

全市8个重点行业承诺

树上海服务品牌保障进口博览会

聚焦 首届中国国际进口博览会

进口博览会市容环保方案出台

本报讯(记者 张钰芸)距离首届中国国际进口博览会开幕还有192天,今天上午,中国国际进口博览会窗口服务保障工作动员会在浦东供电公司召开。海关、电力、道路保洁、出租、公交、市政道路、轨交、餐饮等8个重点行业代表在会上作出行业服务承诺,全力做好保障工作,树立上海服务品牌。

遍布全市的各类服务窗口是中外宾客体味上海城市品质的重要载体。市商务委副主任吴星宝指出,窗口服务工作是上海市城市保障工作的重要内容,要按照《上海市决战进口博览会200天行动计划》要求,“争先创优提升服务品质,确保窗口服务质量和水平”,提升窗口服务的能级、质量和水准,形成一批充分展现上海国际大都市风采的服务品牌和服务标杆。具体来说,本市将为展品进入开通绿色通道专用窗口。在市容保障方面,提升绿化景观,改善全市52条主要道路。同时优化完善交通设施,增加机场铁路轨道交通,开辟机场到国家会展中心交通专线,并做好住宿接待、餐饮供应、能源保障等方面工作。

市委宣传部副部长、市文明办主任潘敏指出,进口博览会是上海提升行业服务能力的重要契机,结合实施“打响上海文化品牌三年行动计划”,本市将组织行业文明指数测评,深化行业诚信建设,同时深入开展“除陋习”宣传整治和市民修身行动,加强新“七不”行为规范宣传等专项活动,激发市民主人翁意识,当好上海城市的形象大使。

会上,在市商务系统先进典型董超和轨交行业先进典型熊熊的带领下,海关、电力、道路保洁、出租、公交、市政道路、轨交、餐饮等8个重点行业代表向社会作出行业服务承诺,为进口博览会的圆满成功全力做好保障。

道路平整无坑洼,干净见本色,设施完好,标志线鲜亮;河道水体清澈,水岸整洁,无杂物;建筑立面整洁美观,空间视觉优美靓丽,体现海派风貌;绿化主题景点、花坛小品、立体绿化等丰富多彩,鲜花怒放;夜景灯光绚丽夺目,展示申城魅力和节庆风采……上海市绿化和市容管理局、市市政市容管理联席会议办公室、市住建委近日联合印发《中国国际进口博览会市容环境保障方案》,在城市保洁、设施养护、景观提升、市容管理、工地管理、气象和空气质量保障等六个方面提出了16项主要任务。

有条件地区可“席地而坐”

城市保洁主要包括清洁道路、水域、公共设施、建(构)筑物外立面,例如主场馆周边26平方公里的商务区核心区和主要道路,从10月1日起全面按照“一级区域标准”实施道路保洁,确保路面见本色,有条件地区可“席地而坐”;重点区域新建公厕13处,展会期间增设移动厕所10余处等。

设施养护关注交通标杆、路灯杆

等道路交通类设施,以及消防栓、信息栏等公共服务类设施的设置,尽量采用“一杆多用、一箱多用”等方式整合,限制和逐步减少架空线缆,推进重点区域管线入地。

重点区域提升绿地品质

景观提升方面,将改造崧泽高架、扬虹路高架、华翔路、谢卫路等主要道路,以及张泾港、蟠龙塘等主要河道的景观灯光,加快浦江两岸景观改造,完成浦江游览的游船和码头外观翻新、灯光升级;加强商业街区橱窗布置,充分体现“美橱、美窗、美陈、美设”,实施全市景观灯光丰富多彩。

在绿化布置上,全面提升重点区域绿化水平,整治提升绿地约230万平方米,新建绿地约16万平方米,布置组合花箱1659个、主题景点27个,实现绿化全覆盖。同时,加强公共绿地和社会绿地整治,优化主干道的花卉街景布置和管理,增设立体绿化1万多平方米,申字型高架沿口植绿9.7万箱,建成一批精品绿地,提高市民获

得感和满意度。

划定三类重点保障区

按照进口博览会总体保障工作和突出重点的要求,方案还确定了多个市重点保障区域——

虹桥商务区,包括商务区核心区、国家会展中心(上海)、虹桥综合交通枢纽等重点地区,以及覆盖虹桥商务区86平方公里的整体环境。会议、活动、参观、住宿和接待点,主要有陆家嘴金融贸易中心区、外滩风景区、人民广场地区、豫园地区、南京路步行街地区、国际旅游度假区等33处会议活动和参观接待点,全市其他区域的70家五星级酒店,以及外事活动场所。主要交通干道及出入口,包括内环、中环、延安、南北、北翟等高架道路,迎宾、外环、沪宁、沪杭等高速公路,延安路、虹桥路、西藏路、中山东路、淮海路、世纪大道等主要道路,京沪高铁、沪杭高铁等交通干道沿线,以及浦东国际机场,铁路上海站、上海南站等出入口。

本报记者 裘颖琼

七彩花田

金鱼草的六种花色搭配虞美人的艳红,通过颜色排列搭配出一条条整齐的七彩花道……赏花踏青时节,又逢“五一”假期来临。今年,世纪公园增设1万平方米七彩花田在乡土田园区的中心位置,来营造都市里的田园风光。目前,七彩花田正处于最佳观赏期,成片怒放的美景将持续到五月下旬。

本报记者 裘颖琼
周馨 摄影报道

五一劳动奖章获得者
非沪户籍居住证可加分

本报讯(记者 鲁哲)从今年的评选起,非本市户籍的上海市五一劳动奖章获得者,可以享受居住证积分加分相关待遇。记者26日从市总工会获悉,今年起上海市五一劳动奖章(奖章)、工人先锋号的评选由市总工会、市人力资源和社会保障局联合开展,评选更加体现了权威性、先进性、规范性、严肃性。

据透露,本次评选加大了处理力度,先后两次向市工商局发函核查,查实18名候选人瞒报、漏报在

外兼任企业负责人的信息,全部调整后,推荐其他候选对象;履行基层民主程序期间,调整了1名经查实违反计生政策的候选人;在市级媒体公示期间,根据信访举报线索查实后,取消了2个对象的候选资格;根据联合审核发现的单位违反《反不正当竞争法》、审计违规、发生安全生产事故,个人违反计生政策、交通肇事逃逸、酒驾等情况,取消了7个对象的候选资格,其中4个市五一劳动奖章、3名市五一劳动奖章。

全国和上海五一劳动奖状等揭晓

本报讯(记者 鲁哲)市总工会26日宣布,通过单位推荐,民主评选,及两审两公示等各项程序严格把关,2018年上海市五一劳动奖章(章)、工人先锋号揭晓,共评选出205个上海市五一劳动奖状、347个上海市五一劳动奖章、349个上海市工人先锋号。

此外,经单位推荐,民主评选,及三审三公示等各项程序严格把关,产生3家全国五一劳动奖状、29名全国五一劳动奖章、29个全国工人先锋号。市总工会基层工作部部

长丁巍介绍,本届获奖对象体现了时代性、先进性、广泛性和典型性,评选比例特别向基层、向一线、向普通劳动者倾斜,并首次明确规定“产业工人”的比例。获上海市五一劳动奖章347人中,产业工人124人,占35.7%;其他一线职工和专业技术人员109人,占31.4%;科教人员99人,占28.5%;机关事业单位93人,占26.8%;企业负责人和处级干部32人,占9.1%;农民工37人,占10.8%;非公企业获奖者125人,占36%;女职工85人,占24.5%。

新民随笔

那些“傻子”广告

沈月明

内蒙古鸿茅药酒股份有限公司官方微博昨日发布企业自查整改报告,向社会各界致歉,并表示已停播全部广告。

鸿茅药酒在报告中提到其产品存在广告投放量大、下游经销商和零售药店广告违规等问题。这个“广告投放量大”是确凿的问题。我想说的是,那些热衷于广告狂轰滥炸的企业,它的产品你反而要当心。

我对鸿茅药酒的认识也始于广告。其广告的力度已经达到没有一个人可以“幸免”的程度。其每年150亿的广告投放(账面数字,实际不会有那么多),确实可以做到指哪打哪,呼风唤雨。但说实话,鸿茅铺天盖地的广告对我起的是反作用。

道理很简单。你用天价去砸广告,你的产品一定是暴利的。最典

型的例子是可口可乐,全世界铺天盖地做广告、当赞助商。但其原浆成本仅占其售价的10%,每瓶可乐的广告支出几乎与其成本相当。所以可口可乐就是一个需要广告不断刷存在感的饮料。

当然也不完全是保健品,另一类靠广告才能建立市场的产品就是日用化学品。因为这些化学合成物成本实在很低,所以把售价的很大一部分用来砸个脸熟耳熟。

所以,在我感受到鸿茅铺天盖地的广告时,我就对它没好感了。对所有的商品我都是这个心态。我想到的,你大做广告的钱哪里来的?你狂做广告,只能说你的成本很低,而且你的产品无法形成口碑,只能靠强大的广告力量来续命。

出于对广告原理的迷信,国内

这些低成本消费产品,不愿动脑筋去做一些走心的大片,而是赤裸裸地做一些强化大脑记忆的低成本重复广告。比如你在电台里,可能一天要听几十遍鸿茅药酒的广告,在电视上,这样的广告可以连着播2次甚至3次。他们的理念就是反复灌输,他们相信谎话重复一千遍就变成了真理。那种“就是好、就是好、就是好!”的广告,说到底就是把受众当傻子,粗暴地把只有一点饵料鱼钩一次次扔到你脸上,它知道你总有一天会咬到嘴里。

所以我第一次听到重复播放的鸿茅药酒广告就心生疑窦,事出反常必有妖。

大家不妨可以以我的推理去观察那些特别粗暴的广告,至于产品,能不用就不要用了吧。

“五一”气温先降后升

本报讯(记者 马丹)据上海中心气象台今天上午最新预报,“五一”小长假,申城天气变化有点大,不仅气温起伏明显,还有雷阵雨来袭。受高空槽影响,本市在小长假期间会有两次降水过程,分别出现在4月29日和5月1日,并伴有雷电和短时强降水,其中,5月1日的降水会集中出现在下午以后。

4月29日	阴有时有阵雨 18~23℃
4月30日	多云到阴 19~29℃
5月1日	阴到多云有时有短时阵雨,午后到夜里雷阵雨 20~28℃