5天接待旅游团队20多个、10万余人次游客直接参与,人数之多、参与面之广创崇明历年同类型节庆活动之最

以“车”会友 相聚“狂欢季”

——“绿色崇明·零度嘉年华”2012中国上海·崇明岛自行车嘉年华活动回眸

□ 记者 吴雄

5月13日,2012年崇明岛自行车嘉年华活动伴随自行车赛的成功举办圆满落下帷幕。本届自行车嘉年华活动更加注重与赛事结合,更加注重体旅结合,更加注重群众的参与互动,成为大众的欢乐节日。

▲ 嘉年华活动中,群众对小轮车表演十分感兴趣

嘉年华其乐无穷

十年自行车赛,崇明已拥有属于自己的世界级赛事品牌。依托赛事,延伸赛事魅力,自行车嘉年华活动应运而生,逐渐成为崇明体育旅游发展的知名品牌。为扩大活动影响力,今年自行车嘉年华活动在借鉴去年成功经验的基础上,更加突出游客的参与性与体验性。

在本届自行车嘉年华活动中,特色鲜明的五大展区分别突出“欢快、运动、美食、购物、游乐”五大主题,广受游客青睐。相比去年,今年自行车嘉年华活动无论是活动规模,还是内容,均有显著提高。美食区展位从去年的10个增加到今年的42个,种类从去年的台湾美食扩充至全国各地美食;娱乐区展位数翻一番;新增全国各地土特产展位20个。在活动时间上,本届嘉年华活动不仅在白天举办,在晚上还增开了“夜市”,从每天上午9点一直持续至夜晚10点。

不少游客坦言,来了一次“嘉年华”玩不够,又来了第二次、第三次,看比赛、品味崇明本土文化,尝各类小吃美食,体验“骑游”,其乐无穷。

据测算,在持续5天的自行车嘉年华活动期间,超过10万人次的本地居民和外地游客直接参与,人数之多、参与面之广创崇明历年同类型节庆活动之最。

体旅结合打品牌

绿色健康、低碳环保的自行车运动与崇明生态岛的定位相得益彰,自行车嘉年华自然难以割舍自行车情结。借助自行车国际品牌赛事,本次自行车嘉年华活动着眼于“体旅结合”,挖掘并激活崇明体育旅游,整合运动、健康等元素,推动体育旅游事业相互促进。

在举办时间上,与自行车赛一致,观众既可观赛,也可来“嘉年华”体验欢乐;在空间上,自行车嘉年华活动现场位于崇明新城公园景观湖北广场,与自行车赛新城公园崇明大道起终点“亲密接触”,无缝对接。在项目设置上,充分与游客互动,自行车嘉年华活动特设“猜猜今天谁是冠军”,获奖者可得崭新自行车一辆,促进绿色出行理念传播;“慢骑比赛”让游客过一把“比赛瘾”,间接参与车赛。

本次嘉年华活动继续开通市区至崇明旅游直通车、体验嘉年华活动旅游专线。活动期间,每天上午7点从市旅游集散中心发车,直达嘉年华活动现场,游客逛完“嘉年华”后,还可到其他景点游玩。同时,与崇明经营地接业务的旅行社合作,吸引更多游客参与嘉年华活动。据统计,本届自行车嘉年华活动现场共接待旅游团队20多个,上千名岛外游客参观游览了嘉年华活动。

本土文化唱主角

灶花、扁担戏等颇具本土文化特色的节目在本次嘉年华活动中纷纷登场,吸引不少游客驻足观看。木花贴画、版画等民间艺人和学校特色教育展示也令人啧啧称赞。

“嘉年华”“玩”什么?说到底就是体验和品味当地文化。这些风味浓郁的“本帮菜”正是令人“垂涎欲滴”的理由。主办方介绍,虽然今年的嘉年华活动不乏本土文化展示,但仍有巨大潜力可挖,明年有望进一步在与游客互动上做文章,让“崇明印象”在“绿色”、“生态”之外更添人文气息,增加本地老百姓的认同感,吸引岛外游客的更广泛参与。

与此同时,明年嘉年华活动的项目也将再上新台阶,继续强化体旅结合,并邀请知名品牌前来展出,提高项目档次,多渠道、多途径地向市场推介,满足不同人群对嘉年华活动的需求。

精彩纷呈的自行车嘉年华活动,给游客带来了无限的欢乐,热情的游客也已开始遐想、期盼明年的自行车嘉年华活动。

话题

眼下,不少孩子在双休日被送到培训机构进行“充电”。为了让自己的孩子不输在起跑线上,家长们可谓煞费苦心。送孩子参加课外辅导,这种做法是否值得推广?怎样理解这种社会现象?本报近期将推出话题版,邀读者对这一话题进行讨论,敬请关注。

提升老人幸福指数

本县2012年老年教育艺术节举行

□ 记者 沈俊 通讯员 龚士娟

本报讯 日前,“2012年老年教育艺术节”在县青少年活动中心举行。本次艺术节的主题是“学而快乐、学而长寿”,老年学员围绕主题进行文艺汇演,用舞蹈、沪剧等艺术形式展现学习成果,表达对健康、快乐生活的追求和向往。

近年来,本县老年教育工作取得了长足进步,形成“多层次、广覆盖、就近方便、灵活多样”的老年教育特色。老年人参加学习的人数比例逐年提高,目前已经达到8.7万人,占全县老年人总数的43.7%。老年人学习团队遍布18个乡镇的村(居)委,规模较大的团队有200多个,其中29个老年人口学习团队被确定为上海市首批扶植团队。

全县老年教育的迅速发展滋润了老年人的心灵、提升了老年人的生活质量和幸福指数,促进了社会的和谐发展。

巩固世博经验 完善服务体系

《志愿者培训》一书问世

□ 记者 沈俊 通讯员 马士娟

本报讯 日前,由县文明办、县志愿者协会和县社区学院共同编写的《志愿者培训》一书问世,这是一本以志愿服务知识为主要内容的教材。

该书通过“志愿者工作基本知识”、“志愿者的使命与服务规范”、“志愿者风采”等五个章节,介绍了志愿者的基本知识和基本技能,内容通俗易懂,案例生动鲜活,是各级志愿者组织开展工作的必备教材,是广大志愿者的良师益友。

据介绍,2011年以来,本县志愿者工作在巩固世博经验,完善服务体系中得到蓬勃发展,全县8.77万名注册志愿者为崇明现代化生态岛建设发挥了积极作用。从今年起,本县启动8万名志愿者培训工作,在全社会进一步弘扬志愿精神,传播志愿理念,提高服务技能,展示良好形象,推动本县志愿服务事业再上新台阶。

谣言激起千层浪 嫌犯落网风波息

崇明警方查处一起扰乱公共秩序案件

□ 通讯员 施一青

本报讯 近日,县公安局迅速查处一起散布谣言故意扰乱公共秩序案件,违法嫌疑人谢某被处以行政拘留5天的处罚,同时将其在诚信网曝光。

5月15日,39岁的来沪打工人员谢某在一知名网络论坛上发帖称,崇明长兴地区一名3岁女童被割两肾后抛尸。此谣言顿时激起千层浪,许多长兴地区的家长为此担惊受怕,有市民还通过电话向公安机关求证真相。崇明警方迅速对这一网上传闻进行调查,经查实,贴子内容纯属造谣。随后,县公安局长兴派出所会同长兴分区指挥部治安队将涉嫌造谣的谢某抓获。谢某对其违法行为供认不讳,并称只是道听途说。

警方在此提醒,利用互联网编造、传播谣言的行为系扰乱社会秩序、危害社会诚信,公安机关对此将依法查处。希望广大网民自觉遵守法律法规,共同维护健康的网络环境和良好的社会秩序。

科学管养:林木资源“省”着用

□ 记者 杨企鹏

本报讯 今年以来,本县在推进林业建设中,通过对12万亩公益林实施“定杆间挖”,在适度解决林木间距太密问题的同时,对挖出的林木进行合理利用,发展新林地建设。

近日,记者随县林业站技术人员巡查今年新种公益林成活情况时了解到,本县今年新增公益林面积近9万亩,所种林木全部来自六七年前种植的公益林地。

县林业站园林工程师告诉记者,为进一步加强林地森林资源管理,提升其生态功能,今年对全县12万亩公益林实施生态抚育性间挖和定杆。所谓“定杆间挖”,就是根据公益林树木生长特点,一方面对树木进行定杆后,把密度较高处的树木移栽到新的林地,另一方面,对歪扭不正的树冠进行合理修剪。

对公益林进行“定杆间挖”,既能使其得到科学管养,还能使林木资源得到有效利用。据了解,如果一亩林地所种的苗木全部采购,种植成本至少在三四万元,而利用公益林间挖出来的树木造林,所需费用不到7000元。

农民抱成团 合力闯市场

上海崇明芦笋种植专业合作联社积极探索增收之路

□ 记者 咸明

本报讯 上海崇明芦笋种植专业合作联社,是全市首家合作联社,成立于2010年9月6日。联社成立以来,在各级政府和有关部门的关心支持下,积极抱团闯市场,探索农业增效、农民增收的新路子。

抱团闯市场、打品牌,确保菜农增收 上海崇明芦笋种植专业合作联社销售渠道已从上海拓展至全国,目前成功打开20多个省市的市场,并培育了一批有信誉的直批客户。

联社芦笋销售由于实行统一品牌、标准、调配、价格、销售、结算,减少了“中间环节”,成本从历年每斤0.35元降至0.25元,两年盈利110多万元,并按照《农民专业合作社法》的规定,盈利的60%按社员芦笋销售额的比例进行返还。

联社的芦笋销售不仅在上海曹安路市场有话语权,且有定价权,这对稳定芦笋销售价格、增加菜农收入发挥了重要作用。

坚持质量标准,确保芦笋安全优质 芦笋质量是社员、合作社、联社的生命线、生财线。联社按照绿色食品的生产标准,建立和健全安全监管制度,按照承诺制、检测制、追溯制、负责制等严格执行,在自检,市场,镇、县、市抽检和农业部飞检中全部合格。

培育团队精神,确保联社成员单位积极性 联社目前有多家成员单位,芦笋种植户超过300户,为充分发挥“抱团”优势,联社在实践中成功创造了坚持“八个统”、强化“六个分”的运作机制并不断完善,积极培育团队精神。其中,重点锻炼营销、收购、财务、管理等队伍,实践证明,已能经受住千变万化的市场竞争考验。

目前,联社的组织化、市场化水平已明显提高,但随着形势发展,社员意识到,必须再联合、再抱团、再发展,才能真正闯出市场,助农民增收致富。