

2023,“四大品牌”如何打得更响

——三年行动计划(2021-2023 年)相关内容解读

上海服务 全面提升核心竞争力

推动服务业高质量发展,不仅事关上海城市能级和核心竞争力的全面提升,也事关上海更好服务全国发展大局。市发改委副主任裘文进表示,本轮打响“上海服务”品牌三年行动计划共有13个专项行动,累计56项任务,具体包括:

在提升城市核心服务功能中打响品牌。包括提升金融服务能级、提升国际贸易服务能级、提升航运服务能级、提升科技创新服务能级等4个专项行动,重点推进打造服务“双循环”的金融市场和重要基础设施、推进服务贸易创新发展、提高航运智慧服务水平、提升功能型平台和技术转移机构服务能力等17项工作任务。

在服务经济高质量发展中打响品牌。包括提升专业服务能级、推动世界设计之都建设等2个专项行动,重点推进打造一流法律服务高地、推动专业服务一体化协同发展、工业设计赋能产业创新发展、文化创意激发城市活力等12项工作任务。

在服务民生高品质生活中打响品牌。包括扩大上海品质教育供给、建设全球健康城市、建设老年友好城市、深化世界著名旅游城市建设、建设国际体育赛事之都等5个专项行动,重点推进擦亮上海基础教育品牌、完善公共卫生体系、优化养老服务供给、形成国际旅游开放枢纽、培育一批自主品牌赛事等19项工作任务。

在服务城市高效能治理中打响品牌。包括提升城市管理精细化服务能级、深化政务服务“一网通办”和城市运行“一网统管”建设等2个

上海“四大品牌”如何打得更响、传得更远、影响更广? 答案就在新一轮三年行动计划中。近日,上海印发《全力打响“上海服务”“上海制造”“上海购物”“上海文化”四大品

牌三年行动计划(2021-2023 年)》。为了做好重要政策解读,持续提升上海“四大品牌”影响力,昨天下午,各部门负责人分别介绍了《行动计划》的相关内容。

专项行动,重点推进打造具有世界影响力的城市管理精细化示范区、支持数据赋能城市数字化转型、构建“一网通办”全方位服务体系、做强做优“一网统管”应用场景等8项工作任务。

上海制造 打造世界级新兴产业发展策源地

新一轮“上海制造”品牌三年行动计划包括“四名”“六创”十大专项行动。市经信委总工程师张宏韬表示,通过三年行动,要努力打造世界级新兴产业发展策源地、联动长三角、服务全国、辐射全球的高端制造业增长极、具有国际影响力的制造品牌汇聚地。

“四名”围绕“名品”“名企”“名家”“名园”展开。“名品”即打造100项重大短板装备、100项先进材料、一批智能终端产品。全力打造时尚消费精品,打造上海设计100+、时尚100+、品牌100+。“名企”即加快建设世界级领军企业、链主型企业、硬核科技企业、专精特新企业等卓越制造企业群体。“名家”即推进产业菁英计划,选树600名产业领军人才。形成一批具有鲜明时代特征、上海特色、国际水平的企业家队伍。实施首席技师、技能大师工作室等培养计划。“名园”即优化提升产业园区品牌,培育临港、张江、漕河泾、

牌三年行动计划(2021-2023 年)》。为了做好重要政策解读,持续提升上海“四大品牌”影响力,昨天下午,各部门负责人分别介绍了《行动计划》的相关内容。

化工区、国际汽车城等5个左右世界级品牌园区,建设五个新城“一城一名园”,打造40个以上市级特色产业园区。

“六创”围绕“数字创智”“技术创新”“质量创优”“集群创建”“服务创誉”“绿色创先”展开。包括实施“工赋上海”计划,打造灯塔工厂;促进企业数字化增效,打造100个以上数据驱动型智能工厂;实施产业基础再造,聚焦“五基”领域,实现200项关键基础零部件及元器件工程化和产业化;加快构筑标准体系优势,形成一批比肩国际先进水平、拥有自主知识产权的“上海制造”标准;推进数字赋能提升,打造绿色产品、绿色工厂、绿色园区和绿色供应链“四绿”标杆示范等。

上海购物 2023年社零总额超过1.8万亿元

到2023年,上海社会消费品零售总额规模要达到1.8万亿元以上,网络购物交易达到1.6万亿元左右,打响160个左右引领性本土品牌,新引进品牌首店2400家以上……市商务委副主任刘敏表示,今后三年,上海将逐步建成具有全球影响力、吸引力和竞争力的国际消费中心城市。为此新一轮“上海购物”品牌三年行动计划在发展首发经济、培育本土品牌、发展夜间经济、推进商业数字化转型等方面,加大推进力度,聚焦8个专项行动提

上海文化 全面助力城市软实力提升

上一轮《行动计划》实施三年以来,上海聚焦用好三大文化优势资源,持续打响红色文化品牌,构筑红色基因传承弘扬高地,“党的诞生地”成为上海鲜亮名片;同时,持续打响海派文化品牌,营造文化创新创造活力之城,城市精神品格深入人心,文艺高地建设持续夯实,文化节展活动品质提升,现代公共文化服务体系基本建成,文化创意产业提质升级。更持续打响江南文化品牌,江南文化研究传承水平持续提升。

三年来,全市文化品牌标识度显著提升,城市文化软实力不断增强。市委宣传部文化改革发展办公室主任刘海英表示,《行动计划》明确了今后三年文化方面的主要目标,即全面助力上海城市软实力提升,深化建设更加开放包容、更富创新活力、更显人文关怀、更具时代魅力、更有世界影响力的社会主义国际文化大都市。

上海不仅会在红色文化传承弘扬中彰显“上海文化”品牌建设凝心铸魂作用,在海派文化传播提升中彰显“上海文化”品牌建设聚力汇智作用,更在江南文化发掘创新中彰显“上海文化”品牌建设培根固本作用。

以“高质量文化发展、高品质文化生活、高水平文化供给、高效能文化治理”为导向,上海将以“用足用好红色文化、海派文化、江南文化资源”为主线,围绕做强“码头”、激活“源头”、勇立“潮头”,聚焦提升“上海文化”标识度,形成“12项专项行动、53项抓手、150例重点项目”的文化品牌建设任务体系。

本报记者 张钰芸 赵玥

市友协选出新一任会长

本报讯 昨天,上海市人民对外友好协会第五届理事会第三次全体会议在上海展览中心举行。市委常委、市委秘书长诸葛宇杰出席并讲话。会议选举陈靖为上海市友协新一任会长。市政协副主席李逸平出席会议。

会议指出,上海拥有丰富的民间外交资源,市友协要发挥好示范引领作用,带动全市各领域的民间对外交往,力争在服务国家总体外交、营造于我有利的国际环境、助推加快构建上海对外开放新格局和提升上海城市软实力方面作出新的更大贡献。

上海市庆祝中国人民解放军建军94周年慰问演出昨晚举行 年度最美退役军人揭晓

本报讯 (记者 江跃中)上海市庆祝中国人民解放军建军94周年慰问演出暨最美退役军人发布仪式昨晚在上海大剧院举行。经评选,志愿军老战士、著名作曲家任红举,全国劳模陶依嘉等20人(单位),荣获2021年度上海市“最美退役军人”称号。副市长、市双拥工作领导小组副组长、市退役军人事务工作领导小组副组长彭沉雷出席。

本次慰问演出和发布仪式以《在党旗的引领下》为主题,由保家卫国、永葆本色、军魂永铸3个篇章组成,采用交响情景表演唱、短视频展播与先进典型现场讲述等形式,

充分展示近年来上海市深入贯彻落实习近平强军思想和党中央有关双拥工作和退役军人工作的重大决策部署,推动双拥工作和退役军人工作在创新发展中取得的新进步、新成就,展现军民团结、鱼水情深的新气象、新风貌。



二〇二一年度上海市「最美退役军人」扫码看名单

今起三四天可能天天有雨

本报讯 (记者 马丹)时隔半月,申城昨天再拉高温黄色预警信号,市区徐家汇站最高气温定格在35.1℃,也让今夏高温天数更新为9天。今天天空云系增多,上午偶有分散性阵雨,下午转为阵雨或雷雨,但是高温也暂时“退场”。据上海中心气象台预报,未来三四天,本市天气都和今天有点相似,上午以多云到阴或阴到多云“开场”,随后以分散性阵雨或短时阵雨或雷雨“结束”,气温也不算太高,多数在30℃出头。

刚告别了慢性子台风“烟花”带来的持续降水,申城“干爽”了没几天,又要进入湿漉漉模式?气象专家说,下周降雨出现的频率确实比较高,但是市民也不用太过担心,下周的降水以分散性、局地性的降水居多,有时候可能会出现“东边下雨西边晴”的情况,较为明显的降水会出现在下周二前后。据预报,下周前半周,本市以偏东气流为主,风力较大,因此,气温不容易“冲高”,周中以前最高气温预计在31~32℃,后期气温略有爬升。

为啥三伏天这么难耐?

上海中伏后半程高温概率不大

从7月11日入伏以来,今年的三伏天已经过半。通常,三伏天被认为是一年中最热的一段时间。那么,三伏天为何那么难耐?其实,“三伏”的说法是由秦汉时盛行的五行学说延伸而来,主要指中原地区气候一年中最闷热的一段时期,是“头伏”“中伏”和“末伏”的统称,一般在7月中旬至8月中旬。而从气象数据来看,我国的三伏天时常出现高温、高湿天气,也正因为如此,让人直呼“吃不消”。

入伏之后,地表的湿度会变大,地表层的热量累积下来,天气变得炎热。一方面,夏季雨水多,空气湿度大,水的比热容比干空气要大得多。另一方面,七八月份副热带高压加强,更易出现晴朗少云天气,阳光强烈,天气就更热了。

根据中国天气网统计的近30年来(1991-2020年)的气象数据,我国大陆主要热在头伏和中伏,但东南沿海和岛屿地区大多是热在末伏。具体来看,长江中下游地区最热的时候通常是中伏。但气象专家也表示,三伏天到底哪伏最热存在年际变化和地区差异,

为啥三伏天这么难耐?

最热的时段出现在哪一伏,或是立秋后会不会出现“秋老虎”,都取决于当年的天气系统。对今夏的上海而言,今年的中伏可能并不算太热。前半段有台风“烟花”送清凉,后半段出现高温的概率也不大——从最新天气预报来看,尽管昨天再迎高温,但随着清凉的东风又从海上徐来,今年上海的中伏后半程可能不会有高温天出现。

本报记者 马丹