



这两天，一场意外的火灾让丹凤三村小区道路拓宽工程再次成为居民热议话题。当凶猛的火势被扑灭的一刹那，小区居民纷纷竖起大拇指，称赞社区综合提升工程开展及时。  
丹凤三村吴女士说：“之前觉得小区道路拓宽很是‘折腾’，这次着火才发现作用很大。否则路窄车多，不光我家会被‘烧光光’，搞不好还要连累邻居们！”

# 江东治堵开出3剂药方

本报记者 王博  
通讯员 李浩波 金一恒

## 药方1

### 拓宽社区支路，打通老旧小区“生命通道”

丹凤社区是一个拥有近30年历史的老小区，绿化覆盖率高达40%，楼房之间的支路较为狭窄。由于小区内停车位远远无法满足实际需求，常有车辆不规范地停放在支路上，导致小区内整体车辆通行不畅，消防车、救护车通行受阻。  
为改变这一状况，从去年11月开始，丹凤社区开始了综合提升工程，拓宽社区支路，增设停车位，打通生命通道。  
工程开始之初，一些住在一楼且家里没车子的老年人很反对，认为工程的实施会减少绿化，而道路拓宽后又有车辆停放在两边，不但没有解决问题，反而会造成更多拥堵。  
事实上，在工程规划阶段，

丹凤社区就提出了这一问题，因此道路拓宽后的支路宽度基本上保持在5.5米左右。丹凤社区书记邵琴说：“我们考虑到了两边停车的问题，在施工的宽度上也是改了又改，一般一个车位宽2米，如果道路宽度超过6米，那么两边停车后，中间还能通过一辆小车，但是消防通道需要预留3.5米的宽度，因此5.5米的宽度在保障消防车通过的基础上又杜绝了两边停车的可能性。”  
随着支路一条条被拓宽，整个社区的交通面貌焕然一新。整洁宽阔的道路，畅通无阻的交通让居民赞不绝口。

## 药方2

### 花大力气疏通主次干道 治堵坚持“聚民意”

除了实施老旧小区支路拓宽工程，江东区还使出治堵第二剂药方：针对城市的主、次道路花大力气进行疏浚。  
日前，“断头路”达升路（福明路—桑田路）正式打通投用。该项目西起桑田路，东至福

明路，全长380米。这标志着2015年江东区计划打通的三条“断头路”全部完工。今年还将打通2条断头路，其中新典路（原王隘南路）（桃源街—宁南北路）建成通车，建兴西路（江东南路—王隘南路）完成前期并力争进场开工。  
在治堵过程中，江东区坚持“聚民意”，多次召开业主恳谈会，开通临时便道，确保人行道和非机动车道的连续、畅通，切实维护沿线居民和商户利益；达升路工程实行“街道、城中村、住建局”三位一体的联动机制，积极推进和谐拆迁；建兴西路周边电线管网杂乱无章，在道路施工中管线下穿，保障资源共享。

来自江东区住建局的消息显示，2016年，江东区将新开工建设曙光北路延伸段（中兴北路—凌波路）、桑田北路（曙光北路—滨江大道）、朝晖路（曙光北路—江东北路）、金家一路（宁丰路—河滨）等6条主次干道及配套道路建设；完成福明路延伸段（江南路—曙光北路）、江南和桑家安置房配套道路等3条道路的前期工作。  
同时，抓紧推进主干道整治提升，

开工建设5条干道综合整治项目。

## 药方3

### 运用“疏导”缓解交通难 今年将挖潜停车位2500个

江东区治堵的第三剂药方：注重巧妙运用“疏导”缓解交通难、提升中心城区品质。  
樱花社区、明北社区等实施了单向行驶；明北社区成立党员、军嫂引导队开展文明停车宣传引导工作；与天津大学合作，将先进的智能视频识别技术引入小区停车管理，创新小区停车管理方式。江东交警大队也在车辆密集度较高的第六医院等公共场所实施“小循环”。  
这种政府职能部门和百姓的良好互动，也给居住在江东区的老百姓带来了实实在在的便利。  
今年，江东区将在丹凤社区、紫鹃社区、安居社区、蓬莱小区、锦苑社区、福明家园社区、幸福苑社区共7个小区挖潜停车位2500个。

# 寒潮即将离去，农户田头忙碌不懈怠

本报记者 徐欣 通讯员 汪亚丽 鲍骥科



雨雪降临，所幸没有给我市平原地区农业生产带来严重影响。连日来，记者在奉化江口街道看到，为使田头作物能顺利度过寒潮天，减少损失，农户们还忙着在田头挖寒沟、加厚大棚、多层覆膜等。



棚里也就零摄氏度左右，至少不会结冰。

在新艳农艺有限公司的鲜切花基地里，记者看到，30亩百合、郁金香、剑兰长得郁郁葱葱。为了做好防冻工作，总经理卓溪萍买来了几十筒大棚塑料膜和电线灯泡，指挥工人们给大棚加盖一层塑料膜，并给大棚通土方介绍，他们从下午开始采取保暖措施，把里棚搭起来，里膜盖下去。一个里棚，相对来说，有2到4摄氏度可以增加，室外零下3到4摄氏度，

前天，在新桥下村的三禾果蔬专业合作社草莓基地里，高高的大棚随处可见。理事长张江峰正忙碌地给草莓盖着大棚内膜。“这次寒潮来势汹汹，现在我们合作社的社员，首先把里膜覆盖上，平时我们是没有盖的。这次寒潮来了，把里膜破损处修补好，再盖第三层膜，但是所有的膜盖上，单单资金就需要五六十万，资金很困难。还有就是排水沟本来是通风、排水的，这次雨下完之后，把排水沟堵上。大雪之后，我们整夜监控所有毛竹棚，以免毛竹棚被雪压塌。”张江峰说。  
在周村蔬菜种植基地，种植户们也抓紧时间把控着莴笋、芹菜等蔬菜的棚内温度。刘江蔬菜专业合作社理事长周士方介绍，他们从下午开始采取保暖措施，把里棚搭起来，里膜盖下去。一个里棚，相对来说，有2到4摄氏度可以增加，室外零下3到4摄氏度，

# 福利院来了一群送温暖的银发志愿者

本报记者 徐欣  
江北记者站 吴红波  
通讯员 崔宇峰

前几天天寒地冻，但江北慈城福利中心内却温暖如春，歌舞、戏曲，一个个精彩的节目在这里上演。看着精彩的演出，老人们乐开了花。  
70多岁的楼奶奶激动地上台来伴舞，翩翩起舞，仿佛她一下子回到了青春年代。80多岁的宋大爷忍不住也走上台前表达自己的感受。“谢谢你们，谢谢你们能来看望我们这些无儿无女的老头老太婆，这么冷的天，给我们唱歌跳舞，让我们欢笑，我们感觉倍加温暖。”残疾人老杨也激动地表达了他自己的心声：“好久没这么



银发志愿者给福利院带来了欢声笑语。

热闹了，你们这些退休干部年纪比我们小一些，对我们这些残疾人、困难户这么关心，共产党真是好啊。”  
20日开始，“银辉”志愿者联合会江北分会启动关爱困难老人志愿服务“寒潮暖流”行动，用实际行动发挥退休干部的火和热。

“银辉”志愿者分会副主席颜金芳在启动会上当场表示，自筹全部慰问经费。活动挑选了五保户、残疾人、智障人较多的慈城福利中心作为服务场地。随即，一支由机关退休干部、退休医生、退休教师组成的20余名“银辉”志愿服务队从

21日开始，一大早就走进福利中心，为该中心60多位困难老人带去寒潮天里的祝福和温暖。  
志愿者们将精心挑选的红枣、芝麻、糕点、麦片等一一送到老人手里，详细了解老人们的生活近况，陪老人们唠嗑聊家常。退休医生们帮助老人进行身体检查，根据需求发放药品，叮嘱老人要务必要注意身体健康。  
“银辉”志愿者联合会江北分会会长楼宝珊介绍，爱心奉献只有开始，没有结束。此次“寒潮暖流”为主题的关爱困难老人活动是“银辉”志愿服务的其中一站，接下来，江北“银辉”还将对低收入家庭的青少年、孤寡独居老人等困难群体进行关爱慰问。  
“莫道桑榆晚，为霞尚满天”，江北退休干部在“银辉”志愿服务的旗帜下，重新凝聚在一处，发挥着余热，传播着正能量，“银辉”，熠熠生辉。



图为江口街道农户在田间忙碌，仔细伺候棚内作物。

# 慈溪新浦镇工业涌现新引擎 “冰洗重镇”直面外贸寒冬

本报记者 项一铨  
通讯员 鲁企望 陈昊



因为人和光伏科技有限公司的装配工人正在调试太阳能接线的全自动生产线。(项一铨 摄)

冬天已经来了，春天还会远吗？不久前，“慈溪创客空间”微信群内的企业家们来到盛产冰箱、洗衣机等“白色家电”的慈溪新浦镇，在外贸业的“寒冬”中探讨新

浦出路。  
新浦镇副镇长龚国锋告诉记者，冰洗行业近年来不景气，但以光伏为特色的新能源产业、中高端小家电、电商新业态已成为

新浦工业增长的新引擎，业内企业大多实现两位数高速增长，走出逆势飘红的创新升级新亮点。

## 赶超大品牌，深耕好口碑

上世纪90年代初，敢闯敢干的慈溪人把饮水机做到了国内外知名。但随着消费者对饮水品质要求的不断提升，近年来终端净水行业崛起，大有取代饮水机之势。浪木饮水设备有限公司去年的营销成绩单也体现了这一整体趋势：饮水机销量萎缩27%，净水器销量增长33%。新老引擎换挡期间，公司总销售额增长了8%。  
“目前还比不上大牌，但我们不做‘甩手掌柜’。”浪木公司营销部部长罗勇说，不少企业把净水器卖给经销商后就不管不问，但浪木

通过多方合作，在全国设立了500多个售后服务网点，还与海尔“日日顺”商城合作，辐射偏远地区。  
在为海尔、长虹等大牌做贴牌生产的同时，浪木学到了“新玩法”。通过阿里云服务器连接净水器客户端和手机APP，用户可以检测水质、水温，并收到及时更换滤芯的提醒。“这只是第一步，今年还要努力建立国内用户数据库，把手机端、电脑端和产品端真正连起来，通过用户反馈更新产品设计。”罗勇说，期待更多智能净水器的“网络升级版”。

## 老外不知道，咱就走出去

来到人和光伏科技有限公司的生产车间，装备工人正在调试新近安装的全自动生产线。在制造业整体产能过剩的大环境下，不少工厂已经人去楼空，这里的车间却依旧热火朝天。去年，人和光伏的销售

额做到5.97亿元，同比增长近30%，其中48%的销售额来自国外。

“老外不知道人和，咱们就想办法走出去！”总经办主任陈绍刚说，前几年光伏行业“大洗牌”，不少在当初一哄而上的企业被淘汰出局，这为原本稳做配件商的人和光伏敲响了警钟。

直接把太阳能接线盒这一核心配件卖到国外，这对2011年新成立的外贸部是个巨大的挑战。看不懂英文版的专业术语，不了解对方的行业标准，找不到“圈内人”引路……在赴海外参展的过程中，外贸部的年轻人遇到重重障碍，但也激发他们借力“打入对方内部”。在业内率先申请通过德国TUV安全认证标志，在欧洲十六国注册商标，在美国申请技术专利……公司的外贸销售额从最初占比2%到如今的48%。

## 线下不好卖，转战到线上

与人和光伏相反，龙的电器的原机销售渠道从外销为主向内外

并举转变。在公司老总陆仲热看来，原汁机大同小异，所以只能在“烧钱引流”和“花钱买设计”方面多做文章。

“不怕亏，上线第一周每天砸钱2万引来点击流量，‘双十一’期间又砸了30万！”陆仲热请来专业电商运营团队，在淘宝网“直通车”上大做广告，努力提前“艾希玛原汁机”的搜索名次。去年3000多万元的原汁机销售额让他更有底气与芬兰设计团队合作打造今年的新产品。每款产品20多万元的设计费听上去贵得惊人，但陆仲热以慈溪人的精明变通打起了“如意算盘”，“稍稍修改变化细节，一款产品可以衍生出一套系列产品。”

在激烈的线上商战中，他越发体会到工业设计的重要性，“模仿他人的利润空间太小，只有独特的外观和实用性专利，才能培育爆款产品。以原汁机为例，产品最大的痛点是不易清洗，所以我们在内部结构上大做文章，力争比国外大牌更易清洗。”

东边日出西边雨。去年，龙的公司在线下销售的饮水机销量大幅下滑，原汁机却在线上热卖。敢想敢做的陆仲热决定，今年干脆不做饮水机，把大部分精力放在线上战场。