

文/图 羊城晚报记者 秦小辉 通讯员 秋平

2月23日,东莞市塘厦镇林村社区又一次吸引了外界的目光。望牛墩镇党政代表团实地参观考察了林村社区的农村人居环境建设工作。参观考察后,望牛墩镇委书记吴润玲深有感触地说“触动很大,启发很大”,称林村社区在塘厦乃至东莞,都是新农村建设的标兵。

据了解,2020年,林村社区投资超3亿元,扎实推进农村人居环境整治,以道路升级、交通出行、河道整治、村容村貌提升、景观绿化为重点,全面提升林村人居环境。村美、地绿、路畅……通过农村人居环境整治,林村社区正悄然发生着可喜变化,一幅生态宜居的乡村画卷徐徐展开,已然成为塘厦农村人居环境整治的“鲜活样板”。

### 塘厦镇林村社区:

# 投资3亿整治人居环境 绘就生态宜居乡村画卷

#### 村史馆展示变迁和文明建设成果

早在2019年11月,羊城晚报记者在实地走访林村社区时得知,该社区正在规划建设林村村史馆。2020年12月,林村村史馆正式开馆迎客。如今,作为塘厦镇首个村史馆,林村村史馆已经成为林村向外展示林村人走过的峥嵘岁月的一个窗口,向村民进行传统文化和爱国主义教育的重要平台。

据了解,林村村史馆由历史人文、农耕时代、乡村振兴、文化复兴、成果荣誉等六个篇章组成,以党建引领乡村振兴、提升美丽乡村建设为目标,全面系统地展示林村在党的带领下不平凡的发展之路。在村史馆里,露天电影实景再现,各种木制、竹制、铁制、石制手工用品及上海凤凰牌28型自

行车,还有各种粮票、布票和纸币,这些只能在年代剧中看到的道具全都可以在村史馆中见到。

据林村社区相关负责人介绍,近年来,塘厦镇高度重视村史馆在乡村振兴中的作用,充分发掘、保护和利用乡村文化资源,在推进城镇化和新农村建设中,让村史馆能够承载起美丽塘厦的“乡愁”。林村村史馆就是通过翔实的历史典籍、文字资料、统计数据和代表性图片、实景再现,全面系统地展示了一代代林村人走过的峥嵘岁月和林村四个文明建设的丰硕成果,激发村民认识林村、了解林村、热爱林村,建设林村的巨大热情,群策群力开创更加美好的明天。

#### 投资3亿元全面提升人居环境

林村村史馆建设只是推进农村人居环境整治的一部分。据了解,2020年,林村社区投资超3亿元,以道路升级、交通出行、河道整治、村容村貌提升、景观绿化为重点,全面提升林村人居环境。在西荣路林村社区警务大楼考察点,望牛墩镇党政代表团听取了塘厦镇委副书记、镇长叶惠明的介绍。

叶惠明表示,在塘厦镇农村人居环境整治“百日攻坚战”中,林村社区按照镇委、镇政府要求,高位谋划部署,凝聚共识,通过挨家挨户宣传发动、“走出去”学习先进经验等方式,动员社区各居民小组长积极转变工作思路,实现了从“要我干”到“我要干”的思想转变,林村居民也从刚开始的抵

触排斥,到后来理解支持参与,林村社区人居环境焕然一新。

眼下正值新春,林村社区广场上的七彩花坛里的各式观赏性植物已经悄然绽放。在宝山水上塘河路段“一河两岸”景观带和林村农业公园考察点,水清岸美、红花绿树相得益彰的风景,得到了望牛墩镇考察团的一致肯定。

参观考察后,望牛墩镇委书记吴润玲表示,参观考察林村社区人居环境建设,触动很大,启发很大。从整治前后的对比照片来看,林村这半年变化非常大,取得了可喜的成绩,“林村社区花费大量人力、物力、财力整治人居环境,是值得的”。

## 拆除施工围挡 让人眼前一亮

### 南城完成8.01万平方米面积改造,广发片区品质提升工程全面建成

文/图 羊城晚报记者 文聪 通讯员 李群

“广发片区建成以后,出门散步再也不用跑那么远了。”23日,家住东莞市南城街道华凯豪庭的张先生笑着说,去年11月听说这一片区要升级改造,自己一直留意工程进度,没想到短短一个月就完成了。“原以为只是把绿化带内部清理干净,没想到变成了这么漂亮的广场,还增添了小朋友的游乐设施,非常惊喜!”

伴随着南城广发片区施工围挡设施的拆除,原本闲置地不见踪迹,取而代之的是充满活力、生态自然的广场。错落有致的树木、绿树成荫的人行道,以及简约雅致的乐园,正以靓丽多姿的容貌展现在人们的眼前。

从广发金融大厦楼下望去,可看到建成以后的广场与附近的高楼大厦相互呼应,为这一带增色不少。广场上种植了狗尾草,与周边环境搭配相得益彰,一派绿色、自然、简约的气息。

走进广场内部,儿童活动区让人眼前一亮。蓝色的地面与天空交相辉映,跷跷板、秋千、滑梯都是各种动物造型,与整个环境融为一体,充满童趣。

广发片区位于中心城区“一心两轴三片区”的核心区域,具备城市公共性与连接性的双重特点,是推动东莞中心城区品质提升,实现“绽放东莞活力的中心城区”目标的核心区。据介绍,该片区2019年11月底动工建设,2020年12月底完工。所在片区有7个权属单位,包括4个住宅小区、3栋商业建筑,项目改造内容包含广发金融大厦、盈峰大厦、嘉信大厦、世博领寓、凯明轩、华凯豪庭周边的车行道、人行道、铺装绿化提升改造等,改造面积8.01万平方米,其中道路面积约2万平方米,园林园建面积约6万平方米。

二是社区生活轴,在这个轴线上首先满足全龄化的功能需求。为不同年龄段市民设计活动区域,建设成为服务周边居民的城市公共空间,形成具有健康关怀和社交关怀的公共场所。其次打开绿地视线,激活街面商业。将生活轴绿地重新梳理,清除绿化带中生长不好的乔木和灌木,激活中街两侧的商业,让商业和公共活动形成良好互动。



村史馆正式开馆迎客,展示林村变迁和文明建设成果



街区成为绿色的漫步空间

## 寮步春暖花开,市民携眷出游

文/图 羊城晚报记者 余宝珠 通讯员 蔡益

连日来,天气持续晴好,东莞市寮步镇佛灵湖郊野公园的鲜花争相开放,成为春天里一道靓丽的风景线。人们纷纷走出家门迎春接福、赏花踏青,在明媚的春光中感受融融暖意。在

佛灵湖郊野公园,不少游客慕名而来,一边感受着大自然的气息,欣赏着佛灵湖独有的美景;一边同家人、朋友们结伴游玩、合影留念,共同享受春日阳光与美景。

近年来,寮步镇围绕产城融合生态宜居的定位,持续优化城市发展空间布局,打造城市景观带,夯实城市配套功能。在记者的镜头下,游人脸上洋溢着幸福与喜悦。



佛灵湖郊野公园鲜花绽放,吸引游客前来“打卡”

## 商标品牌战略 助迈可达 防霉产品稳中有进

商标作为知识产权的一部分,其在品牌经营活动中的地位愈发突出。在竞争日益激烈的今天,“李鬼”频出,山寨不断的商标侵权事件屡见不鲜,除了依靠法律外,企业更应重视知识产权的开发与保护。迈可达有限公司(亦为Micro-Pak Limited,下称“迈可达”)为维护企业信誉,实施了一系列商标品牌战略,夯实了企业打造品牌的基础。

迈可达成立于1998年,总部设在中国香港,在美国、欧洲及中国内地均设有办事处。经过三十多年的努力,现已建立了拥有三十多个授权经销商的国际分销网络,产品热销全球,成为消费品行业中首屈一指的抗微生物包装材料供应商。其核心产品Micro-Pak、迈可达防霉片、防霉纸、防霉剂、MPX2胶袋和DRI CLAY干燥剂,以用法简便、成本低廉、有效抑菌等优势获得全球各大品牌、零售商和批发商广泛采用。每年迈可达防霉片、防霉纸、防霉剂就有超10亿件商品被使用。

随着迈可达业务的不断扩张,市面上也出现了不少外貌、功能相似,但质量不合格的假冒品牌。对此,迈可达创始人兼执行董事马丁·柏文深知在市场竞争中,企业树立品牌形象的重要性,他表示:“为防止消费者受骗上当,维护消费者利益和迈可达合法权益,迈可达早已对商标进行了全球布局,不仅基于自身现有核心产品及服务在多个国家和地区进行了商标注册,还对自身产品及技术储备申请注册了防御性商标,并在商品及服务类别上尽可能进行全类别商标注册。目前,迈可达申请注册了‘迈可达’‘邁可達’‘MICRO-PAK’‘Micro-Pak’‘MPX2’及‘DRI CLAY’等多个商标,同时,迈可达产品中均加入了先进的显性和隐性防伪特征,并备有防伪验证卡。希望广大消费者通过迈可达官网或授权经销商购买迈可达产品,切实保障自身利益。”

据了解,迈可达在强化自身品牌的同时,也在积极响应环保政策的号召,并获得了多项绿色环保相关认证,马丁·柏文表示:“迈可达所有产品均荣获‘摇篮到摇篮’(Cradle to Cradle)认证制的银级级别,严格接受国际多项监管体系的联合监管,全力保障产品的有效性和环保性。目前,迈可达产品已经在美国环境保护局(EPA)及美国50个州成功注册,并已完成欧盟REACH(化学品注册、评估、许可和限制)法规的预注册。根据欧盟生物杀灭剂法规(BPR)的注册也在进行中。”

在科技高度发达、信息快速传播的今天,商标不仅能在行业和消费者心中形成独特的产品符号,更是守护品牌的重要武器。迈可达的商标品牌战略之值得更多企业学习。(陶丽琴 杨广)

### B 4S店上演开年大促销

笔者走访发现,为了促进2月份的汽车销量,多家汽车4S店推出优惠政策。比如“新春购车惠”“为车主送福利”等。

南城上汽大众的阿辉告诉笔者,对车商来说,每年春节前后“小高峰”非常重要,它关系着一整年的销售士气。因此,各大车商都会大力度宣传造势,出台多项优惠政策,充分让利消费者,为新一年的经营打下良好基础。因此,为了吸引消费者到店,各家车企可以说是使出了浑身解数。

寮步冠丰北京现代推出开年首场大促,送全车保险和终身免费保养,同时还为新老客户备有春节大礼包;东莞永福特4S店也推出“1元下订享600元购车红包”,消费者还可以参与抽奖赢取价值高达6666元的大奖,另外该店还推出最高8000元的置换补贴政策;东莞美东2月20日至21日开门红福利不断,购车客户可参与现场抽福袋购车大礼,100%中奖,前三名购车客户即送雷克萨斯原厂木质蓝牙音响一个,此外,订购指定车型UX全系即送雷克萨斯原厂定制拉杆箱一个。

东风本田的市场经理告诉笔者,他们店还充分挖掘老客户增购、老客户推荐新客户潜力,无论购车与否,只要进店就送春节礼物,已经成功吸引了多名消费者进店。

### C 增设售后服务优惠套餐

春节期间,想必大多数人躲不过密集地走亲访友,而汽车作为出行工具经过热闹的节日超负荷运转之后,急需进行全面保养,该修就修,该换就换。

在走访中,不少车行负责人告诉笔者,车子的年后保养在近期最为适当,因为春节前几天做保养,恐怕得排队。正因如此,针对汽车年后保养,不少车行推出了售后新年关怀活动,消费者不仅可以为爱车做专业保养,还可以享受车行推出的“售后春节关怀”等优惠活动。

笔者在多家4S店售后前台看到这样的宣传:“本月无论新老客户,全车检查免费;更换2条轮胎,可获赠动平衡,更换4条轮胎即送四轮定位;另有巨惠套餐,如更换刹车片、蓄电池、轮胎、火花塞+防冻液等,还送服务代金券。”

上汽大众南城店春节后就推出各种免费检测项目以及优惠套餐。节后前来做汽车保养的宋小姐开的是大众波罗,“去年我也是买了一个1950元的套餐,共4次保养,算上每次也就400多元,还是比较划算的。”笔者了解到,宋小姐所购买的套餐保养包含机油、机滤、放油螺丝、密封垫及工时费,该保养服务包含了30多项专业检测,吸引不少车主购买。此外,笔者还了解到,针对不同车型,许多门店推出的套餐价格不一样,但相比单次保养,套餐的价格还是划算不少,因此多数车主都会选择保养套餐。售后经理提到,由于眼下是节后维修保养高峰期,最好提前电话预约。不过,春节一过,清明节和五一又将接踵而至,届时又是一轮保养和维修高峰。所以,如果选择错峰保养,又是相对合适的时间,这个时间段进店维修保养的车辆相对较少。

文/图 陶丽蓉

1月国内汽车产销双双同比大幅增长,延续总体良好发展势头。大年初七是春节假期后的首个工作日,笔者走访东莞两大汽车城发现,不少门市已经开足马力,员工们纷纷回到岗位上,抓紧联系客户,争取实现新春销售“开门红”。

# 车行开工忙订单 喜迎新春“开门红”

## 汽车销售和售后服务迎“小高峰”,商家相继出台促销政策争“彩头”

### A 新春汽车消费市场升温

与往年不同的是,今年因疫情防控原因,各地纷纷呼吁人们“就地过年”,不同的市场环境决定了今年春节消费市场也与以往不同。

对于就地过年的消费者而言,春节假期是挑选车辆的最好时间。有些4S店提前捕捉到消费市场新变化,针对新的市场需求提供更多服务。笔者了解到,春节期间,一汽丰田、一汽大众、北京现代等多家品牌的汽车销售店都有安排人员值班。考虑到消费者的看车需求,多数店从大年初三起就安排了销售人员上班,消费者可进店看车或进行购车咨询。寮步一汽大众的销售员告诉笔者:“今年春节期间,我们品牌车子卖得挺好的,仅长假七天就售出了多辆新车,销量超出预期。”

日前,笔者走访寮步各汽车4S店,

汽车经销商了解到,进入1月份以来,汽车消费市场一改去年的疲软状况,市场逐渐升温,部分热门车型出现一车难求的状况。在吉利汽车店选车的王先生表示:“因为本人刚结婚不久,房贷还比较高,原来打算先入手一台二手车,翻看了一些二手车网站,做了些功课之后,发现二手车虽然便宜了些,但它的车源和售后还是没有太多保障的,还是无比担心,就决定购买一辆新车。自从有了购置新车的打算之后,就接到了许多‘车虫’的电话,各种优惠政策说得天花乱坠的,但一听就感觉不靠谱,所以决定还是去正规的4S店看看。周末趁着天气尚好,就去了家附近的4S店。由于之前在网上做了不少功课,心里早已中意吉利汽车家族中的缤越,所以刚进门,就奔着我心心念念的缤越过去了。”