

今年环保投入约占全市生产总值3%

# 申城空气优良率87.2%创纪录

本报讯(首席记者 姚丽萍)今年,全社会环保投入占全市生产总值比例保持在3%左右。今天上午,市十五届人大常委会第30次会议听取本市2020年环保目标完成情况,以及2021年主要环保目标。

据悉,2020年本市环境空气质量创下新纪录——

四个“最低值”:PM2.5年均浓度为32微克立方米(目标值为37微克立方米),二氧化硫、PM10、二

氧化氮年均浓度分别为6.41、37微克立方米,四个指标均为有监测记录以来最低值。

一个“历年最高”:环境空气质量指数(AQI)优良率为87.2%(目标为80%左右),同比上升2.5个百分点,为历年来最高。重度污染天数1天,与2019年持平。环境空气质量六项指标,首次全面达到国家环境空气质量二级指标,其中,二氧化硫、一氧化碳持续达到

一级指标。

同时,从地表水环境质量状况看,全市水质考核断面达标率为100%,圆满完成年度目标。2020年,全市主要河流断面水环境功能区达标率为95%,同比上升7.7个百分点。Ⅱ-Ⅲ类断面占74.1%,同比上升25.8个百分点;Ⅳ-Ⅴ类断面占25.9%,同比下降24.7个百分点;无劣Ⅴ类断面(2019年为1.1%)。

今年,本市环保主要目标是:PM2.5年均浓度控制在35微克立方米以下;40个国考断面水质达到或好于三类水体比例保持65%以上;土壤、地下水及近岸海域生态环境质量保持稳定;主要污染物和二氧化碳减排完成国家下达任务;新增森林面积5万亩;全社会环保投入占全市生产总值比例保持在3%左右。

实现今年环保目标,本市将突

出系统治污,深入打好污染防治攻坚战。其中,大气聚焦PM2.5和臭氧协同控制,全面实施重型柴油车国6a标准,严格落实国三柴油货车限行和提前淘汰措施,加强非道路移动机械管理。

同时,贯彻实施《长江保护法》,深化推进雨污混接和污水纳管整治,加快推进排污口整治,扎实推进清洁小流域建设,持续提升“一江一河”环境品质。

## 花博会主轴打造特色“故事线”

本报讯(记者 裘颖琼)观赏第十届中国花卉博览会,可以去场馆、展园转转,也别忘了留心串起这些景点的花博会主轴景观。记者从主轴景观设计方华建集团环境院获悉,主轴景观总长1.3公里,以自然蜿蜒的步行体验为设计特色,用“林”和“花”作设计主题,来展现生态科技与创新技术,迎接花开盛世。

花博会主轴景观由入口广场、世纪馆屋顶、花舞广场、花舞双桥、复兴广场、复兴大道、醉花步道等组成,目前正在加紧建设,项目进度已完成80%以上。“花博会主轴景观其实是一根‘故事线’,讲述崇明和花的故事。”华建集团环境院花博会主轴景观设计负责人李倩如告诉记者,比如花博会主入口的造型,设计概念源自崇明岛由水流冲刷而成的特色与肌理,模拟自然界中岛与滩涂的形态,一个个树阵绿岛似岛似滩,绿色蜿蜒,打造独具崇明特色的森林入口体验。

穿过“蝶恋花”造型的世纪馆,就是不容错过的舞动之桥——花舞双桥。两座桥不仅曲线弧度优美,犹如飘带从水面轻轻飘过,自然灵动,还是较为少见的“有林有花”人行景观桥,量身定制的桥体结构可承载乔木及花卉的种植需求。李倩如说,桥面上种植了32棵娜塔莉,同时姹紫嫣红的织锦花带掩映在林荫下,再伴随两侧湖面上气势恢弘的音乐喷泉,让游客有一种“人在花间林下走过”、



■ 花博会特色场馆——世纪馆,为覆土型花坡建筑,形如一只五彩斑斓的蝴蝶,展现了“蝶恋花”的美好画面  
本报记者 陈梦泽 摄

赏心悦目的体验感。

森林体验的复兴大道,则连接复兴广场。大道上种植了8排高大的榉树树阵,林下超级凤仙、园艺八仙花与观赏草结合,以自然飘逸的

花海景象来烘托花博会的热闹氛围。值得一提的是,大道两侧还将摆上上海最长的观花长椅,总长156米,以牛奶盒回收的环保材料制成,体现了生态可持续发展理

念。市民游客在观花长椅上休憩时,还可以欣赏两侧的花海,主要花卉品种会有非洲凤仙、大花海棠、绣球、薰衣草等,形成一道靓丽的、花意盎然的风景区。

本报讯(记者 张钰芸)从首创云上时装周全面恢复线下发布,上海时装周成为中国在国际时尚界发声的核心平台。记者从昨天下午举行的2021秋冬上海时装周新闻发布会上获悉,以“Bloom the Spring 迭变启航”为主题的2021秋冬上海时装周将于4月6日启动,超过一百场男女装、童装、礼服新品将在线下发布,同时首次推出“上海时尚生活嘉年华”,打造全网平台线上首发活动,为“五五购物节”预热。

在严格贯彻落实疫情防控的基础上,2021秋冬上海时装周将全面开展线下各项活动,并通过互联网智能技术与大众在云端展开互动交流。记者了解到,本季时装周由扎根上海20年的多元艺术潮牌马克华菲 MARK FAIRWHALE 开场,将中华文化与国际潮流元素接轨,通过服装唤起现代中国青年精神共鸣。随后,超过一百场的男女装、童装、礼服新品发布,将汇集上

海新天地、上海油罐艺术中心、静安嘉里中心、静安八佰秀等申城时尚艺术地标。

作为助力中国自有品牌崛起的最佳平台,时装周组委会表示,2021秋冬上海时装周作品发布参与品牌中,超过65%品牌为多季连续走秀,通过时装周作品发布的推动,逾六成品牌在2020年销售额有明显增长,近四成品牌新增线下实体店。

随着中国设计越来越受到市场青睐,上海城市时尚磁吸效应也越发显著,据统计本季时装周为期一周的发布中,上海本土品牌占比超过50%。品牌聚焦也日趋多元化,其中与环保结合的品牌超过

40%,与非遗相关的品牌近20%,跨界合作品牌近50%。

4月8日起,以MODE为代表的十余场上海服装服饰商贸订货会也将同期展开,持续打造亚洲最大服装服饰新品订货季。时装周组委会表示,尽管继续受到海外参展品牌和买手缺席的影响,但仍将有超过800个时尚品牌参与本季订货,与来自各地具有市场引领力的渠道买家密切对接,为新一季市场繁荣蓄势赋能。

探索将T台时尚与大众消费相结合,本季上海时装周还将首次推出“上海时尚生活嘉年华”活动,打造全网平台线上新品首发,助力中国设计品牌快速走入大众

消费视野,力求促成品牌与消费者的相互成就。主办方表示,“上海时尚生活嘉年华”是本季时装周促消费、稳增长工作的重要环节,也是助推上海五五购物节的重点内容。

记者从市商务委获悉,今年一二月份,上海市社会消费品零售总额又保持了48.6%的增长,高于全国。“非常期待我们的设计师品牌能够成为中国最具影响力的自主品牌,通过全网宣传推广和全程服务,‘卖全国’乃至‘卖全球’。作为全市五五购物节预热,期待上海时装周继续向全国、全球推出最新、最潮的品牌,其全球时尚指数排名能跃居世界前列。”

2021秋冬上海时装周4月6日启动

## 预热上海“五五购物节”



今日论语

### 收集个人信息 App 不得“出界”

纪玉

App 收集个人信息,哪些属于“必要”范围?近日,国家网信办、工信部、公安部、国家市场监督管理总局四部门联合发布《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》,明确了地图导航、网络约车、即时通信等39类App必要个人信息范围,要求App不得因为用户不同意提供非必要个人信息,而拒绝用户使用其基本功能服务。

App 收集用户个人信息,应遵循合法、正当、必要的原则。比如,地图导航类App,可以要求获取位置信息,但想看用户的通讯录,就属于“非分之想”。但在现实中,App 超范围收集用户个人信息、过度索取用户个人信息授权等现象,屡见不鲜。有时,用户可以拒绝授权;有时却是“不授权就不让用App”,用户出于需要不得不同意;甚至有时用户还没同意,App 就开始收集个人信息或打开权限,用户不知不觉间已被侵权。

此次新规规定了39类App必要个人信息范围,相当于画下明确“界线”,App 如果“出界”,就要受到依法处理。此前,有关部门已经出台《App 违法违规收集使用个人信息行为认定方法》,有了更明确的必要个人信息范围,监管和执法也将有更清晰的标准和依据。

如今,企业过度收集个人信息的现象不时引发关注和担忧。“3·15”晚会曝光部分商家在店铺内安装人脸识别摄像头,日前又有媒体关注“扫码点餐”背后的信息过度收集:有的餐厅需要关注公众号、提供手机号,甚至成为会员才能点餐,不仅侵犯消费者选择权,也带来个人信息泄露风险。对企业来说,收集的个人信息“不嫌多”,信息越多,越有利于给用户或消费者“画像”,方便精准营销。有的App 超范围收集个人信息,也是类似逻辑。因此,无论是线上还是线下,都要进一步健全个人信息保护的制度和制度,遏制过度收集个人信息的现象。

江苏银行上海分行

三年期个人定期存款

4.125% (1万起)

详询江苏银行上海分行各营业网点

021-22258243 021-22258242