

信心·力量 新时代 新征程 新伟业

上海国资国企启动全年促消费行动

国潮四季佳品展现“美好申活”

“在我身后的第一百货商业中心，正在举办春日美妆活动，一线大牌8.5折起，大家还能在专柜现场试妆。”以“国潮四季 美好申活”为主题的上海国资国企促消费行动昨天启动，百联集团总裁濮韶华在启动仪式现场为自家商场打起广告。不远处，同属百联集团的吴良材眼镜前两天全新亮相，以“眼镜博物馆”之名，呈现巨型万象镜等一系列艺术装置，为百年老字号带来新潮科技感。

今年的政府工作报告把恢复和扩大消费摆在优先位置，“消费”被提及23次，国家到地方也出台了一系列促消费举措。为全面发挥上海国资国企在促消费稳增长工作中的带头示范作用，上海市区两级国

将带头从今年3月至明年2月开展促消费行动，通过精品、优品、名品让利促销带动消费加速回暖。

让利促销实惠多

围绕暖春焕新季、酷夏畅玩季、爽秋嗨购季和燃冬暖心季四大主题，本市国企将开展多场线上线下促消费活动，形成每季有主题，每月有活动，全年促消费的火热氛围。

“我们会紧抓上海时装周、上海国际车展、上海五五购物节等重要时间节点，聚焦春日焕新、踏青出游、时尚潮流等需求，推进各类专题活动。”濮韶华介绍，百联集团将领衔3至5月的暖春焕新季，不断打造消费热点。

今年政府工作报告明确提出

“支持汽车、家电等大宗消费”。市国资委副主任叶劲松介绍，上汽集团将承办上海车展，推出名爵MG7、飞凡F7上市，还将推出荣威品牌促销活动，部分车型低至6折；中国太保将持续提升新能源车型专属保障服务方案；绿地集团将推出“你买车，我补税”的活动；百联集团将推出购车五重优惠。

旅游、会展企业也在积极谋划。锦江国际集团将围绕“六一”儿童节、端午节、暑期、上海国际电影节、上海书展等节点，聚焦亲子出行、体育赛事、文旅展览等消费需求，推进畅游文旅、畅享体育、畅享节展、联动互惠等专题活动。此外，机场集团将推出夏日缤纷游机场商业特色活动，并发放5万张折扣机票。

消费回暖态势显

今年年初起，在各类促消费活动的推动下，众多市场主体已感受到市场回暖的态势。光明食品集团战略企划部总经理卢毅介绍，从消费品生产端来看，光明食品集团整体的食品生产板块受到前期疫情影响的制约因素正在加快缓解，乳制品、肉制品的生产均在稳步回升，预计相关企业的工业总产值在一季度整体将实现均值回归。其中，梅林旗下两家核心工厂的生产制造企业产量增加约20%以上，今年一季度至今，梅林整体罐头等重点产品销售量提升约14%。

“现在是产销两旺。今年还有一个趋势，一些传统线下门店的线

上平台开始发力。比如，农工商超市的微商城、社区团购等增长较为明显，1月至今，销售额同比增幅约110%。”据悉，本次活动中，光明食品集团围绕品牌食品、农产品、进口商品等三大板块，开展线下1000多家门店百款特色产品买赠换购、线上随心订55折爆款定时抢购等活动。

旅游业也在迎来爆发式增长。锦江国际集团创新协同部总监乐文欣介绍，目前集团已有较多业务板块，恢复到2019年同期水平，有的甚至已经超过了2019年。“我们对今年的发展非常有信心。我们努力做好产品和服务，真正满足市场回暖的需求。”

本报记者 叶薇 张钰芸

描绘新城热土幸福画卷

45家单位入围新城“民心项目”设计方案征集活动

本报讯（记者 杨玉红）万象复苏之际，2023年上海五个新城方案征集活动再提速。日前，来自国内外45家设计团队参加了2023年上海新城公共建筑及景观项目设计方案征集启动会，将为15个公共建筑及景观项目进行规划设计。

本次设计征集活动同步面向市民进行人民建议征集，并组织国内高校学生设计竞赛，加快推进优质公共资源进一步向五个新城集聚。

未来两个月，设计师们以想象力

和创造力将这些满满的期待和问号转化为一个个高水平的公共建筑和景观设计方案，在新城的热土上描绘出一幅幅人民美好生活的幸福画卷。

本次征集活动同步开展了线上线下“建设品质新城，倾听您的建议”为主题的人民建议征集问卷调查工作。市规划资源局（市新城推进办）联合五个新城所在区政府（管委会），邀请市民群众对新城生态景观及社会服务类项目如何在方案设计中体现新城特色、构筑公共文

化和生态空间新格局提出宝贵建议；并对新城各级教育、体育及医疗设施的建设和环境规划、内外部设施建设及建筑设计风格出谋划策。

对收集到的意见建议，市人民建议征集办、市规划和自然资源局及五个新城所在区政府（管委会）将及时予以汇总整理并反馈给设计团队，在方案征集成果中研究吸纳。

据悉，本次征集活动预计在5月中旬正式提交最终设计成果，将按既定程序评选优胜方案。

马桶站变身公共会客厅

浦东首创最美公共文化空间大赛走向全国

本报讯（记者 宋宁华）马桶站变身公共会客厅，老式图书馆变身网红打卡地……从112个空间到112座城市，浦东首创最美公共文化空间大赛走向全国。昨天，2022年长三角及全国部分省市最美公共文化空间大赛颁奖典礼在浦东群艺馆举行，并启动了2023年长三角及全国部分省市最美公共文化空间大赛。

在沪东造船厂旁，有座户均居住面积仅约13平方米的老工人新村，缺乏公共空间。大赛对接设计

师孙轶家，将小区原先的一座马桶站，改造为颜值极高、效用极好，居民可以做饭、阅读和会客的公共会客厅，大家自发称之为“暖亭”。陆家嘴融书房原为一座普通的老式图书馆，年轻人很少来，通过对接设计师陈嘉炜改造赋能，现在每周未举办两场陆家嘴读书会，在线传播过亿，现场一票难求，今年将迎来400场盛典，成为年轻人的网红打卡地。

“5年来，连续举办的最美公共

文化空间大赛不仅是为了评空间而评，不单是为了推设计师而设，不是只为了找运营团队而办。只有坚持以人民至上，优质资源赋能基层、创新运营模式惠及基层、提升内涵品质扮靓基层，公共文化服务体系建设的现代化水平才会越来越高。”浦东新区相关负责人介绍，浦东每年都会安排专项资金，推出覆盖全区36个街镇的基层文化空间设计补助项目，今年也将持续推出一批“梦想改造家”式的新空间转化成果。

另眼观盛会 老外讲故事

“我来上海4年，很自豪能为碳中和贡献我们的力量。”

石桥道幸（日本）
爱思带达耐时（上海）驱动系统有限公司
销售部部长

中共上海市委宣传部
中共上海市委对外宣传办公室
中共上海市委外宣办
新民晚报社
联合出品

《老外讲故事·另眼观盛会》百集融媒体产品 76

今日论语

公共充电桩，建好更要管好

方翔

充电桩服务站少、站点位置不好找、站点充电桩数量少……中消协昨天公布的《新能源汽车消费与公共充电桩使用情况调查报告》显示，近六成受访者经常遇到充电桩损坏或故障的情况，充电价格满意度、结算准确性有待提升。

公共充电桩已经成了不少车主的“刚需”。统计数据显示，去年我国新能源车内销增长近一倍，增速为93.4%。在新能源车的

使用环境中，充电是重要的一环，然而相比加油站，公共充电桩被占用、用户体验感不佳等问题成了新困扰。

不同于加油站，公共充电桩所在的场所五花八门：有的在商场中，有的在商务楼的停车场，还有的在公共场所。不久前，上海市消保委调查了本市16个区的100多个公共充电桩的使用情况，发现设备故障率占比近三分之一，其中，

公共充电场所的故障概率最高。

要缓解新能源车主的“充电桩焦虑”，除了要建设好公共充电桩，更要管理好。在不少的公共停车场，都会设置新能源车专用充电车位，但仍有不充电的车占位。对此，上海的一些停车场管理方在充电车位上放上了立牌，有车需要充电，管理方会将立牌挪开；有的停车场在充电车位上装了地锁，需要充电才会放下。

在公共充电桩的日常运营中，完善电价调控机制，提高结算准确性，也是广大车主的呼声。从新能源车主日常使用的充电App来看，同一品牌在不同场景的收费差异大，比如：某充电品牌最低价格为1.2971元/度，最高价格为1.9326元/度。至于不同区域的充电价格差别就更大，像虹口区一个商家的充电价格是0.73元/度，徐汇区一家商场则达到了2.115元/度。

在此次中消协的调查报告显示，超七成受访者希望统一新能源汽车充电桩收费标准。消费者较能接受的单次充电时间、单次充电价格分别集中在1小时以内和30元以内。

管理好公共充电桩，除了需要服务方确保充电设施完好、加强充电位置的现场管理、清晰准确注明充电价格之外，主管部门也要提升公共充电桩在公共场所停车位的比例，并加大行业监管力度，保护车主的合法权益，让车主享受舒心的充电服务。