

重启:多个展会今日同期开幕

实名进场、佩戴口罩、实时限流成为“新常态”

上海会展业又“热”起来了。今天上午,国家会展中心迎来今年首场展会——CME中国机床展;世博展览馆则三展同开,中国国际有机产品博览会、上海国际精酿啤酒展和上海国际医用防护用品展览会同期举办。测温、出示随申码、实名制登记,进馆“三部曲”一个都不能少,全程佩戴口罩、限制实时人流也是防控疫情期间的“新常态”。

“我们已编制完成《展会疫情防控保障方案》,并制定‘一展一策’,也是为11月的第三届进博会练兵。”国家会展中心(上海)运营中心总经理助理彭春焰说,机床展的保障方案整整有35页,而过去只有十来页。他告诉记者,每个展馆的实时参观人数不能超过7000人,以保持1米社交距离。同时,国家会展中心也将实施精准的消杀方案。

进入7月,上海陆续重启会展活动,就连7月、8月的传统淡季都已变成一展连一展的旺季。

在国家会展中心发布的7月展讯中,按下“重启键”的第一个月,就有8场展会密集举办。“前一场展会刚结束,后一场展会就要连夜翻场。”彭春焰说,原定3月举办的上海国际广告技术展览会、原定5月的上海大虹桥美博会等展会,都已确定在本月陆续开幕。

“各位观众,展会期间必须全程佩戴口罩,

保持1米的安全社交距离。”今天上午,世博展览馆三展同开,等候入场的展商和观众在入口处有序排队,依次出示随申码、行程码、预约码,完成实名注册后刷身份证验证,最后还要通过体温检测和安全检,才能入馆。尽管流程较多,但展馆方面设置了多个出入口,加设铁马和提示牌等,工作人员和广播不间断提示,使得入馆流程基本顺畅。

“这是我们公司今年参加的第一个实体展会。”在世博展览馆的有机展上,天津泰德丰进出口有限公司总经理杨海松一边煮着有机黑豆意面,一边向观众介绍自家产品。他告诉记者,受到疫情影响,在欧洲、美国举办的国际展会纷纷取消,中国有机展成为他们今年首次亮相的线下展会。

代理西班牙有机初榨橄榄油的中企华业食品有限公司销售总监申庆陆则从山东临沂特地赶来上海参展。“我们之前在深圳参展,这是今年第二次参加实体展会。”他说,尽管展馆限流后,参观者有所减少,但有着明确目标的专业买家却不少,“从这个角度来看,目标更加精准了”。

记者从中国有机展主办方(上海)有限公司获悉,此次中国有机展约有200余家企业参展,参观人次预计达到10000名。

本报记者 张钰芸

迎接2020世界人工智能大会

“猫头鹰”15米远距离测温

深兰科技 AI 设备助力疫情防控常态化

同时监测300人、户外无需搭建便可15米远距离测温、遇到异常体温可实现跨镜追踪……2020世界人工智能云端峰会已离我们不远,上海本土人工智能企业的表现也愈发引人关注。记者在日前走访土生土长的AI企业深兰科技时获悉,一款名叫“猫头鹰”的深兰AI测温设备在武汉、北京等全国多个城市的户外人流密集场所大规模落地,为疫情防控常态化提供服务。

长着圆圆的大眼睛和两个天线耳朵,这款AI测温设备还真像一只猫头鹰,行人经过时脑袋还会左右转动自动跟踪,显得十分呆萌。在武汉江汉区数十个小区入口处的墙上或灯杆上,都安装了这款设备。

记者了解到,深兰科技对这款高精度测量、检测、追踪设备拥有完全自主知识产权,且在很多技术方面均有创新:

首先,它采用军工级的硬件结构,搭载了高精度旋转云台,在户外无需搭建便可对目标进行长达15米距离的测温追踪,可以对广场、开放的公交集散地、密集出口的商场、农贸市场、食堂等区域开展同时300人的快速自动扫描,一旦发现体温异常者将随时上报。其次,该设备采用了普通光和红外光的

深度融合AI算法,在后台监测界面只显示普通的RGB图像,人员的温度和选择框会自动加载在真实人像上,追踪人脸;同时,设备系统还采用人脸步态识别融合算法,可以轻松锁定异常人员信息,开展大区域跨镜远程寻找。

不仅如此,该设备在疫情结束以后还可以切换成安防模式,360度环视,对所在区域展开明火、高温危险源的识别、定位和报警,并可防止无照明条件下的人员侵入、盗窃行为的发生等。

武汉泛海国际桂海园小区也是这只“猫头鹰”的“粉丝”,相关负责人表示,常规的体温检测设备无法满足户外无接触、无排队、快速测温的需求,“猫头鹰”则具有远距离测温、无需搭建、同时多人监测、快速部署等多个优势,给常态化防疫管理减少了很多压力。

深兰科技研发人员介绍,“猫头鹰”已经通过公安部第三研究所和欧盟CE安全认证,并且入选十多个城市的防疫重点产品名录;目前正在全方位助力武汉、上海、北京、太原、济南、常州、佛山、金华、德阳、成都等全国多地的疫情防控常态化,未来还将进入更多的国家和城市。 本报记者 郗阳

新民科学咖啡馆首度走出上海

张文宏谈抗疫新常态策略

新民科学咖啡馆
主办:市科协 新民晚报

不知不觉,绷紧疫情防控这根弦的生活已过了半年。前所未有的2020年,下半年世界会怎样?在找到对付新冠肺炎的疫苗和药物等有效“武器”前,我国该采取怎样的抗疫新常态策略?这无疑是在当下最受关注的问题。明天,新民科学咖啡馆首度走出上海,走入长三角,特邀复旦大学附属华山医院感染科主任张文宏主讲《全球新冠疫情发展态势和中国抗疫新常态策略》,在昆山与公众分享抗疫的最新判断与思考。

暑假来了,常态化抗疫中的暑假该怎么过?在全球范围内,这一波新冠疫情发展到什么阶段?相信大家还有很多问号,希望获得解答。您可以留言或将问题发送至邮箱 xmsci-cafe@163.com。新民晚报全媒体将全程直播本期新民科学咖啡馆。(柯蕉伟)

【直播提示】

主讲人:张文宏
主题:全球新冠疫情发展态势和中国抗疫新常态策略
时间:7月2日(星期四)13时30分
收看网址:新民网(www.xinmin.cn)

让直播带货在规范中成长

秦丹

今日论语

直播带货这段时间更“火”了,但越是热火朝天,就越有人“浑水摸鱼”。直播带货中的行业刷屏、虚假宣传等情况,必须得到遏制。现在规范来了,中国广告协会制定的《网络直播营销活动行为规范》今起实施。

直播带货受到商家和用户的普遍欢迎,也创造了令人可喜的经济效益,活跃了当下的经济业态。直播带货要想走好走远,一方面,商家要保证供货的质量,尤其要做好退换货保障等售后服务,不能追求“一锤子”买卖;主播要做好“功课”,对所“带”的货有深入了解,比如“亲选食品”,就一定要亲自爬到山头、下到地头、亲到灶头去尝尝,不与三无产品合作。另一方面,也是最重要的,就是政府相关部门要依法依规加强直播业的监管。

越是新事物,好东西,就越要依法依规监管到位,加以保护。要知道,直播中有人捏造产品适用人群,承诺假一赔三却夹带假货,售后服务还频频踩雷,如此种种,着实令消费者痛恨。个别主播的“烂货烂招”,

往往影响到消费者对“直播带货”的体验感受,产生对整个行业的误解。因此,除了中国广告协会制定的《网络直播营销活动行为规范》,中国商业联合会也在牵头制定《视频直播购物运营和服务基本规范》和《网络购物诚信服务体系评价指南》。算下来,7月份直播带货行业或有3个规范标准执行。

有了规范,重在执行。这段时间,网红直播带货、明星直播带货、企业CEO直播带货、官员直播带货、媒体人直播带货,甚至还有80岁老奶奶直播卖杏子,这都是难得的新气象。如何更好地保护好这一行业,在规范出台之后,就要看执行能否到位、管控是否有力。相关执法部门、各级消费者协会,都应该出台措施监督到位。

直播带货这种新兴的网络销售模式,需要更多监督。人民日报新媒体于6月16日上线全国直播电商投诉平台,截至目前,平台累计收到近2000条各类投诉信息。各家媒体能直接介入,当然是强有力的监督。同时,也需要消费者做有心人,共同监督,让直播带货走得更好更远,使在线新经济健康发展。

浦发银行 信用卡 VISA
SPDBANK Credit Card

潮惠花
小浦集市

7月1日-7月5日
上海豫园黄金广场

来小浦集市, 优惠购国潮优品
更有1元抽盲盒赢锦鲤大奖!

扫我更多惊喜

*活动优惠限量, 先到先得
详情见现场海报