



商场四十一家餐厅全部电气化,安全清洁节能减排

市中心大体量「全电厨房」亮相

本报讯 (记者 李蕾)
“改建成全电气化厨房后,明厨亮灶,油烟又少,生意更好了。”最近,魔贸580商场的办公室主任黄维峰对前来自访查勘的国网上海市区供电公司客户经理陈卫说。

魔贸580位于静安区南京西路580号仲益大厦1—3层。一年前,魔贸580想把小商铺店面改建成“餐饮梦工厂”,首先遇到的就是用电难题。原来,小商铺用电无非就是照明和楼宇空调,但对餐饮来说远远不够。了解了客户需求后,电力公司结合用电情况和原有大楼供电能力进行测算分析,发现日常商务楼宇用电只占到配电站额定容量的20%—30%,原有供电能力充足,于是市区供电公司为其量身定制供电方案,从配电站中引出两台2500千伏安变压器专供魔贸580餐饮区使用,繁华市中心“全电厨房”成为现实。

全电厨房就是用电能替代传统管道燃气作为厨房烹饪主要能源。比如用电磁炉、电子火焰代替燃气灶,用电烤箱、电蒸箱代替燃气煤烤箱蒸箱。改造后的魔贸580是迄今为止上海中心城区最大体量的全电厨房,商场1—3层41家餐饮店全部采用电气化厨房,共接入电源4000千伏安,其中一楼1460千伏安,二楼1220千伏安,三楼1320千伏安。

记者现场看到,这里的一些餐厅采用半开放式厨房或是全透明可视厨房,厨房里的蒸箱、煲仔锅、炒锅都是用电的。据介绍,传统的中式餐饮由于火头旺、油烟浓,往往存在燃气泄漏、油锅爆燃、烟道着火等安全隐患,上海很多商务楼由于管道、消防等限制,都没有安装燃气厨房的条件。但全电厨房使用电能无明火,精准控油油烟少,没有类似隐患。不仅安全系数高,全电厨房也更加清洁。传统餐饮厨房由于需要使用大口径燃气灶、燃气烤箱等,厨房内闷热且噪音大。全电厨房的电气烹饪设备无噪音、无辐射热,厨师可在十分舒适的室温环境下工作。更重要的是,全电厨房还有利于节能减排。据测算,加热同样的食物,电气灶比液化气快61%、省钱72.6%。魔贸580项目实施后,估计每年可相应节约80万千瓦标准煤,减少54万千瓦碳排放。

据悉,对有全电厨房需求的客户,电力公司已开通绿色通道,将提供快速便捷的办电接电服务。

综合性价比最终影响游客选择

旅游行业人士认为,虽然门票贵被吐槽最多,但实际上门票在旅游产品中的成本占比并不高,大交通和住宿才是主要开支。真正影响游客对国内游评价的是综合旅游体验。同样花费3000元去黄山玩3天,景色固然美,但可能面临景区拥挤、“打卡点”排队拍照、服务员忙得没空接待等遭遇。但如果花3000元去长滩岛住个酒店,晒太阳、吃海鲜,心情可以很愉悦。这种综合旅游体验上的落差才是真正影响游客选择的因素。

随着游客成熟度提高,旅游过程中的诸多细节都会影响游客好感度。常见的航班延误等信息是否足够透明、游客需求能否得到及时解决、酒店服务人员是否热情周到……这些细节差异,一旦游客有了国内游和国外游的比较,就会作出适合自己的选择。因此,国内游除了价格因素外,更要从服务内容和细节上全方位提升。

存在。游客汪先生的例子颇具代表性。汪先生在旺季去黄山一日游,门票200多元,小交通往返60元,索道170元,山上住宿1000多元,上山就1500多元没了,还没算来往交通费和山下住宿费。如果按汪先生和家人去黄山4日游计算,加上山下中上品质的住宿和餐饮等,他的黄山之行花销大约人均2500元至3000元。这个价格在淡季时的确够去东南亚一些目的地玩一趟。

上海师范大学旅游学院副教授刘德艳认为,国内游在吃、住、行、游、购、娱这六大旅游要素上都不算便宜,因为国内旅游供给机制上公共类型相对较少,大资本进入旅游业各个环节后都需要市场回报,从“国内很多景区申请上市”就可见一斑。当市场化运作成主流,国内很多地方的旅游价格就降不下来了。

对这样的情况,一方面游客可“用脚投票”避开太贵的景区;另一方面相关部门也在不断采取措施,避免景点无序涨价。

周卫红认为,以个例比较得出“国内游比国外游贵”的结论不科学。旅游是特殊产品,因空间、时间和其他要素不同,价格有很大差别。从时间上来说,旅游有淡旺季,同样去泰国普吉岛,淡季时上海往返普吉岛的机票人均含税不过五六百元,但在旺季,往返机票可能就要人均五六百元。从空间来看,国外游中南极等高端线路,价格动辄人均数万元,也没有可比性。

从这对小夫妻的案例来看,他们将经停广州飞胡志明市的机票和直飞广州的机票价格作比较,忽略了旅游城市和商务城市的不同性质。类似上海到北京、广州等航线,商务客需求大,不分淡旺季,机票价格坚挺。而国外尤其是东南亚一些旅游目的地,受淡旺季影响明显,同一航线机票价格浮动可达数千元。

游客对国内游的吐槽真实存在

不过,许多游客对国内游贵的吐槽却真实

距离《上海市生活垃圾管理条例》正式实施不到三个月

今日看点

本市突击检查大型商场和酒店生活垃圾分类情况

南京路“门面”商场经不起抽查

本报讯 (记者 戚颖璞)距离《上海市生活垃圾管理条例》正式实施只有不到三个月的时间,昨天,上海市城管执法局执法总队针对大型商场和酒店,突击检查收集容器配置情况、生活垃圾分类投放情况。被抽检到的三家单位包括两家商场和一家五星级酒店,分别是第一百货商业中心、上海世茂广场商场和世茂皇家艾美酒店。因生活垃圾分类不到位,三家单位全部被责令整改。

抽检“不合格”率竟达100%

昨天上午,记者跟随执法队员来到位于南京路步行街上的第一百货商业中心检查生活垃圾分类情况。执法人员发现,垃圾箱房内有数十个垃圾桶全部没有分类标识,并存在垃圾混装问题。堆满了蔬菜叶的垃圾桶没有张贴“湿垃圾桶”字样,也没有加盖;干垃圾桶内混装着塑料袋和玉米。

商场物业管理中心负责人表示,商场内共有40多家餐饮店,餐厨垃圾一直由商户负责分类。虽然前期针对商户进行了垃圾分类宣传,但因物业管理不严,分类不到位。接

来,物业将作为第一责任人督促商户分类,并在垃圾箱房进行二次分拣,7月1日前会整改完毕。

上海世茂广场存在着同样问题。商场垃圾箱房内设有的垃圾桶没有标识,也没有加盖;干垃圾桶内混装着食物残渣,湿垃圾桶内混装着纸袋子。在世茂皇家艾美酒店垃圾箱房内,大量干垃圾袋子堆在墙角,没有按规定装入收集容器。一位工作人员正拖着一只从酒店后厨运出的湿垃圾桶,城管执法人员抽查发现,湿垃圾桶内食物残渣、塑料袋、纸杯混杂在一起。在一处标注“可回收垃圾站”的地方,摆着红色、绿色、黑色三个垃圾桶,但垃圾桶盖已积灰。上海世茂国际广场有限责任公司工程物业部负责人坦陈,这些只是“摆摆样子”。他还表示,接下来会针对生活垃圾分类对商家进行监督,世茂广场的垃圾箱房正在加紧改造。

执法人员当即向上述3家商家开出责令改正通知书,责令其限期整改。

新规后商家拒不整改将重罚

抽检“不合格”率竟达到100%,商场酒店的生活垃圾分类情况不容乐观。实际上,上海早

在多年前就开始推广生活垃圾分类,《上海市促进生活垃圾分类减量办法》实施了近5年时间。为何时至今日,连南京路上的“门面”商场也经不起抽查?

市城管执法局执法总队四级高级主办何玉军坦言,主要原因是现行办法的法律效力和处罚力度不高。根据规定,未按照规定设置分类收集容器的,可处50元以上500元以下罚款。未按照规定投放生活垃圾的,责令改正,拒不改正的单位处100元以上1000元以下罚款。即将实施的《上海市生活垃圾管理条例》将大大提高处罚力度。根据规定,单位未将生活垃圾分别投放至相应收集容器的,由城管执法部门责令立即改正;拒不改正的处5000元以上5万元以下罚款。

从3月1日起,上海城管启动生活垃圾分类大整治,为期1个月,重点聚焦住宅小区和



世茂皇家艾美酒店一湿垃圾桶内干湿垃圾混装(左)，“可回收垃圾站”成摆设,分类垃圾桶上积满灰尘(右)。均本报记者 蒋迪雯 摄

商场。截至目前,共责令改正违法行为2903起,行政处罚178起。在《上海市生活垃圾管理条例》正式实施后,城管部门的相关执法内容相应调整。今后关于生活垃圾分类的执法检查机制将常态化。同时,执法检查将延伸覆盖至全市230多家生活垃圾收运单位、20多家生活垃圾处置单位,进行全过程执法监管。记者了解到,违反生活垃圾管理规定的单位和个人,违法违规信息将共享至管理部门。对存在拒不改正、阻碍城管执法部门履行职责等情形的,其信息将被纳入上海市公共信用信息服务平台,实施联合惩戒。

《创造营2019》:真正的少年气,不在年龄而在心

一百零一个朝气蓬勃的男孩,五位不忘初心发起人兼班主任,这是由腾讯出品的大型青年团训节目《创造营2019》所呈现出的面貌,给网络综艺节目领域带来了耳目一新的活力。节目输出的两个关键词——赤子之心、乘风破浪,洋溢着久违的少年气。

于《创造营2019》而言,“少年气”一词不是空泛之谈,节目组对此有着清晰的定位和认知:少年心气如海水一样宽广澄澈,永存向上之心,好奇,好学,不断拼搏,也对舞台始终保持真挚的热爱,并不断努力打磨自己,提升自己的专业能力,不只是努力,而是要拼尽全力。于是,我们看到了舞台上那些不问年龄,不念过往,只想奋力一搏追梦的热血少年们,这也是中国少年的群像缩影。

鹰隼试翼 揣赤诚之心无畏前行

简单干净,一脸英气,《创造营2019》的学员们带着鲜明的青春气息走上这个试翼舞台的。他们不加粉饰地表达着各自的性格,但又有着属于年轻人共同的外显特质——初生牛犊不怕虎的勇气。牛超在舞蹈对决时极其松弛,把舞台当成了他自己的秀场;张颜齐毫不畏惧地称“我比在这个舞台上认为自己是最强的,我还要强”。一群质朴、纯粹的赤子,“骨弱筋柔而握固”,他们不掺杂念,不理会世俗偏见和流言蜚语,对自己所热爱的行业投入了百分之百的忠诚。赵政豪的高音秀,第一次唱破音后让班主任“等一下”,落落大方重来一次;面对实力强劲的学员的展示,其他学员们都毫不遮掩地表达出自己的佩服和赞美,不带任何身为“对手”的敌意。他们全无人情面子的复杂想法,只想着为梦想拼一把,干净得可以一眼看见内里。

当然,他们的自信也是有底气的,学舞蹈十四年,学竹笛十二年,学京剧八年……他们为了那份少年的恣意张扬,付出了舞台之外的巨大

艰辛:从来没有在衣服湿透之前出过训练室,三年只回家了三次,用四年的训练时间追了别人八年的训练量。怀揣一片赤诚之心,才能扛起重压,无畏前行。

节目组想挖掘、展现中国当代少年的正向风貌,从审美到品格、从能力到信念,全方位实现对当下少年的价值引领,而学员们的身体力行,就呼应了节目组的价值观,立起了《创造营2019》的结实骨架。当学员咬牙苦练舞蹈基本功,平静说出“十分耕耘,一分收获”时,观众有理由相信,若他们能坚持在这条路走下去,定能以敢想、能拼、抗压的品质,呈现出优秀的作品。

不矜不伐 以清醒的认知对未来负责

如果说《创造营2019》对于少年人热血、拼搏的呈现已是当下综艺生态的清流,那么其通过赛制对少年气之定义的完善和延伸,则是更难能可贵的了。

首期节目中,入营评级的赛制很“残酷”——根据自我评价,选择代表不同等级的ABCF班,选择A班(尖子班)的学员,可能面临不能通过班主任的综合评级而降至F班(旁听班)的风险。对于学员们或不够谦虚,或怀着侥幸心理的选择,班主任们都毫不留情地进行了“敲打”;有闯劲不是莽撞,一个人需要有非常清醒的自我认知,绝不能碰运气。而当学员极力想通过加试来争取进入A班的第二次机会时,班主任们也“铁面无情”,一针见血地指出:“人生里不见得都有第二次机会,这一次的不好,怎么有权利去争取下一次舞台?”

这样的少年气,意气风发而又矜不伐,大无畏的同时不忘对自己的准确掂量。只有这样,才是尊重自己,才能对未来负责。

节目的深度挖掘和引导,可以让观众欣喜地看到了学员们对“少年气”的全面理解。张颜齐说,“先要认清自己到底是一个什么水平,然后再

全力以赴地把自己的事情做到最好”,表现出了超出年龄的稳重。而18岁的赵政豪,也很坦诚地展现出自己舞蹈上的短板,让班主任们看到了他“知道自己的能力范围”。节目组与学员们的价值观再度形成了双向互通,《创造营2019》确实在实践中一点点探索着中国男团的标准,在此基础上打造出来的中国本土男团,值得期待。

青春不懂落幕 来日方长

提及“少年气”,我们的惯性思维里总是会给这三个字加上一个年龄标签,可是,谁又能说年过而立的张远、高瀚宇,人到中年的郭富城、苏有朋没有少年气呢?点明“青春不懂落幕”,这是《创造营2019》的最大亮点。

30岁的高瀚宇,以昂扬的姿态接受节目组对已出道艺人设置的赛制,选择最有实力的后辈周震南进行对决,虽败犹荣。34岁的张远,有着辉煌的过去,依然选择站上舞台,与他小一轮还多的后辈比拼,只为“让遗憾没有那么遗憾”,“看到自己真正认可的自己”。而郭富城、苏有朋、黄立行、胡彦斌四位班主任,更是从来没在自己成名的领域固步自封,一直砥砺前行。久经沙场之人要打碎自己,重塑自己,这需要更大的勇气和更艰辛的付出。不困于某个年龄层或者某段辉煌的过往经历,敢于追梦者,敢于突破自我者,皆为少年,正如周震南所言:“大家追的是同一个梦,只是不同的身份而已。”

梁启超在他的《少年中国说》里写道:“老年人常思既往,少年人常思将来,惟思既往也,故生留恋心;惟思将来也,故生希望心。”因为有青春不落落的希望之心,所以《创造营2019》里的学员和班主任们都能“前途似海,来日方长”。真正的少年气,不在年龄而在心,《创造营2019》浓缩了中国少年的群像,也由此提炼出了自己的精神财富——借节目中的话说:不是丧的时候,也不是叹气的时候,努力到不能再努力,永远不要疏忽自己的业务——节目的核心价值也在于此。(罗文)

第七届中国(上海)国际技术进出口交易会展前巡礼(三)

国企民企交相辉映 境内外优秀项目竞相绽放 上海科创“明星”闪耀上交会

2019年3月20日,上海出台科改“25条”,旨在进一步推动本市科技体制改革向纵深发展,加快向具有全球影响力的科技创新中心进军。

作为我国首个国家级技术贸易展会,上交会在助力上海科创中心建设的进程中有着当仁不让的使命。正因如此,今年上交会进一步聚焦“一带一路”倡议,服务“科

创”,呼应“双创”,突显国家级技术贸易展会的担当。以上海电气、上汽集团、上海仪电和华虹集团为代表的新一代信息技术国有企业,携手多家民营企业科创“明星”闪亮登场。同时,越来越多的本土优质企业开始通过上交会的牵线搭桥对接海外资源,积极参与海外合作竞争,在我国企业“走出去”进程中添上了浓墨重彩的一笔。

持续聚焦新一代信息技术

随着新一轮产业革命的到来,云计算、大数据、物联网等新一代信息技术在智能制造、金融、能源、医疗健康等行业中的作用越发重要。与此同时,我国新一代信息技术同样发展迅速,正逐步成为各行各业深化信息技术应用的方向。

目前,上海旨在建成具有全球影响力的科创中心。把握时代潮流,在上海这片热土上,越来越多的新一代信息技术科创企业正不断涌现。正因如此,本届上交会持续聚焦重点企业,并以“互动+体验”的形式,重点打造人工智能主题场景应用体验区,展示“来自未来”的科技。上海电气、上汽集团、上海仪电和华虹集团作为国有企业的代表也将在上交会上带来包括装配式建筑、智能互联“斑马系统”、智慧城市和微电子集成电路芯片工艺等成果。

一朵独放不是春,百花齐放春满园。上海科创“明星”可不仅仅有“国家队”,民营企业也用自己的创新上交会锦上添花。例如,上海智臻智能网络科技股份有限公司(小i机器人)带来最新产品新一代智能Bot开放平台;天使眼智能阅读器(Angel Reader)是国内首款基于计算机视觉

及人工智能技术,为低视力人士提供文字阅读的可穿戴式智能辅助用具;上海擎朗科技有限公司将带来Peanut系列机器人,展示其在工作运行流程中在室内无人配送中高精度的技术优势,除此之外,还有数字餐饮体验馆、智慧酒店、无人驾驶环卫车等多项先进技术将会在上交会上得到展示。

“走出去”:牵好线,搭好桥

科学技术已成为当今经济社会发展中最活跃、最具革命性的因素,同时,全球技术贸易持续高速增长并逐渐成为贸易强国的重要标志。因此,科创“明星”不可能仅仅是国内的“明星”,更要“走出去”,成为世界的“明星”。

上交会在努力着。自2013年创办以来,上交会就致力于建设国际技术贸易合作平台,为世界各国城市与企业牵线搭桥,推动它们一步一步、踏踏实实走向世界。“引进来”方面,目前包括特斯拉、意大利“iCub”机器人、英国Emotech Limited公司、日本Antec株式会社等在内的境外多个优秀企业和项目技术,通过与本土企业、院校项目合作的方式落户中国。而在更为关键的“走出去”上,利用上交会的海外展区,包括上海仪电集团的智

慧路灯、上海电气集团海上陆地风机项目、上海逸思医疗科技有限公司的腔镜吻合器、上海福升威集团的工业计算机、上海彩虹鱼的水下旅游服务、上海游钛网络科技有限公司的景点VR导览APP等多个企业和项目纷纷走出家门,在海外独放异彩。

在这背后,离不开上交会的匠心。为了优化技术贸易营商环境,上交会在多年的经验基础上修炼出了一套“组合拳”,通过知识产权保护和“3+365”常态化服务扩大上交会的辐射效应,让更多的企业来得放心、留得安心。同时,为了支持更多技术成果转化,助力技术企业走向海外,上交会还努力探索金融服务,除了引进金融机构参展外,还通过会议论坛活动为参展技术企业牵线搭桥,寻找金融支持。而海外展区的开设,更是让本土优质企业与海外有了直接对话的平台,在国际市场崭露头角。

社交媒体时代,有了硬实力,还需要学会“讲故事”,才能让更多的人了解和关注一家企业。所以,上交会也紧跟时代潮流,不仅聘请了海外专家帮助企业更好地适应海外市场,而且还在境外专业媒体和新媒体上加大了投放力度,形成良好的境内外联动,有计划地通过境外驻沪机构牵线搭桥,积极招揽海外观众。一切的一切,都是为了提高展会各方参展参与的满意度,让更多企业借着国家建设科技强国重大战略和上海打造科创中心的“东风”,搭乘上交会这艘大船出海,拥抱更加广阔的天地。