发有效的,消费者如果遇到类似协议,需要警惕是否为虚假宣传乃至协议陷阱。”

(据北京晚报)

