

“四叶草”垃圾分类“新变化” 更智能更精细更环保

满溢报警的5G智能垃圾桶,2辆新能源清扫洗地车,“戴面具”的果壳箱,24人的可回收物分拣团队……今年,“四叶草”内垃圾分类的“新变化”,你有没有注意到?

更智能 33组5G垃圾桶

上午,记者在国展中心3馆7号门前看到,一组包含有2个干垃圾桶、1个湿垃圾桶、1个可回收物桶的5G智能垃圾箱,如同一排漂亮的储物柜,吸引了观展者的目光。轻点屏幕,点击“干垃圾”“湿垃圾”“可回收物”等按键,箱体上的门就会打开,等待“吞进”垃圾。

值得一提的是,屏幕上还有一个“儿童模式”按钮,点击后扔垃圾的按键就会降低到适合儿童的身高。而扫一扫屏幕上的二维码,还能用虚拟货币兑换商城礼品,一环保分相当于一元人民币。

“每个垃圾桶顶端,都有一个红外垂直感应器,可以监测到垃圾是否超限,超限即会报警。后台可以监测到每一个点位、每一个桶的垃圾满溢情况。”上海梓矜科技有限公司工作人员王维表示,今年“四叶草”共添置了33组、147个智能5G垃圾桶,分布在每个展馆的4号门和7号门前。前期,政府部门和国展中心管理方根据不同的场地条件和人流量,设计了一“拖三”“一拖四”甚至“一拖六”的精细化方案,即每组垃圾桶的干、湿、可回收桶的数量都是“量身定做”的。



■ 5G 智能垃圾桶
本报记者
周馨 摄

更环保 添置新能源清扫车

记者来到北广场垃圾中转站边,一辆崭新小巧的清扫洗地车正在充电,“吃饱饭”后即开始洒水边清扫地面。据悉,场馆内今年添置了2辆这样的新能源洗地车,在一整天的会展结束后,两辆小家伙就趁夜深人静,开始对0米层和16米层进行清扫,每晚要扫两遍。

“红线内新增了两辆新能源洗地车,红线外新增了16辆新能源清扫车。这些车辆的运能和处置效率与燃油车相差无几,我们将进博会办展向节能方向发展。”国家会展中心运营中心总经理助理王震涛表示。

更精细 果壳箱加了盖

此外,场馆内外的果壳箱都加了盖,如同戴上了“面具”。记者看到,场内果壳箱的可回收物收集箱上,都有不同形状的可回收物投口,方便大家投放。场馆外的二层步廊上的两分类垃圾桶,也加上了新盖子,废纸张、废瓶罐和其他可回收物都能通过各种投口,各归其位。

场馆内还有一个24人的团队,专门在现场对可回收物进行二次筛检。而前端则有405人的宣讲团队,在现场指引、宣传垃圾分类。“若场内达到5万人以上的密集程度,所有垃圾箱体的盖子都会打开,方便大家投放。”本报记者 金雯 矣

「健康上海演播厅」在进博会开播

“健康上海演播厅”于11月5日至10日在第四届进博会开播。作为首个设立在进博会的大型健康直播节目,此次“演播厅”延续上届进博会的成功模式和经验,邀请各领域的专家、学者、管理者,共同参与和关注卫生健康新业态、新模式,一起探讨健康战略新方向、新发展。市健康促进委员会办公室副主任、市卫生健康委员会健康促进处处长王彤通过节目,与大家分享进博会给健康上海行动推进带来的新启示和新理念。

王彤表示,今年的防疫准备非常严格且细致,进馆所有的人员两天测一次核酸,做到人、馆、物的同防,确保进博会有条不紊地开展。“尤其不要轻视小小的蚊子,不仅传播疾病,而且会给观展体验带来很大的影响。”他介绍,目前,有60位病媒防制队员全天候驻守在会展中心,日行三万步进行巡防,通过病媒防控专业技术,确保万无一失。

进博展馆内突发身体不适急需就医该怎么办?王彤介绍,在展馆内共设置了五个医疗点,配置了医护人员,还有防控人员进行巡查。一旦发现紧急情况,比如有发热症状,会第一时间及时处理,确保全程闭环,筑牢防疫防线。

“除了我们的医疗保障人员,场馆内还有一支‘小叶子’志愿者队伍。”他说,这支爱国卫生与健康促进专职志愿者队伍由上海健康医学院、上海中医药大学的学生组成,每天以巡查形式开展志愿服务,提醒场馆内人员规范佩戴口罩、保持社交距离、保持环境卫生和劝阻违规吸烟、指引吸烟点等。

“不管是传染病的预防,还是重大慢性病防控,在进博会都能找到好技术、好产品,但是我们不能仅仅依靠这些技术和产品来维护自身健康。”王彤指出,一方面要用好科学技术,另一方面也要强调自主健康的理念,把自己的行为管理起来,这更为重要。

本报记者 左妍

浦发银行多项综合举措 积极服务第四届进口博览会

第四届中国国际进口博览会于11月5日在上海正式开幕。日前,作为上海本土金融旗舰企业的浦发银行上海分行充分结合自身优势,凭借完善的金融产品体系推出一系列针对参与进博会各方主体的金融综合服务。

升级推出4.0版进博会综合金融服务方案。本次服务方案涵盖跨境支付便利结算、贸易融资、汇兑避险保值等,并结合交易主体个性化特点,开展跨境供应链金融服务、跨境电商综合金融服务、科技金融等特色服务。通过构筑支持国际供应链为核心的跨境金融服务体系,形成以服务贸易及境外销售商为支持主体的科技金融、离岸金融等专项服务,“客户体验和数字科技”双轮驱动,为进博会“办出水平、办出成效、越办越好”贡献浦发智慧和浦发力量。

携手中国(上海)国际贸易单一窗口。浦发银行是第一批与上海单一窗口采用系统直联的银行,通过API接口进行对接,将金融服务模块内嵌于单一窗口界面中,为外贸企业提供在线付汇、购汇、申报等功能。今年在现有合作的基础上,浦发银行将相关产品重新整合,推出“浦汇贷”特色产品,为符合我行准入要求的小微企业新增通过单一窗口平台进行线上融资申请、提款和办理跨境结算业务的渠道。

实行进口博览会政策响应机制。对于相关跨境交易(包括货物贸易和服务贸易)的收支业务,浦发银行在展业的基础上进一步提供政策绿色通道,在全辖建立快速沟通机制,如遇进口博览会相关业务无法按现行规

程正常办理的,及时和对口部门沟通并在指导下力促业务顺利开展。

完善金融服务设施和系统安全保障机制。浦发银行注重加强业务系统运维和技术保障,强化应急管理和演练,完善信息反馈和报告制度,着力保障国家会展中心展区金融服务。保障个人项下外汇业务的需求,增加展区辐射区域的自助设备投放、外币现钞的供应,尤其是会展中心辐射区域的外币现钞供应,保证外汇兑换畅通有序。

服务虹桥商务区客户推出专属服务。随着虹桥商务区内的企业也可开立自由贸易账户(FT账户),并基于这一账户体系享受更便利的跨境金融服务。浦发银行将积极引导区域内企业开立FT自由贸易账户,开展便捷的跨境贸易本外币结算和境外融资服务。通过精简审核材料,丰富汇兑产品,提供高适配度融资方案,支持虹桥商务区的进口贸易促进创新示范区和国际化中央商务区建设,促进长三角区域更高层次的协同开放。

通过提供创新、多元、便利的金融产品和服务,浦发银行将为把这场家门口的进口盛会办得安全、精彩、富有成效贡献自己力量。持续推进自身特色服务影响力,为进博会增添浦发动能和力量。

美乐家中国区总裁许玮： 进博会让世界看到中国 以及每一个外国展商的中国故事

11月5日,第四届中国国际进口博览会拉开帷幕。作为一家为全球数百万家庭提供产品与服务的企业,美乐家第三次亮相进博会,并连续两届独立参展。从进博会的新朋友到老朋友,从依托东方美谷到独立设展,美乐家通过进博会收获了什么,又从中国市场探索与收获了什么?

紧跟国家政策,探索市场机遇

此次进博会美乐家将关注点聚焦到了儿童营养品市场,并为中国消费者带来了其全新重磅推出的升级配方儿童DHA藻油夹心软糖,该产品专为中国市场量身定制,在为儿童提供DHA营养的同时,采用了创新型的夹心软糖设计,保护DHA免受氧化影响。

数据显示,我国0-14岁人口占比17.95%,80%家庭中儿童支出占家庭支出的30%-50%,儿童消费市场或将成为市场新的发力点。

为此,美乐家在原有“熊宝宝系列”儿童产品的基础上,针对中国市场进行产品种类的扩展和细化,研发适合中国儿童的产品并大力推广。在中国儿童提供每日营养的软糖研发中,美乐家抓住了健康食品零食化日益风靡的趋势,在口味与营养之间寻找平衡点,寻求跨界组合,在满足中国儿童对产品口味需求的同时,为他们的成长保驾护航。

“美乐家是一家低调的企业,但我们的产品并不低调,这是我们立足全球市场36年的根基。我们紧跟中国市场的步伐,无论市场怎么变,美乐家在满足中国消费者需求的决心和策略不会变。”美乐家中国区总裁许玮表示。

迎合消费需求,坚持本土化战略

进入中国市场后,美乐家花费了大量人力和资金投入产品的研发和生产,产品本土化也成为美乐家在中国的企业战略。此次进博会上,美乐家还为中国消费者带来了乳酸菌扁桃仁巧克力。在休闲零食中注入营养原料,这样的跨界组合得到越来越多中国年轻消费者的喜爱。

美乐家在中国的产品系列不仅紧跟中国消费新趋势,同时注重中国本土化特点,研发中国市场独有的产品。为此,美乐家将目光投入到中国的传统文化和本草概念中,在部分产品中使用汉方,融入了桂圆、红枣、人参、雪梨等中国传统元素,用本土的



美乐家在进博会上的展台

原材料研发针对中国人体质的产品,同时满足中国消费者对文化传承的需求。

此外,美乐家一改西方家庭喜爱服用片剂营养品的习惯,在中国市场更多地研发饮品及粉剂,以贴近中国消费者的习惯需求。正是用心对待中国市场及消费者的决心,美乐家在中国的会员顾客数量突破百万,并成为其海外最大的市场。

依托进博会平台,与中国共成长

进入中国市场以来,美乐家依托中国市场优良的营商环境以及中国消费者的信赖稳健发展,并坚定深耕中国市场的决心。“从上海市工业综合开发区到东方美谷,再到如今的进博会,美乐家通过中国市场提供的一个个卓越的平台站稳中国市场。从依托东方美谷参展,到如今再次独立设展,美乐家与进博会共同成长。”许玮表示。

进博会平台的搭建,让美乐家在中国信心满满并加码投资。首届进博会后,美乐家于2019年初宣布投资1.5亿美元,在华设立美乐家中国总部园区及海外最大日化生产基地,表达了其对中国市场的信心。同年,美乐家依托东方美谷美谷展台参加了第二届进博会。在充分受益于进博会的溢出效应后,美乐家在第三届进博会上以独立展商身份参展,并全球首发针对中国消费者的新品大获成功。今年,美乐家在华投资的生产主引擎将落成并投入运营。

“中国巨大的市场潜力让全世界关注到了中国,而进博会的成功举办又让世界真切地看到了中国。每一个进博会的老朋友都是中国市场的受益者,而我们要做的,是坚定我们的中国策略,讲好我们的中国故事,让更多外商走进中国,让更多中国消费者喜爱我们。”许玮表示。

(陈文峻)