



“碳秘”不仅是活动 更应成为生活

凌云



一杯拿铁咖啡的碳排放,相当于燃油车行驶1.8公里。这一精准数据,如同一记警钟,唤起了人们对日常消费场景碳足迹的关注。近日,位于虹口和平公园的上海碳秘馆里,来自低碳生活领域的专家,以翔实且精准的数据,揭开消费场景背后隐藏的碳足迹神秘面纱,为社区居民带来一场精彩的“碳秘”活动,解码低碳生活的无限可能。

明天是全国低碳日,今年的活动主题是“碳路先锋,绿动未来”。社区作为城市的基本单元,无疑是低碳生活理念落地生根的重要土壤。日前,静安寺街道城运中心联合景华居民区在街道“邀吾集”低碳驿站举行“小

手牵大手”垃圾分类科普宣传活动。活动现场,孩子们和家长一起参与充满趣味与挑战的垃圾分类游戏,通过模拟投放、知识问答等环节,在欢声笑语中学习垃圾分类知识。

如何将低碳生活、社区共建与商业活力有机结合,成为城市发展面临的重要课题。在今年的“五一”黄金周期间,瑞虹天地月亮湾举办首届“旧物循环派对”,通过唤醒旧物价值、倡导资源再生闭环,推动可持续消费理念落地,创建了兼具环保意义与趣味体验的假日社交新场景。

目前这些活动虽然取得了一定成效,但仍存在一些不足。例如,活动的影响力范围相对有限,参与的居民往往集中在部分人群,如老年人、孩子等,年轻人和上班族的参与度相对较低;很多低碳活动只是短期举办,缺乏长期规划和持续推进等。

“碳秘”不仅是一场活动,更应成为一种生活。社区应制定长期的低碳生活发展规划,明确目标和任务,将低碳活动纳入社区的日常工作安排。定期对活动效果进行评估和总结,根据评估结果调整活动内容和形式,确保活动的持续性和有效性。像在嘉兴路街道安丘居民区的共享会客厅里,居民捐赠的闲置旧物与废旧垃圾改造的创意摆件琳琅满目。这些旧物经过居民们的巧手改造,变成了独具特色的装饰品,既实现了资源的再利用,又为社区增添了一份艺术气息。居民们用实际行动展现出对低碳生活的热情,营造出邻里互助、绿色共享的和谐氛围。

针对活动时间短的问题,有条件的社区可将每个月设定为不同的低碳主题活动月,如“节能月”“节水月”“绿色出行月”等。每月围绕主题开展一系列丰富多彩的活动,如

节能知识讲座、节水妙招分享、绿色出行打卡等,让居民在不同主题的活动中,深入了解低碳生活的各个方面。

可以建立一支稳定的低碳生活志愿者队伍,负责“探秘”活动的策划、组织和实施,以长效机制吸引更多居民从“旁观者”变为“参与者”。像嘉兴路街道通过持续深化《低碳生活新时尚实践区建设三年行动计划》,以志愿精神与低碳理念为双翼,在环瑞虹低碳生活圈书写“邻里相亲、生态共生”的治理新篇,让“新时尚”真正融入日常生活。

“碳秘”生活,创造更多社区新场景,是城市可持续发展的必然要求。通过理念和机制的协同推进,让低碳成为城市生活的新常态,让社区成为绿色共享的温馨家园,形成全社会共同推动低碳发展的强大合力。

本报讯(记者 杨洁)6月23日至29日是第35个全国节能宣传周,主题为“节能增效,焕新引领”。今天上午,市机管局联合静安区人民政府共同举办2025年上海市节能宣传周公共机构节能降碳专题宣传活动,包括绿色主题展示、案例讲解、虚拟电厂项目签约等,体现绿色低碳循环发展理念和“厉行节约、反对浪费”的鲜明导向。

据悉,“十四五”以来,上海公共机构聚焦绿色低碳循环发展,坚决实施全面集约节约战略,大力培育绿色低碳生活方式和

践行绿色低碳循环发展理念 沪公共机构多项能耗水耗指标下降

工作方式,有效发挥了对经济社会绿色低碳转型的示范引领作用,取得了积极进展和显著成效。2024年,上海公共机构能源消费总量、单位建筑面积能耗、人均能耗、人均水耗等主要指标,同比分别下降3.77%、0.90%、0.41%、1.17%,较好完成了“十四五

公共机构能源资源消耗总量和强度控制阶段性目标。

节能宣传周期间,上海公共机构还将紧扣活动主题,开展《党政机关厉行节约反对浪费条例》学习贯彻会、院士讲堂、专题研讨会、节能培训及现场考察、节能知识竞赛、节

能案例“云展示”、绿色服务宣传进机关等系列活动,以实际行动践行低碳理念,在绿色低碳循环发展上做表率。

以本次宣传周为契机,全市公共机构将积极推动节能降碳工作再上新台阶,助力上海经济社会绿色转型发展。

六月的上海,梧桐树影下是涌动不息的消费热浪。这座城市以其海纳百川的“首店经济”磁场,持续吸引着全球品牌的眼光。日前,中国美妆品牌花西子在港汇恒隆广场开出上海首店;博世舒适科技首家博世i-Hybrid舒适系统旗舰店落子上海;阿迪达斯全新可持续元素门店亮相徐汇,打造“无废”试验田。



消费市场大数据实验室(上海)监测显示,第六届“五五购物节”启动以来,上海线下消费总金额为3320亿元,日均消费67.8亿元,累计同比增长9.4%。近期,一系列首店落地、新品首发以及潮流首秀活动,正是持续激发上海消费市场活力的增长引擎,赋予城市更多引领全球消费潮流的底气。

国潮首秀 东方美学点亮全球视野

港汇恒隆广场的B1层,在一众以黑金色调打造奢华感的大牌门店中,花西子上海首店独具东方韵味,将轩窗、琉璃、花影等元素与园林造景艺术相融合,中心柜台还有东方明珠、金茂大厦、中华艺术宫等上海城市元素点缀,呈现独一无二的东方雅致风格(见图1,本报记者 张钰芸 摄)。

记者在店内看到,花西子为上海首店带来了一款首发新品——龙泉青瓷限定款玉养气垫。该产品将龙泉青瓷非遗工艺创新应用于彩妆产品中,消费者指尖轻触间,能够感受到青瓷清润如玉的匠心传承。该限定款气垫共1800个,仅在花西子上海首店及杭州全球旗舰店发售,进一步凸显了上海首店的独特地位。



“上海具有独特的商业魅力和文化底蕴,徐家汇商圈更是城市的商业地标,汇聚了大量高端消费人群。我们在这里不仅能够扩大本地的品牌影响力,也能接触到更多海外消费者,洞察全球消费的新趋势,为我们在海外市场的发展提供有价值的参考。”花西子母公司宜格美妆集团公共事务总经理曾敏表示,未来两年,花西子将以上海首店为样本,在一线和新一线城市持续拓展线下门店和专柜,依托于购物中心和百货业态持续深耕。

科技“样板” 品质好物营造舒适生活

上海,是全球品牌的“超级连接器”,也是消费趋势的“终极放大器”。隶属于世界500强德国博世集团的博世舒适科技日前在上海落子,在喜盈门国际建材家居品牌中心开出首家博世i-Hybrid舒适系统旗舰店,为消费者打造了一个沉浸式体验恒温、恒湿、恒氧、恒洁、恒静的全屋“五恒+”舒适生活的“样板间”。

“作为长三角世界级城市群的核心城市,上海市场潜力大,消费活力高,追求品质消费的趋势明显。博世将这家首店,同时也是旗舰店,设立在上海建材行业的核心商圈,希望能够以上海为龙头,辐射长三角地区,让更多人

触摸到充满科技感的绿色健康家居生活。”博世舒适科技中国区销售副总裁李林涛表示。

绿色创新 可持续门店引领“无废”风潮

同样是来自德国的企业,阿迪达斯在上海打造的首家三叶草全球旗舰店在今年5月开业,一举成为安福路上全新的网红地标。6月,阿迪达斯全新可持续元素门店紧随其后,在上海市徐汇区田林路上开业。

“收银台、模特和衣架等店内道具和装置,均为循环再利用,以最大限度延长使用寿命。”阿迪达斯大中华区可持续发展负责人吴亮介绍,通过回收再造,阿迪达斯还为旧衣服赋予“新职业”,制成店内试鞋凳、更衣帘和环保包装袋,发挥全新用途和价值(见图2,受访者提供)。

此外,门店采用LED节能灯,引入数字化能源和碳管理系统,监测并优化能源使用。同时常设旧衣回收箱,促进消费者在门店中达成“绿色循环”消费。吴亮表示,作为一家中国总部植根于上海的企业,全新可持续元素门店不仅是品牌价值的放大器,也将是阿迪达斯助力上海建设“无废城市”的一次创新。 本报记者 张钰芸

本报讯(记者 郭剑烽)

日前,上海同加国际贸易有限公司通过中国国际贸易单一窗口企业端,为该公司进口的一批冷链肉类申请相关海关检验检疫许可证件。企业根据系统提示提交完整申请材料后,不到1分钟,便收到申请已审核通过的短信提示,顺利取得《中华人民共和国进境动植物检验检疫许可证》。这是全国首份经智能审批后,系统自动签发的进境肉类检验检疫许可证,标志着进境肉类检验检疫审批进入智能“秒级”时代。

上海港是肉类产品国内国际双循环的重要交汇枢纽,连接全球200多个重要港口,进口肉类规模持续扩大,品种日益丰富。今年前5个月,上海口岸进口冷链肉类124万吨,在全国的占比超4成;上海海关共签发进境肉类检验检疫许可证5718份,同比增长31%。

为提升农食产品等重点商品通关时效,上海海关将推进智慧海关建设与促进跨境贸易便利化举措有机结合,根据海关总署统一部署,开发上线了进境肉类检验检疫智能审批系统,实现集“规范申报、智能校验、流程管理”于一体的智能审批功能,为企业打造“一键式”的最优体验。

上海同加国际贸易有限公司副总经理陈蕾介绍说:“之前我们要专门安排2名员工到现场负责办理,现在海关推行审批电子化后,可直接通过系统在网上申请,平均审批时间可以缩减至10秒以内,非常方便。”

在实现“秒审批、秒颁证”的同时,进口肉类食品安全也要牢牢守住。据上海海关进出口食品安全处一科杨轩介绍,肉类检验检疫系统实现与海关总署境外食品生产企业、指定肉类监管场地等数据实时对接,内置食品准入规则,实现对申请单位、境外生产企业、进境肉类产品的智能辅助校验,对企业申报的电子数据进行逐一审核及风险管控,比传统人工审核更精准高效。

肉类进口通关再提速 上海发出全国首张智能审批检验检疫证