

管窥上海(130)

记忆苏州河

管天瑞 文/摄



苏州河并不在苏州,而是在上海。

大城市似乎都有着一名震中外的河流,伦敦有泰晤士河,而巴黎有塞纳河。那么代表上海的应当是哪一条河流呢?大家都知道上海有着一名黄浦江,苏州河与之相比,知名度要差上很多。有人说黄浦江是上海的母亲河,但实际上苏州河作为上海重要的城市内河被很多人认为是上海真正的母亲河。

上海的母亲河究竟是黄浦江,还是苏州河?从专家学者到寻常百姓,“上海母亲河”这一称号的归属问题都存在着争论,没有一个公认的说法,可谓各执一词,众说纷纭。换一种说法,这两条水

道对于上海这个城市,都有着深刻的文化影响,城市的发展与演变也受城市河流的影响,孰轻孰重暂且不论,有关上海故事,总逃不脱苏州河和黄浦江的缠绵。

苏州河本名吴淞江,等到开埠之后,西方人以其能乘船溯流而上直达苏州,就顺口称其为“苏州河”。由此开始,将上海市区境内的吴淞江,唤为“苏州河”的说法逐渐流行,并相沿使用至今。苏州河是黄浦江的主要支流,在外白渡桥附近汇入黄浦江。在这二十几公里的长河上,横跨着31各具特色的桥梁,不同的桥梁记载着不同的历史与故事,俨然一座天然的桥梁博物馆,先前提到过的外白渡桥,正是苏州河上名气最响,出镜率最高的桥。

苏州河水由西向东流入黄浦江,但上海的都市化却是从东头的河口开始。不同的地域,构成了两岸不同的风貌特色,以外白渡桥为起点,徒步逆流而上,能看到两岸众多具有代表性的历史建筑所构成的一道怀旧风景线。仔细品味其中建筑,与“外滩”相连的东段,西化程度最为尤甚,原

英国领事馆与上海邮政总局这类风格的建筑皆分布在此处;中段则是粮食、蔬果、建材等物资的重要集散地,我们所熟知的西行仓库就是位于这个位置;至于西段则是上海工业区的核心地段,工厂种类繁多。

工业的兴起与来往船只污染的排放,曾导致河水被严重污染,散发出的难闻气味的河流一度影响了人们的生活,河中甚至鱼虾绝迹,成了一条丑陋的“黑河”。在经过一系列整治工程后,苏州河终于复苏,灰暗憔悴的面容变为了生机勃勃的景象,绿树成荫的两岸成为了上海人茶余饭后,散步地的好去处。

苏州河没有黄浦江那样的大气繁华,它只是静静流淌了数百年,养育了一代又一代上海人。望着苏州河那质朴宁静的湖面,依旧能感受到它隐藏在湖面下的力量,这是一条沉淀了上海这个城市的繁华、往事、传说的河。



南湖区启动小家电行业专项整治

日前,南湖区市场监督管理局启动了南湖区室内加热器、灯具、换气扇小家电行业专项整治。由区局领导亲自带队,组织区局质量科、稽查大队、企业监管科、余新所及其他所(分局)的办案人员,在公安人员的配合下,分成三个组,对位于余新镇的三家室内加热器、灯具、换气扇小家电生产企业进行了专项的执法检查并抽取8个产品的样品。

为了不断加强南湖区室内加热器、灯具、换气扇小家电行业质量安全监督工作,防范区域性质量问题发生,切实维护市场和消费者利益,推动企业落实质量主体责任,强化小家电质量监管措施,防范区域性质量风险,严厉打击小家电行业中存在的各类违法行为,促进小家电行业产品质量提升,南湖区开展为期三个月的室内加热器、灯具、

换气扇小家电行业专项整治工作。整治重点是产品质量是否符合国家强制性标准要求,有无存在危及人身、财产安全的不合理的危险,有无3C强制认证书和伪造或者冒用认证标志等质量标志出厂销售违法行为以及各类商标侵权、虚假广告、不正当竞争、商业贿赂等市场秩序违法行为。

章鸣泽 沈惠龙 潘争鸣/文

阿奴平湖宁67

陶弘岱: 构筑品牌能量 助力品牌强国



“‘品牌战略’是我国政府一直在探索向集约型发展模式转变的经济转型战略。浙江省早在2015年就定位为‘品牌服务年’,作为中国改革开放的前沿、经济重镇,浙江省粗放型经济随着时间的推移已无法应对全球贸易一体化的趋势。浙江作为品牌大省,在数量上有绝对多的民企品牌,但有影响力的强势品牌较少,这与浙江的经济地位不匹配,也是浙江民企转型升级的问题所在,要想

经济有新的突破发展,企业必须向品牌建设方面转型升级。”近日,我们走访到了“阿奴平湖宁”、浙江省中小企业协会副会长、浙江理工大学MBA导师、杭州北斗文化创意有限公司董事长、品牌基因论创始人——新康老乡陶弘岱先生。

“我是平湖新康人,高中就读于新仓中学,1989年考入浙江丝绸工学院(浙江理工大学)服装设计专业,大学毕业在嘉兴丝绸公司工作了近两年。1995年又回到杭州工作,正式定居。”陶弘岱说。据悉,他致力于品牌策划已有17年,为广大中小企业提供品牌战略、品牌文化创建、品牌形象设计、品牌文化传播、品牌运营管理全套策划,目前已成功打造超过700个品牌案例,为企业创造的价值超过百亿。“我们北斗文创拥有强大的品牌管理团队和专业设计师队伍,运用10年独创的《品牌基因论》,为品牌创建、重构DNA,从而为企业打造长寿品牌,为品牌提供最有商业价值的全案策划服务,同时也为全国各类商业地产提供商业策划和空间规划设计以及招商、运营管理等执行落地服务。”他介绍道。

在新世纪初,就能够敏锐的发现“品牌的能量”并投入创建之中,陶弘岱可谓是有先见之明。提起走上这条路的渊源,他也是感慨颇深。“2000年的时候,我还在从事装修行业,但是很多大学同学都是做服装行业,那时候我就帮同学们做了很多品牌打造的工作。2002年,有一家名为‘永远

的女人’的台湾服装品牌在杭州老友谊饭店那里开了一家店,我帮他们设计了令人眼前一亮的全新形象,得到了很多市民的喜爱和媒体报道。此后,就有很多服装公司找上了我。也是从那会开始,我下定决心,往‘品牌创建’这条路发展。”

“很多人会问我,搞品牌策划的核心是什么?我觉得我的工作就好比园丁,帮助企业播种一颗‘初创企业’的种子,收获一颗参天大树。这么说好好像听起来有点虚,换种说法可以直白的理解为,很多品牌经过我们的策划打造,产值和销售额能够实现百万级到亿万级的突破。”陶弘岱笑道。他花了整整十年的时间,提出并完善了《品牌基因论》。他认为,每个企业都有自己独一无二的优势,他的任务就是帮助企业找到优势、扬长避短。

“2016年,我们和浙江理工大学合作成立了品牌文化战略发展中心,以此来完善我们品牌创建的一整套体系。”陶弘岱说的。品牌创建,从小处着眼可以给企业发展壮大的机会,从大处来看也可以助力地方经济转型升级,进而推动品牌强国。“未来,我会把目光转回老家平湖,从品牌策划的角度,帮助家乡做培育、辅导,助力企业转型升级。”

章鸣泽/文



阿奴平湖宁公众号二维码