

2020年上海对口帮扶地区特色商品展销会明起对公众开放3天

土特产齐吆喝 买买买来扶贫

本报讯 (记者 鲁哲) 悠扬的葫芦丝声, 奔放的藏族舞蹈……在浓浓的民族特色中, 第三届上海市对口帮扶地区特色商品展销会要和广大市民见面了, 从明天开始对公众开放3天。

今天是第七个国家扶贫日, 第三届上海市对口帮扶地区特色商品展销会今天在光大会展中心开幕。本届展销会以“吃到就是扶贫, 买即是爱”为口号, 展出面积达1.5万平方米, 汇聚了500多家参展企业。来自上海对口帮扶的云南、新疆、西藏、青海、贵州等7省(区、市)20个市(地、州)以及对口合作的大连市, 在这里集中展示上万种特色产品。

在展销会现场逛一圈, 会发现今年展销会上农特产品的数量、种类比去年显著增加。除了往年口碑很好的云南迪庆尼西土鸡、西双版纳茶花鸡, 新疆喀什的泽普骏枣、莎车巴旦木, 湖北夷陵的蜜桔, 西藏日喀则的青稞产品, 青海果洛的牦牛肉, 贵州遵义的黔北麻羊……今年品种更多了, 现场可以看到云南楚雄的野生菌、保山的昌宁红茶、德宏的皂角米、临沧的凤

梨和贵州刺梨等的身影。

怎么做怎么吃, 面对从来没吃过的食品, 很多上海人会纠结。今年的展销会增设了餐饮体验, 现场烹饪对口帮扶地区的特色食材, 教你怎么做怎么吃。

“我是来自日喀则的尼玛普尺, 我给大家介绍的是我们的特色产品青稞片……”日喀则浦援农业科技发展有限公司的员工尼玛普尺对着一大把的手机, 落落大方地介绍自己的产品。这次展销会上, 直播带货真不少。二维码随处可见, 扫码关注加个小程序就可以随时随地买买买, 看来展销会也在转型。

主办方介绍, 此次展会由商品展示展销、主题推介、贸易匹配、互动直播、活动表演、文化推广等活动组成。今年展会增加了特色商品展示区, 主要由云南的咖啡、茶叶、森林生态食品三类特产组成, 并在现场设有品鉴、交流、洽谈等多个环节, 期待更好地推动茶叶、咖啡、坚果行业的交流与发展。另外, 为了充分促进采买对接, 拓宽交易渠道, 主办方还分场次和品类组织了多场“贸易匹配”对接活动。组织当地行业主管部门来沪开展推介, 推动特色商品更好地进社区、进机关、进学校、进企业。



直播带货助力特色农产品销售成为展会现场一景

首席记者 刘歆 摄影报道

浦东机场应急救援综合演练举行

冯正霖 龚正 观摩督导

本报讯 中国民航史上规模最大的机场应急救援综合演练——“敬畏2020”上海浦东国际机场应急救援综合演练昨天举行。中国民用航空局党组书记、局长冯正霖, 市委副书记、市长龚正观摩督导。

冯正霖指出, 本次综合演练旨在全面检验我国民航机场应急救援体系建设成果, 检视机场应急救援决策、指挥、手段和能力。要高水平开展演练, 高标准实施督导, 高质量观摩学习, 高效率提升能力。要始终秉持“以人为本、生命至上”的理念, 努力践行当代民航精神, 敬畏生命、敬畏规章、敬畏职责, 全面提升民航应急能力, 在建设国家应急体系中凸显民航担当。

龚正指出, 开展机场应急救援综合演练, 是践行“人民城市为人民”重要理念的具体实践, 是加快上海国际航运中心建设、提升机场应急救援能力的重要举措, 是民航局与上海市政府部市合作的又一重要成果。要坚持人民至上、

生命至上, 坚持实战要求, 一流标准, 坚持查找差距、补足短板, 以更高要求、更严标准、更好水平, 为城市安全有序运行作出贡献。

本次综合演练共设置19个环节12个科目, 是一次全要素实战演练, 涉及14家参演单位共800余人, 动用运输客机2架、直升机3架、救援车辆100余台。

副市长汤志平, 国家有关部委、军队、武警和航空公司相关负责同志出席。

第三届进博会食品及农产品展区宣介会举行

展览面积最大 参展企业最多



第三届进博会食品及农产品展区宣介会昨天下午举行, 众多优质产品和风味乳制品抢鲜亮相。阿拉福兹、法国农业食品委员会、恒天然、达能、纽仕兰等五家公司代表分别介绍了将在第三届进博会上展出的展品及中国首发产品。

本届进博会食品及农产品展区分布在国家会展中心(上海)1.1、2.1和2.2号馆, 有近百个国家的上千家企业参展, 世界500强及龙头企业近30家, 展览范围主要有乳制品; 蔬果和农产品; 饮料和酒类; 肉类、水产品 and 冷冻食品; 休闲食品、甜食、调味品; 综合食品六大类。展览面积9万平方米, 系所有展区中展览面积最大、参展企业最多的一个, 代表性强、关注度高。

食品及农产品展区将有更多围绕“健康”主题和带有环境友好因素等符合行业创新发展趋势的展品亮相。展会期间将成立乳业专业委员会, 为乳制品企业、特别是国际乳企加强沟通协调、解决共同挑战搭建重要平台。“一带一路”生态农业与食品安全论坛、进口食品分会、肉类大会、乳制品大会等高层次高水准配套活动届时将轮番亮相, 为企业预判发展机会

提供智力支持。食品展区也申请了1043场展台活动, 包括试吃、表演、推介、签约等, 首次夺得烘焙世界杯的冠军队也将亮相表演面包烘焙。境外组展机构的“馆中馆”将带来更多具有当地特色的展品, 比如希腊的有机脱脂酸奶、日本的酱油味冰淇淋等。

值得注意的是, 大家关心的展品防疫和安全管控力度也在加码。根据疫情防控方案总体要求, 在提供进境展品绿色通道的时候, 将加强展品的防疫检测, 尤其是对冷链展品实行“口岸抽检、分批入库、集中检测、统一进馆”的全流程闭环管理, 确保进入红线的冷链食品安全展示, 并对提供试吃的展品做了全熟等要求限制。

乳制品方面, 今年的企业展览面积接近1万平方米, 乳制品世界排名前8的知名境外企业已有6家参展, 在食品展区参展的世界500强和龙头企业中, 与乳业相关的约占三分之一。

宣介会上, 达能透露, 将以“风雨后见彩虹”进行展位形象设计, 寓意疫情后中国经济和生活迅速复苏给人们带来希望。蓝色的爱他美、绿色的诺优能、紫色的纽迪希亚、粉色的依云以及橙色的禧贝等旗下拳头产品组成一道营养的“彩虹”, 为中国消费者带来满足全生命周期健康需求的营养解决方案。达能本届带来200款产品, 其中50款为中国首发。

恒天然也铆足全力准备了很多新品, 将全球首发安佳益生菌产品和高钙低脂奶粉, 中国

首发茶饮消费原料安佳芝士稀奶油, 还有双色芝士虾滑等兼具营养和颜值的风味美食也值得期待。恒天然透露, 因疫情原因, 除了传统的现场签约仪式, 还准备了“双十一”预热、大厨展示等十多项直播活动。

连续三年参展, 第三届进博会食品馆首家签约企业纽仕兰, 不仅今年的参展面积翻了一番, 还进一步推出3F安全奶标准和C2M柔性定制模式, 后者如同奶源的“Intel芯片”一样, 为各平台度身定制个性化高品质产品, 让“进博味道”走进平台触达消费。

法国农业食品委员会牵头设立的French-Food法国食品馆有200平方米, 面积比去年增加了67%, 共有12家参展企业, 其中包括8家乳制品和4家果蔬企业, 他们将展示具有特定功能性、营养性的产品以及法国食品的高品质及可追溯性。

丹麦乳业公司阿拉福兹拥有139年历史, 是连续五年蝉联全球第一的有机乳制品生产商, 在第三届进博会上, 阿拉福兹将在中国首发阿尔乐有机四段儿童奶粉、欧洲甄选系列牛奶等新品。

据进博会展馆透露, 第四届进博会的招展工作已全面展开, 食品展区现已有多家企业报名签约, 将继续深入挖掘细分行业资源与企业需求, 开展有针对性的专业化招展、精细化服务, 不断优化企业参展体验, 提高展商满意度, 确保进博会“越办越好”。本报记者 钱文婷



阳光正好, 穿梭街头的一抹红

晴好的周末, 穿一双轻便的球鞋, 一起出发吧!

梧桐掩映下, 一群身着红衣的年轻人健步穿梭于上海街头, 一大会址、二大会址、渔阳里、周公馆……每个点位的打卡, 恰是对上海红色印记一次又一次的深入了解。他们是来自上海金融系统的职工党员代表, 今天来参加寻找初心之旅。

今天上午, 上海金融系统职工学习“四史”暨2020年健步行活动启动仪式于一大会址外兴业路举行。作为党的诞生地、中国工人运动的

发源地, 同时也是改革开放的最前沿, 上海有着丰富的红色遗址遗迹、纪念馆, 国家建设、改革开放的辉煌成果在上海的街头也随处可见。

“健步行活动是一个很好的‘引子’, 让我走出家门, 全方位地感受上海的红色文化。”行至周公馆, 刚刚入党的黄艳雯感慨颇多, “这里曾留下许多伟人的足迹, 真实地走进这些红色地标, 我感受到比书本读到的更强烈的震撼。”

和其他人不同, 雯雯是带着父母一起参加活动的。她告诉记者, 自己平时也经常徒步, 但这次的健步行与过去很不一样: “将具有革命

里程碑意义的地点串成一条线, 边走边学, 既有教育意义, 又能锻炼身体。”

行走的过程, 也是感受新中国发展历程的很好机会。一个又一个的红色场馆, 和周边的建筑地标, 几乎覆盖了党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史上的重要阶段。知行合一, 眼见为实。蓝天白云下、鲜红旗帜前, 大家拿出手机, 不时记录下自己和红色历史的交汇瞬间。庄严沧桑的老建筑、活力十足的金融人, 这是一场沉浸式的体验学习, 每个人都用健步的方式阅读着、细品着。见习记者 吕倩雯