

李强主持市委常委会会议传达学习中央和全国相关会议精神 全力助推对口地区脱贫攻坚

本报讯 市委常委会昨天下午举行会议,传达学习全国离退休干部先进集体和先进个人表彰大会、全国老干部局长会议精神,中央农村工作会议精神和全国扶贫开发工作会议精神,研究政务服务“一网通办”和城市运行“一网统管”建设等事项。市委书记李强主持会议并讲话。

会议指出,要深入学习贯彻习近平总书记关于老干部工作的重要指示精神,认真落实中央和市委各项老干部政策,进一步提升老干部政治、思想和党组织建设成效。要以人为本、服务为先,为老干部办实事、做好事、解难事。要围绕中心、服务大局,组织引导老干部发挥独特优势和作用。

- 要以人为本、服务为先,为老干部办实事、做好事、解难事。要围绕中心、服务大局,组织引导老干部发挥独特优势和作用
- 要推进农民相对集中居住和乡村振兴示范村建设,切实补齐民生短板弱项
- 要全力推进政务服务和城市运行两张网建设,不断优化流程、提高效能

会议指出,要深入学习贯彻习近平总书记关于老干部工作的重要指示精神,认真落实中央和市委各项老干部政策,进一步提升老干部政治、思想和党组织建设成效。要以人为本、服务为先,为老干部办实事、做好事、解难事。要围绕中心、服务大局,组织引导老干部发挥独特优势和作用。

会议指出,要结合上海实际,把中央农村工作会议各项部署要求落到实处,以实施乡村振兴战略为总抓手,深入谋划超大城市乡村的功能定位,不断提升乡村产业能级,推进农民相对集中居住和乡村振兴示范村建设,切实补齐民生短板弱项。要加强农村基层党组织建设,选优配强农村“带头人”。

会议指出,要切实将对口帮扶作为重大政治任务,认真贯彻落实全国扶贫开发工作会议精神,全力助推对口地区打赢打好脱贫攻坚战。要保持力度不减,聚焦解决“两不愁三保障”突出问题,不断提升帮扶成效。要压

实工作责任,形成工作合力,确保高质量完成助力脱贫攻坚任务。会议指出,要全力推进政务服务和城市运行两张网建设,进一步深化数据汇集、互联、共享和应用,在功能拓展、叠加、融合上下功夫,不断优化流程、提高效能。“一网通办”要以“放管服”改革综合授权试点为契机,提升线上线下服务能力,更好方便群众办事、优化营商环境。“一网统管”要聚焦联动联动和智能化应用,加快形成跨部门、跨层级、跨区域运行体系,不断提高城市治理能力和治理水平。

本报讯 市委季度工作会议昨天上午召开。市委书记李强主持会议并强调,做好今年开局起步各项工作至关重要,要深入贯彻落实党的十九届四中全会精神和习近平总书记考察上海重要讲话精神,进一步提振干事创业的精气神,增强狠抓落实的紧迫感,牢牢把握发展第一要务,把稳增长放在更加突出的位置,时不我待、只争朝夕,拿出不一般的举措、不寻常的好局,确保全年工作开好局、起好步,为完成全年任务奠定坚实基础。

市委副书记、市长应勇在会上部署一季度经济社会发展重点工作。

李强指出,做好今年全年工作,必须从头抓紧抓好各项任务的落地落实。要把思想和行动统一到党中央对形势的判断和决策部署上来,结合各自实际,全力推动十一届市委八次全会明确的任务落到实处,扎实推进三项新的重大任务,力争在强化“四大功能”上取得新突破,着力提高城市治理现代化水平,把全面从严治党不断引向纵深。要保持战略定力,坚定信心、鼓足干劲,既要增强忧患意识、勇于攻坚克难,又要抓住发展机遇、善于化危为机,以自身发展的确定性有效对冲外部环境的不确定性。

李强指出,当前,市场环境瞬息万变,科技创新日新月异,区域竞争百舸争流。抓各项工作开局起步,要只争朝夕、抢抓机遇,用工作的高效率赢得发展的主动权。抓经济工作特别是招商引资,凡事要早,行动要快。审批服务要加快提速,重大项目要加快建设,政策举措要加快落地。各区各部门的工作都要早部署、早推进,努力抓早、赶早。

李强指出,要聚焦难点、突破攻坚,努力实现经济逆势飞扬。要聚焦“老、小、旧、远”、生态环境建设、重点区域开发和城市更新、重大基础设施、高端制造业等重点领域,进一步扩大有效投资。各区各部门要加大项目谋划力度,加快储

市委季度工作会议召开,李强主持会议并强调 用工作高效率赢得发展主动权

备、推动、实施一批重大投资项目。要紧盯企业反映的突出问题、制约发展的瓶颈难题,强化执行力,认真加以解决。

李强指出,要因情施策、精准发力,提升工作举措的针对性、有效性。继续巩固和保持外资增长势头,用好一系列扩大开放举措,集聚更多跨国公司地区总部、外资研发中心,提升开放型经济水平。高度重视工业增长,抓好新增项目投产达产,支持推动汽车产业更好把握未来发展方向,加快转型升级。持续发挥金融产业的重要支撑作用,大力发展金融科技。保持政策的连续性、稳定性,并不断加以优化完善,更好稳定市场主体预期。

李强强调,全市上下要奋发有为、比学赶超,使发展有更多新亮点。推动集成电路、人工智能、生物医药三大产业“上海方案”加快落实,做好“夜间经济”“首发经济”等促进消费的大文章。各区要结合实际,努力形成发展热点,加快打造新增长极。重点区域开发建设要保持热度,加强城市宣传、政策宣讲、区域宣介,集中力量做优重大活动、做强重大平台,助推上海成为优秀企业和人才纷至沓来的热土。

李强强调,安全高于一切,责任重于泰山,要始终绷紧安全这根弦。各区各部门要守土有责、守土尽责,扎实抓好风险隐患排查整改等工作,确保安全生产和城市安全运行,确保全市人民过一个平安祥和的春节。

应勇就做好一季度重点工作指出,要加快落实三项新的重大任务,尽快取得有显示度、有影响力的实际成效。要高度关注财政收支运行,政府要带头过“紧日子”,把资金更多用在保障基本民生和促进发展上。要全力以赴稳增长,加快推进重大工程建设,加大招商引资力度。要积极推进政务服务“一网通办”、城市运行“一网统管”两张网建设。要切实保障和改善民生特别是困难群众基本生活,确保“菜篮子”量足价稳、优质安全、便民惠民,做好帮困送温暖工作。

第三届进博会食品展区首家签约企业销量翻了几十倍 乘“进博”东风奔进“领跑方阵”

纽仕兰
第三届进口博览会
食品展区首家签约企业

- 首届展台面积:100 平方米
- 第二届展台面积:150 平方米
- 第三届签约展台面积:200 平方米



上午11时刚过,位于长宁路上的盒马鲜生内已经有不少人。店铺中心的展台区域,纽仕兰常温奶系列产品被摆在显眼位置,印着“进博会参展品牌”的一款纯牛奶正在进

行新年首轮促销。展台旁的“WHW全球营养健康屋”内,诸多国际知名“网红”营养补充剂产品聚在“年货节”旗下,吸引了不少目光。

“中国市场这么大,欢迎大家都来看看。”目前已有300多家企业报名参加第三届进博会,展览面积超过10万平方米。借进博会之在中国市场奋力“奔跑”的企业里,纽仕兰无疑是“领跑方阵”中的一员。

见证“进博速度” 企业发展坐“火箭”

“在我们销售的进口牛奶里,纽仕兰很受欢迎。特别是进博会之后,销量翻了好几倍。”盒马鲜生工作人员梁艳平时主要负责牛奶等冷藏产品区域的营销,最近,她被问到最多的问题是,纽仕兰鲜奶怎么“断货”了?“因为正好是新年假期,奶牛们都‘放假’了,1月8日应该会重新上架。”她告诉记者,“这款牛奶卖得好的时候,我每天补货要补十多次。”

“我们的鲜奶都是产地直供,从牧场挤奶到在国内上架,只要72小时。新鲜,让消费者有更好的体验,这是进博会贸易便利化带来的最大利好。”纽仕兰新云(上海)电子商务有限公司市场部总监闫致军是“进博速度”的见证人,“我记得有位进博会工作人员王先生,是宁夏银川平罗县人,首届进博会结束后三个月,他回老家过年,在县里超市就买到了我们的产品,这速度让他不胜感慨。”

首届进博会上,纽仕兰和包括

盒马在内的多家平台签署了战略合作协议,旗下商品借着各平台的渠道,快速“奔”向市民餐桌。

“在进博会拉动下,2019年一季度我们的销售实现了309%的增长。”什么概念?闫致军说,纽仕兰的鲜奶进博会前每周销量在3000瓶左右,会后达到了3万瓶,高峰时甚至达到8万瓶。“2019年,我们鲜奶的销量最高每周翻了26倍,常温奶销量翻了36倍。”这样的速度对企业发展来说,简直就是坐上了“火箭”。

深耕内地市场 搭起桥梁齐“奔跑”

“今年盒马在海南新开了门店,我们的产品也跟着进入了海南的市场。”尝到了甜头的纽仕兰,更加确定了自己的发展模式。第二届进博会期间,纽仕兰和北京物美、湖南步步高、深圳天虹等全国多个地方龙头平台签订了战略深度合作协议,进一步深耕内地下沉市场。

而对于纽仕兰来说,进博会的商机并不仅限于此。2019年5月,纽仕兰旗下第一家“WHW全球营养健康屋”在盒马鲜生田林东路店落地,这个利用现有平台整合产品的全新销售模式开始试水。“这些产

品都是品牌跨境直采,价格有优势,品质有保障,线下展示,线上扫码下单到家,很受欢迎。”“健康屋”也被搬到了第二届进博会的现场,多家世界知名品牌通过进博会和纽仕兰达成战略合作。纽仕兰架起越来越多供应商和中国市场之间的桥梁,一起在中国市场上“奔跑”。

展位一再扩容 新品更多信心足

“我们是食品展区第一家签约参加第三届进博会的企业。”从第二届开始,闫致军就全程参与了进博会的报名参展工作。眼见展台面积从首届的100平方米扩展到第二届的150平方米,再到第三届签约的200平方米,他说,进博会给纽仕兰提供了一个极大的发展机遇,他们有信心期待第三届进博会更加辉煌。

闫致军透露,目前第三届进博会的参展新品正在陆续申报。“为了填补3到12岁儿童纯牛奶的市场空白,我们今年会带来一款新型的‘秘密武器’——澳大利亚进口的A2β-酪蛋白纯牛奶,这将是中国市场首款专注儿童的进口A2纯牛奶。”

与此同时,“WHW全球营养健康屋”也将加快发展脚步。根据发展规划,今明两年,纽仕兰将在各平台终端开设500家“健康屋”,未来,

“健康屋”总量将达2000家。在闫致军看来,下沉市场的消费升级带来的产品更新迭代,是纽仕兰未来发展的潜在市场。“新西兰是中国最大的乳制品进口国,据统计,新西兰每出口中国的3罐牛奶中,至少有1罐是纽仕兰的。我们有信心,借助更多区域战略合作伙伴的力量,我们的产品将到达国内更多的地方,满足当地消费升级的需求。”

本报记者 毛丽君