

超大城市的安全时时放在心上

上海市公安局深入调研查找安全隐患和薄弱环节

大学习大调研大实践

开展轨交安全大调研

超大城市的安全是必须时时放在心上、紧紧抓在手里的工作。

记者昨天从上海市公安局了解到,近一个月以来,围绕轨交大客流隐患,警方先后开展调研排查140余次,对静安寺站、豫园站、陆家嘴站等76座重点车站设置蛇形通道、防护栏杆等硬隔离措施,督促地铁运营部门增加工作人员、志愿者在早晚高峰期间开展客流疏导,以提升车站应对大客流能力。

为了把各类风险点和安全隐患的底数弄清楚,责任分清楚,对于排摸发现的问题和薄弱环节及时抓好整改,确保安全监管更加有的放矢。今年12月1日至2018年2月底,轨交警方将组织开展为期3个月的轨道交通公安工作大调研,全面查找公共安全、勤务模式、安防体系、打击整治等方面的隐患漏洞和薄弱环节,探索研究制度化、机制性、创新性、根源性的解决方案。

据警方介绍,围绕轨道交通进站安检、巡逻查控、消防隐患等薄弱环节,轨道交通路网和新建线路开

通后勤务制度执行中存在的问题,警力布局如何优化、站区民警与增援叠加警力如何联动,如何建立符合本市轨道交通公共安全防控特点的智能安防网络等方面,此次调研将做到“排查至每个岗位、每个风险点”,并通过领导带头,条块联动,企业共商等形式,推动轨道交通公共安全水平实现新的提升。

召开座谈会问计所需

除了聚焦轨交公共安全,连日来,根据市委、市政府部署要求,市公安局深入基层、深入群众、深入企业,通过座谈会等形式开展调查研究:对内听取全市各公安分局局长、

基层派出所所长的意见和建议;对外邀请各界群众为公安工作问诊把脉,通过听民意、察实情、谋实招,努力在更高起点上推动上海公安工作。

12月14日,上海市公安局召开座谈会,征求社会各界对公安工作的意见和建议。“要坚持执法管理的‘零容忍’‘全覆盖’,以无差别的严格执法促进公正执法!”“要提升在校学生的安全意识,覆盖大中小学的基础安全教育刻不容缓。”会上,18位来自各行各业的社会各界人士纷纷提出建议。针对群众普遍关注的民警执法规范化问题,警方表示将不断细化微观层面的执法操作规范,让民警在执法中更有底气、

勇气、胆气和正气;针对校园安全问题成为社会广泛关注的热点,警方表示将进一步完善警校合作机制,通过深化合作内涵、排查安全隐患,不断推进平安校园建设。

上海市公安局透露,未来将在智慧城市的总体框架下推进智慧公安建设,通过公共安全产品的供给侧结构性改革,全力破解防范经济金融安全风险、强化城市公共安全管理、打击防范网上违法犯罪等重大课题,切实维护上海社会大局稳定和城市公共安全,努力为群众提供更充分更平衡的公共安全产品。

特约通讯员 忻文轲
首席记者 潘高峰

如果你进入一家饭店用餐,却发现商家将店内监控摄像头拍到的画面放到网上直播,你与其他顾客就餐的情形,在直播平台上不仅可以被观看,还可能被评头论足,你会是什么感受?

近日,一篇关于公共空间网络直播的文章引发大量关注。文章称,一些商家,比如餐厅、网吧、健身房,将自己使用360智能摄像头监控到的视频,在360旗下的“水滴直播”进行直播,导致其他人的个人隐私被侵犯。360起先回应,已要求直播者尽到告知义务,其负责人还质疑



今日论语

文章背后有黑公关现象。但在昨天,360宣布关闭水滴直播平台,删除摄像头的直播功能。

如今,网络直播已经成为一门产业。即使没有经济回报,不少人也乐意通过直播分享自己的生活点滴。然而,一个人直播自己在家吃饭的画面,和餐厅经营者直播店内众多顾客就餐的场景,显然性质不同。前者有权决定将自己的部分隐

锁住技术“窥私”的触角

纪玉

私暴露在大众面前,只要没有出现不适合传播的内容。后者涉及的却是商家、平台之外的第三方的个人隐私,涉嫌侵犯消费者的肖像权、隐私权、名誉权等。一个人进入公共空间,虽然不能与身处私人空间等同,但不等于不再有隐私。即使商家张贴告示说明店内有直播,也不表示尽到了告知义务,因为,不是每个进入店内的人都能注意到告示,就算

注意到,也未必了解直播可能造成的不良后果。

新华社记者调查发现,不少直播平台都提供摄像头直播服务,内容涵盖街景、旅游景区、生态农业等领域,比如有的摄像头对着街道,正对的商铺、路上的行人清晰可见。给原本为安全设置的摄像头加上直播功能,成为一些监控设备的卖点。摄像头厂商占到了市场份额,直播平

台赚了流量,直播的商家用低廉的成本打了广告,“一举多赢”之下,是否涉嫌侵权,似乎不再重要。这也说明,对于个人信息和个人隐私保护,无论是观念意识,还是法律保障,都处于一种相对滞后的状态。

新技术的发展日新月异,对个人权利的影响也已经显现出来。如今,技术的触角可以伸到以往想象不到的地方,既带来便利,也导致风险。享受便利的同时,我们也必须正视风险,并调整相关的权利保障措施,提升风险防范意识,不让技术成为侵权者的帮凶。

恒大童世界主打“中国内涵” 填补旅游市场的空白

今年年初,恒大宣布完成向“地产+服务业”转型,文旅产业被确定为四大产业的龙头。8月份,恒大重磅打造的文旅拳头产品——恒大童世界正式亮相,标志着恒大深入推进战略转型又取得阶段性成果。

在近年实力巨头纷纷进行产业布局战略调整的背景下,恒大着力打造顶级乐园恒大童世界有何深意?

中国风主题乐园揭开面纱

近年我国旅游市场迅速增长,日益成为人民群众美好生活的重要内容,但产品结构失调、有效供给不足。数据显示,目前国内的主题乐园数量达2500多家,但行业水平参差不齐,同质化问题严重,品质亟待提升。

恒大在文旅产业上的大手笔投入,为日益竞争激烈的主题乐园领域补上最后一块拼图,这个可谓“空前”的中国文化特色世界级主题乐园正渐行渐近。有业内人士表示,恒大深入推进战略转型,目标定位为世界级主题乐园,正是瞄准了当前市场机遇与行业痛点,将有效提升行业供给质量,引领行业变革。”

据介绍,恒大童世界是专为少年儿童打造的“全室内、全天候、全季节”大型主题乐园,采用世界上成熟、受欢迎的高科技游乐设施设备及技术,致力打造出全球规模较大、档次较高的童话神话主题乐园。近

日恒大新一轮的形象片已登陆各大媒体平台,逐渐揭开神秘面纱的中国风主题乐园已愈发值得期待。

恒大童世界从立项之初就以打造世界知名主题乐园为己任,从规划设计到游乐设备都不惜重金引进“顶端配置”:设计上请到曾担纲设计迪士尼、环球影城等一流主题乐园的美国IDEATTACK(艾迪泰克)、ITEC(埃太克)、澳洲Sanderson(新道信)等世界级设计机构;游乐设备则采用了世界成熟、高科技的技术,所有大型游乐设备均由荷兰VEKOMA(威克马)、意大利ZAMPERLA(赞培拉)、德国HUSS(虎士)等全球超一流游乐设备供应商生产。此外,在乐园规模上,每个恒大童世界都设计有33个大型游乐项目。

中国味浓郁彰显文化自信

在业内人士看来,旅游以其独特的临场性和体验性的特点,在传播文



化以及树立文化自信有潜移默化的作用。作为恒大推进战略转型抓手的恒大童世界,具有丰富的“中国内涵”,有助于弘扬中国传统文化。

据悉,“中国内涵”是许家印最为关注的焦点,强调恒大童世界一定要立足华夏五千年文明,以中国历史、名著、神话、传说为核心内容,充分展示优秀中国传统文化精华。

资料显示,恒大童世界规划有33个大型游乐项目,其中接近一半的游乐项目都与中国文化相关。在

最大的璀璨中华区,所有建筑单体都结合了古代城墙、宫殿、长城等不同的中国文化元素进行二次创作,飞檐翘角、滴水琉璃、中式门窗等中国传统建筑造型随处可见,配合哪吒闹海、封神演义、山海经、盘古开天、嫦娥奔月、宝莲灯等波澜壮阔的经典神话传说场景,共同打造出中国传统文化的瑰丽世界。届时可以看到中国道教、中国龙、广寒宫、封神榜等中国经典文化元素与建筑巧妙融合,游乐项目也紧紧围绕盘古

开天、八仙过海、赤壁之战、涿鹿之战等神话传说与历史典故展开,孩子们可以加入蜀山群英对抗魔魔,上演蜀山仙侠传;或穿越至三国战场,感受赤壁之战的壮志豪情;或随姜子牙武王伐纣,体验仙、道、魔三界纷争。

上述业内人士表示,旅游消费现场体验的特点可以使文化传播和认知有更强的真实感和趣味性,能够增加人们对文化的接受度和认可度,恒大童世界通过寓教于乐的创新方式,引导少年儿童体会传统文化的魅力,有助于弘扬传统文化,树立文化自信。

“没有高度的文化自信,没有文化的繁荣兴盛”,恒大打造极具中国文化内涵的主题乐园,将进一步坚定文化自信,满足人民对美好生活的向往作出应有的贡献。

分析认为,五千年中华文明沉淀下来的文化结晶,蕴含着取之不尽的财富源泉。恒大童世界通过创新之举,深入挖掘中华文化的潜在价值,不仅以世界超一流的文旅产品和服务推动了旅游行业的转型升级,也带动了区域经济的协调发展。

按照规划,每个恒大“童世界”辐射半径500公里、8000万人群,建成后预计每个项目年游客量超2000万人次,年消费总额超200亿,将极大地填补旅游市场的空白,拉动旅游消费增长,带动区域协调发展。(文/李亚倩)