

网友最爱4条生态旅游线路出炉

学者倡建长三角“旅游共同体”

90后活力城市排名前十 长三角占5席

报告表示,从长三角发展现状来看,2017年,长三角三省一市2017年旅游总收入为3.16万亿元人民币,占全国旅游总收入的58.5%。三省一市2017年接待国内游客23.16亿人次,占全国接待国内游客人数的46.3%。旅游产业发展在全国数一数二。

长三角的自然旅游资源在全国并不靠前。在国家生态旅游示范区、国家级自然保护区、国家森林公园、国家地质公园、国家湿地公园、国家水利风景区、国家风景名胜7类国家级生态旅游目的地中,安徽、

浙江、江苏拥有的数量处于中等偏上,但依然没有进入前十,上海拥有的数量全国最少。以自然保护区数量为例,安徽112个,浙江43个,江苏40个,上海5个,三省一市占全国的5.9%。

但另一方面,这里的人文生态旅游资源却较为丰富,长三角以沪杭宁为中心的生态旅游经济带,具有江南都市风貌与历史文化底蕴,并以发达的交通、优越的服务为基础构建了较发达的旅游经济带。由于长三角地区受到吴越文化和徽州文化的较大影响,文化古村落云集,

园林建筑极具特色,刺绣丝绸技艺超群,具有诸多人文生态旅游资源,这也是长三角生态旅游资源开发的一个重要基础。

此外,长三角发展生态旅游业有较为领先的技术优势,同时有着庞大的生态旅游市场潜力。2018年,长三角城市居民出游力统计显示,上海、南京、杭州、苏州位列全国前十,其中上海第一,南京、杭州、苏州分别为第三、第五、第六,排名靠前。90后活力城市排名前十中,长三角占5位。

在城市里待久了,都想去大自然中“净化”一下。去年长三角城市居民出游力中,上海稳居第一,长三角拥有的自然生态资源在全国并不靠前,但需求却很庞大。作为2019年上海旅游节首场重大活动,昨天,2019长三角生态旅游高峰论坛在上海举行。论坛上,上海社科院副院长王振发布了这一《长三角生态旅游发展报告》。

青年报记者 刘晶晶

长三角可共建“生态旅游共同体”

在昨天的论坛现场发布的“网友喜爱的长三角生态旅游目的地(线路)”榜单显示,共有4条长三角生态旅游目的地(线路)上榜,分别是“西溪湿地-外西湖游船-山沟沟-彩虹谷”的春游踏青杭州两日亲子游线路,“海昌海洋公园-上海欢乐谷夜场-双溪漂流-苏州水上旅游-李中水上森林公园”的夏日消暑亲水之旅,“苏州盘门景区-太湖图影湿地公园-荷兰花海-东方盐湖城-九龙口度假区-鹿栏晴沙景区”的秋季金色温情风景线以及“成龙电影艺术馆-上海大世界-亚马逊萌宠乐园-超级乐园-上海野生动物园”的“冬天爱温暖”恋曲2020线路。

江南园林文化、水乡古镇文化、生态农

业文化都有比较原生态的特点,对习惯了都市生活的现代人有很大的吸引力。近年来长三角区域一体化发展加速推进,更是形成了比较成熟的“三级运作”区域合作机制,为生态旅游产业的合作以及健康发展提供了制度和机制支撑。

王振表示,生态旅游业也应紧抓长三角一体化发展机遇。他表示,未来长三角可共建“旅游共同体”,构建长三角世界旅游目的地体系。尤其是要挖掘在世界层面具有高度影响力的生态旅游自然和人文资源,打造“长三角生态旅游品牌共同体”,创新长三角区域品牌,联合推动跨界生态区旅游发展,打造全国性的生态旅游一体化发展示范区。

比如,长三角就可以围绕长江、大运

河、新安江-富春江-钱塘江等主要水系、高铁路网、自驾游风景线等脉络串联,依托江南水乡、古镇古村、名山名湖等优质资源,创新生态特色小镇、田园综合体、精品民宿群等新业态来打造优质生态旅游品牌。依托长三角强大的互联网经济产业优势和5G应用及产业链,也可以率先实现旅游信息在全球平台上的互联互通,建设长三角生态旅游信息共享平台,打造生态旅游公共服务平台。

昨天的现场,由长三角生态旅游区联盟打造的专属旅游休闲产品——畅游长三角一本通也正式发布,一卡在手,长三角居民可将畅游长三角多条精选线路,并享受更多优惠、便捷的服务。

加电梯100问、思维导图……

曹杨新村街道为社区治理献“大礼包”



曹杨新村街道为社区治理搭建平台。

青年报记者 周胜洁 摄

青年报记者 周胜洁

本报讯 一年前,曹杨社会组织服务中心正式对外开放,曹杨新村街道加装电梯指导办公室正式成立,为社会组织参与社区治理搭建了平台。

一年后,曹杨举行了社会组织治理论坛暨献礼祖国70华诞主题活动,发布加梯100问指导手册、社区工作百事能思维导图、社会组织自治力提升计划……街道从五个维度、五个品牌等方面打包了工作“大礼包”,助力辖区内69家社会组织为社区治理出力。

“我们楼里能装电梯吗?”“我们楼上很想装,但一楼、二楼担心采光、噪音、通风啊,总是不肯怎么办?”“要装电梯的话,应该选哪款电梯合适?”

曹杨新村街道加装电梯指导办公室成立以来,来自史信彪社区治理工作室的王萍负责加梯咨询,这些问题常常从前来的咨询人口中问出。

截至2019年9月,曹杨已有6台电梯完成施工并正式投入使用。如仅有四幢楼的美源公寓历时两年完成三幢楼的加梯工作,有70多栋楼的桂巷新村,其中一栋39号楼完成了加装电梯。

梅岭北路400弄23号、25号则是曹杨

新村第一个完成加装电梯的项目。从最初居民区提议到竣工,前后仅历时11个月,创下了本市加装电梯速度最快的记录。

最近,王萍对6月至8月的咨询量做了统计,街道20个居委会中有13个居委会前来咨询,此外还有外区6个街道前来咨询,一共接待45批次。

随着《既有多层住宅加装电梯100问指导手册》的发布,王萍觉得,加梯咨询工作可以更系统了。

手册分“基本知识”“意见征询”“方案设计”“申报审批”“施工竣工”及“维护保养”六个方面。王萍指着手册中一些问题如第3问“什么样的房屋可以申请加装电梯?”第4问“哪些情况导致老旧小区无法加装?”第23问“楼组业主加装电梯意见征询中,容易引发意见分歧的内容有哪些?”表示都是前来咨询的居民问得最多的,“我觉得这本手册是站在居民角度进行问题设计的,将政策和实践经验转化为答案,能帮助居民迈出加梯过程的每一步。”

除了发布指导手册外,社区工作百事能思维导图的发布也成为一样“神秘武器”。居民区党务工作、社区党群工作、社区平安工作等8个社区条线工作,街道用8张思维导图图呈现,帮助社工们更快熟悉自身岗位的工作内容。

花滑运动员羽生结弦出任西铁城中国内地及港澳地区代言人

一个是不断开拓疆界的知名腕表品牌,一位是不断打破纪录的“冰上奇迹”。2019年8月,西铁城(中国)钟表有限公司宣布:著名花样滑冰运动员羽生结弦正式成为西铁城中国内地及港澳地区代言人。西铁城(中国)钟表有限公司董事长兼总经理住川龙夫亲临现场与羽生结弦签约。

自1982年至今,西铁城连续37年赞助国际滑冰联盟(International Skating Union, ISU),始终秉承“技术与美的融合”的理念,致力于为全世界的人们带来兼具创新与精美的腕表产品。住川龙夫认为:“羽生结弦在比赛中展现的高超技艺和突破精神为大家带来真正的美和感动,这是西铁城品牌理念的绝佳表现。”

羽生结弦也表示:“西铁城是一个值得尊敬的百年腕表品牌,很荣幸成为西铁城中国内地及港澳地区代言人。”羽生结弦蝉联两届冬奥会花滑男子单人滑冠军,在中国拥有广泛影响力和庞大粉丝,被誉为“冰上贵公子”。

随着2022冬奥会临近,中国花滑运动发展愈佳。西铁城一直重视与中国社会



共同发展。在西铁城看来,体育比赛汇聚了众多优秀运动员,无论是赞助赛事还是选择运动员成为品牌代言人,都体现了西铁城的突破与创新精神。

“无论是谁,无论取得怎样的成绩,都始终相信未来依然有让世界变得更好的可能,而此刻就是开始。”这是西铁城一直坚持的Better Starts Now的品牌理念。西铁城与羽生结弦携手,将为大家带来更多“技术与美”的感观盛宴。

东方红资产管理王延飞:多维度精选投资标的

“站在当前时点,很多上市公司是非常具有投资价值的。我们不做仓位的判断,而是从行业、管理层、估值、盈利能力等多个维度精选优秀的标的。”东方红资产管理的基金经理王延飞认为,贯彻价值投资的方法,中长期战胜市场是大概率的事件。

与长安马自达一起,发掘《声入人心》第二季的宝藏!

近期播出的《声入人心》第二节目里,热播剧《小欢喜》中方一凡的扮演者周奇惊喜亮相。网友直呼:“他才是《声入人心》里的boy!”而节目指定座驾——长安马自达“创驰蓝天”产品阵营也可谓是不折不扣的“宝藏座驾”。

中欧基金顾伟:为什么资产配置对提升盈利体验如此重要?

进入2019年,中国居民的家庭资产配置进入新的时代。中欧基金副总经理、固收投资业务负责人顾伟分析,资产配置是做一个多类资产的组合,这个组合的目标并非实现收益率最大化,而是要争取性价比最高,提高

风险收益比。以中欧养老2035为例,这个产品基于用户年龄——退休日期,根据下滑曲线进行大类资产配置调整。目前,去年10月成立的中欧养老2035基金已经取得了收益,而且对比比较低的波动率。 广告 投资有风险