

### 未来五年力争实现“十款、百亿、千人、万辆”四大目标

# 上汽集团发布中国汽车行业首个“氢战略”



全球首款燃料电池MPV—上汽大通EUNIQ7。(上汽集团供图)

本报讯 (记者王翔) 上汽集团昨天正式发布全球首款燃料电池MPV上汽大通EUNIQ7,并同时宣布中国汽车行业首个“氢战略”。未来五年,上汽将力争实现四大目标:推出至少十款燃料电池整车产品,旗下捷氢科技达到百亿元市值,建立起千人以上燃料电池研发运营团队,形成万辆级燃料电池整车产销规模,市场占有率在10%以上。

据上汽集团总裁王晓秋介绍,上汽是全球汽车行业唯一一家实现多品种燃料电池商业化落地的企业,商业化运营总里程近500万公里,累计实现碳减排逾600吨,相当于种下12万棵树。到2025年,上汽自主开发的燃料电池系统将实现累计销量超过3万台套,成为国内自主燃料电池系统的领导者。到2030年,上汽集团将成为具有完整自主知识产权和全球竞争力的燃料电池整车生产企业。

使用氢作为“燃料”的燃料电池汽车,具有无污染、高效率、载重高、加注快和续航里程等显著优势,加快发展燃料电池汽车已成为我国新能源汽车战略的重要组成部分。国家工信部制定的《节能与新能源汽车技术路线图》明确提出,到2030年燃料电池汽车推广应用达到百万辆,加氢站建设超过1000座的目标。

作为中国最早开展燃料电池技术研发的汽车企业,上汽

集团于2001年就启动了凤凰一号燃料电池汽车项目。近二十年来,上汽持续投入、扎实攻关,累计研发费用超过30亿元,迄今已获得511份燃料电池领域相关专利,并积极参与制定了15项燃料电池国家标准。上汽“燃料电池汽车关键技术研发及产业化项目”获得2019年“中国汽车工业科技进步奖”特等奖。

上汽旗下捷氢科技,已掌握从电堆核心零部件开发(双极板、膜电极)、电堆集成、燃料电池系统集成到动力系统集成、整车集成的完全正向开发能力,并具备完整的自主知识产权。其推出的PROME P390燃料电池系统,功率、功率密度和低温启动等各项技术指标,比肩丰田、现代为代表的全球顶尖水平。燃料电池系统核心部件PROME M3H电堆完全实现自主设计开发,58个一级零部件全部国产化,自主化程度和国产化率均达到了100%。

此次发布的上汽大通EUNIQ7,是全球首款燃料电池MPV,搭载了上汽最新自主开发的第三代燃料电池系统。以该产品的成功问世为起点,上汽集团将结合用户使用场景,推动新一代自主燃料电池技术在重卡、轻卡、大巴等商用车产品的批量化应用,并适时推出全新的燃料电池乘用车产品。

体现防疫常态化下,上海经济生活强劲复苏,人民群众的文化生活逐步正常化

## 防控常态化下,上海首个综合性舞台作品集中展演活动启动

本报讯 (记者董晶) 昨天,红色“电波”回响在上海国际舞蹈中心,为“艺起前行”优秀原创舞台作品上海展演揭幕。接下来的一个多月里,来自北京、江苏、广东、广西、四川、陕西、上海等地的14台优秀原创剧目将集结亮相申城舞台。这是今年上海举办的首个综合性舞台作品集中展演活动,让市民足不出户“就能”进剧场,看大戏,为上海演艺大世界和上海国际艺术节市场复苏繁荣赋能,也将再一次激发上海和全国文艺工作者再出发的力量。

由市委宣传部、市文旅局指导,中国上海国际艺术节中心、演艺大世界主办,上海文化发展基金会支持的“艺起前行”优秀原创舞台作品上海展演,缘起于今年2月,市委宣传部在全市发起“艺起前行”主题短视频征集活动,共征集到2.2万条短视频,累计播放14亿次。台前幕后的文艺工作者顶住疫情压力,创作不停,创新转型,积极前行。在确保安全的前提下,“艺起前行”优秀原创舞台作品上海展演将这股热潮从线上延伸至线下。

此次展演活动也是上海贯彻落实中央深改组“以演出为中心”改革要求,推动本市文艺院团践行演出与创作双轮驱动发展的重要举措。展演涵盖歌舞剧、民乐、京剧、滑稽戏、彩调剧、昆剧、川剧、话剧、歌剧等表演形式,集结7省市14部原创佳作。展演作品紧紧围绕全面建成小康社会和建党100周年等两大重要主题,通过现实题材、革命历史题材等原创精品佳作,用艺术的语汇展现中国人民实现伟大复兴的逐梦旅程。展演也将为各地文艺创作的交流搭建平台,为推动文艺创作高质量发展提供借鉴,让全国文艺工作者们进一步携手抗击疫情、繁荣新时代中国文艺舞台。

昨晚为展演打响头阵的是荣获“五个一工程”奖、文华大奖的舞剧《永不消逝的电波》(以下简称《电波》),这也是该剧历经百余场巡演后,主创团队对该剧进一步理解、打磨后的呈现。今年6月24日启动复演后,《电波》不到三个月里已演出近40场;昨晚演至第151场,主演们纷纷表示,通过反复打磨作品懂得了“经时光磨砺,精益求精”的匠人精神,演出“重启”更懂得了生命之重、艺术之重、观众期待之重。据悉,上海歌舞团已连夜奔赴北京,开启新一轮巡演,“电波效应”将继续在全国扩散。

## 16个“夜游上海好去处”等你来打卡

### 旅游节文创市集彰显“建筑可阅读”城市魅力

■本报记者 何易 | 周辰

昨天下午,2020年上海旅游节系列活动——第二届“建筑可阅读”文创市集在静安嘉里中心举办。此次文创市集由全市16个区文化旅游局及上海文物交流中心共同参与,集中展示了上百种与“建筑可阅读”相关的文创产品。

记者从文创市集了解到,市文化旅游局和全市16个区共同推出16个“夜游上海好去处”及103条各具特色的建筑微旅行线路,凸显了各区的景观特点和文化特色,邀请市民游客踏上寻味之旅。

文创市集:把建筑“带回家”

上海市文化旅游局文物处副处长欧晓川认为,“举办‘建筑可阅读’文创市集的初衷,不仅仅是为宣传建筑,我们希望能够将建筑背后的人物、文化、历史推到台前,方便市民游客了解上海这座城市的气质和魅力是怎样形成的。当你对于一个城市了解得越多,你就会越喜欢这座城市”。

文创市集上,全市16个区的展台各有千秋,各展风采,创意纷呈、争奇斗艳。欧晓川表示,市民游客通过徜徉文创市集,可以了解上海各区的建筑文化,并挑选感兴趣的文创产品再做深入了解;对于市集“摊主”们来说,也不失为一个互相学习取长补短的好机会。

在黄浦区展台,豫园为主题的文创产品自然不能缺席。豫园文创工作人员告诉记者,不管是文创集市,还是线下实体店,橙蓝撞色的九曲桥主题文创产品被询问最多,也卖得最为火爆。究其原因,他认为,顾客喜欢既实用又有设计美感的产品。考虑到九曲桥最能代表豫园的形象,因此这个以90后为主的设计团队便以“海派生活美学”为主题,设计出了保温杯、卡套、手账本等物品,让九曲桥就此融入市民游客的日常生活。

这是将建筑历史文化资源与现代社会功能衔接的一次美好尝试,越来越多市民游客把建筑“带回家”。建筑不只是街头巷尾的地标,也不只是手机里一张纪念照,它们可以焕发更强的生命力,增添发展新印记,使城市文脉在延续中满足人民群众的精神需求。



①豫园夜景。②杨浦区滨江公共空间杨树浦水厂滨江段。③安义夜巷。

### 夜游、微旅行:让建筑“活起来”

记者在采访上海市文物保护研究中心研究部主任、副研究员冯志浩时,和他走在安静的小马路东平路上,“这里的马路是辐射状的,而公共租界和老城厢的街区则是横平竖直的。如果你去法国的城市,会发现那里全是这样辐射状的街区,设计成辐射状是方便居民以最快的方式去目的地……”冯志浩讲解着关于脚下这片街区的渊源,短短几分钟时间记者仿佛经历了一场有趣的

微型旅行。

像这样漫步上海街头,俯拾皆是可阅读的建筑,它们在岁月的沉淀下越发耐人寻味,活色生香。记者从文创市集了解到,旅游节期间,市文化旅游局和全市16个区共同推出16个“夜游上海好去处”及103条各具特色的建筑微旅行线路,凸显了各区的景观特点和文化特色。

夜游上海好去处中,静安区的安义夜巷通过更丰富、更个性化的深度体验充分释放夜间潜能,助力夜间经济的加速复苏。微旅行线路方面,黄浦区推出“点燃革命火种”“奏响工运凯歌”“聆听胜利号角”等多条红色文

化线路。徐汇区推出了“海派文化之源”“魅力复兴·旧貌新颜”等海派文化线路,松江、嘉定、青浦、金山、奉贤等区文化元素丰富,文脉基因深厚,分别推出了“建筑览胜之旅”“江南园林之旅”“诗画朱家角”“枫泾江南文化之旅”“人文艺术之旅”等江南文化线路。

由市文化旅游局、16个区文化旅游局指导,蜻蜓FM主办的市民最喜爱的“建筑可阅读”百人“人物”评选活动,也于昨天在文创市集上启动,通过市民游客的参与投票,评选出一批最受市民喜爱的“建筑可阅读”系列产品,包括历史建筑、微旅游线路、文创产品、讲解员以及服务明星等。

## “回味上海,国潮派对”欢乐文旅美食周开启

本报讯 (记者何易|周辰) 老字号联手文创品牌亮相2020年上海旅游节。昨天,第31届上海旅游节系列活动“回味上海,国潮派对”欢乐文旅美食周正式开幕。

记者注意到,不同于以往单个类别的展示,此次美食周展位上除了第一食品、杏花楼、新雅、乔家栅等上海老字号的特色美食,还推出不少休闲体验类的跨界产品。如,沪上四大中医药老字号的健康食材,上海中心大厦、上海迪士尼乐园、海昌海洋公园、浦江游览等康养旅游线路特惠门票,现场手工精油皂制作互动体验等。

“我们特别把文创、旅游、美食、康养四大元素融合在了一起,让游客能在老字号商店里拥有沉浸式的互动体验。”上海第一食品连锁发展有限公司党委副书记、总经理乐群告诉记者。美食周启动仪式上,由第一食品 and “海上文创”平台共同打造的“海上文创·上海礼物”伴手礼——联名款蝴蝶酥系列、第一食品黄油曲奇饼干、海盐曲奇饼干、朵云轩120周年跨界合作礼盒首批发售。

■本报记者 何易 | 周辰

人间烟火味,最抚凡人心。昨晚,长三角十余个城市齐聚2020年上海旅游节,在锦江乐园共同开启第31届上海旅游节系列活动——“江南吃货节”。2020年闵行旅游节开幕式同步启动。

“吃、游、购、赏、品、娱、美”一直是旅游节庆活动永恒的主题。上海市文化旅游局副局长梅红表示,此次活动围绕长三角一体化、文旅大融合、经济共发展3个主题展开,联合沪苏浙皖三省文化旅游局,集聚数百家餐饮、文创、非遗等江南特色展商,在10天会期内将吸引市民游客到现场参与互动体验,品江南美食、游江南美景、悟江南文化,共享上海旅游节的美好与欢乐。

“‘江南吃货节’凝聚长三角一市三省合力,正推动上海成为江南文化的展示地、交流地和体验地。”活动主办方闵行区文化旅游局相关负责人告诉记者,在市文化旅游局及长三角各地文化旅游局的大力支持

下,本次活动共吸引15家(省、市、县级)文化旅游局参展。各地参展文化旅游局精心挑选,选送深受当地民众喜爱、具有文化底蕴的特色美食,以黄山臭鳃鱼、泰州蟹黄汤包、宁波汤圆、常州福贴大麻花、南通文蛤饼等地标性美食为首,展出上百道彰显江南风味的佳肴,并邀请非遗传承人作为市民游客现场制作,让市民游客足不出户,品尝最地道的江南美食,了解江南美食攻略,亲身体会长三角特色美景与江南文化内涵。

江南文化底蕴深厚,有柔情也有风骨。“江南吃货节”现场同时汇聚了制扇、糖画、剪纸、刺绣、徽墨、茶道等鲜明的地域特色表演,让游客互动体验江南文化,还有精彩纷呈的江南民俗演出、“非遗专场”可供观赏,登陆过央视的巢湖民歌、国家级非遗平湖琵琶、别具风格的太鼓达人秀(印象日本)等在开幕式上亮相。

昨天的开幕式上,江南吃货节联盟的成立与长三角参展城市特色文化节目汇演更是将现场气氛推到了高潮。节目中穿插最地

道的江南美食互动,特色美食推车环绕舞台,构建小吃集市氛围,方便游客购买,品尝江南之至味。甄选江南特色的艺术表演与非遗文化进行创意编排,串联起各地的人文风俗,让游客沉浸在吴侬软语的柔情中,感受江南之文艺。精心设计白墙黛瓦、烟柳画桥、乌篷流水的江南风景,让游客仿佛徜徉江南广袤风景之中,欣赏江南之秀美。

江南的粉墙黛瓦、枕河人家,都能融入小小的文创产品,现场的各地文创“伴手礼”让市民游客“买得起、带得走、用得上”。江南文创,非遗产品不仅是江南文化的形象载体,也是提升旅游经济效益的重要载体,更是与时俱进,引领风尚的文化新标签,独具匠心,又有细致婉约的柔美。

据了解,活动期间还将举办11场长三角文旅专场发布会;黄山文旅推介展示、泰州特色旅游资源发布、海盐文旅产品和特色线路联合促销、常州特色文旅资源专场推介……各参展文旅局将融合非遗展示、旅游推介等,展示多姿多彩的长三角文旅资源,让市民游客欣赏最独特的江南美景。

## 上海歌剧院原创舞剧《嫦娥之月亮传说》首演

本报讯 (首席记者黄启哲) 上海歌剧院原创舞剧《嫦娥之月亮传说》首轮演出日前在上汽·上海文化广场举行。这是在三年前创排现实题材作品《早春二月》后,上海歌剧院舞剧团转而向神话题材发起的一次攻坚。

该剧集结编导马涛,主演谭一梅、宋雨、杨晶晶等青年主创试图以当代人的审美与视角,在尊重经典文本基础上寄予“但愿人长久,千里共婵娟”的大爱表达。作为疫情防控常态化阶段难得的新创作品,该剧引起观众的关注。开票半月,两场近2000张演出票几近售罄。

尽管剧场仍处于50%上座率的疫情防控要求之下,可这并不影响该剧所展现出令人耳目一新的大制作格局。舞剧一开场,只见舞台上轮一轮8米直径的圆月布景“顶天立地”。随着剧情的变化,在多媒体手段的丰富运用之下,旋转的圆月布景还能以旋转表达出白天与黑夜的轮转,表达出长达千年的时间长河缓缓流逝。可以说,其在展现东方意境的神秘感同时,又体现出当代审美里极简冷静的一面。这也成为该剧舞台视觉呈现的一大亮点。

体彩公报		七星彩第20089期公告	
排列3第20207期公告	中奖号码: 3 7 8	中等奖号: 9 3 3 6 8 6 3	一等奖 0 元
直选每注奖金1040元		二等奖 24 13679元	二等奖 24 13679元
组选3每注奖金346元		三等奖 148 1800元	三等奖 148 1800元
组选5每注奖金173元		四等奖 1763 300元	四等奖 1763 300元
排列5第20207期公告	中奖号码: 3 7 8 1 7	五等奖 23650 20元	五等奖 23650 20元
每注奖金10000元		六等奖 289491 5元	六等奖 289491 5元
		一等奖基金累积数为: 58,901,373.15元	