

确保“十四五”开好局起好步

“十四五”时期,上汽集团海外年销量力争突破150万辆大关

牛年首个工作日,400多辆“上海造”汽车驶往南美

■本报记者 王翔

牛年首个工作日,搭载着457辆上汽集团各品牌汽车的“南方快航”货船,将从上海海通国际汽车码头开始前往南美的旅程。

就在前不久,上汽集团正式发布“十四五”国际经营战略目标:海外年销量力争跃上150万辆大关;欧洲等重点海外区域市场实现盈利;2025年欧洲市场销量达到30万辆,新能源车占比70%至80%。

去年,上汽集团实现海外销量39万辆,同比增长11.3%,在全球疫情下克服重重困难实现逆势增长,超过中国车企海外总销量的三分之一,连续五年蝉联全球第一。

倍。在欧洲发达国家,上汽自主品牌MG和MAXUS销量超过4万辆,创出中国车企最高销售量的历史纪录。

“应该把性价比高的产品让全世界的消费者感受到,体会中国制造对他们的工作和生活带来的帮助,包括对绿色环保的贡献。”上汽集团总裁助理、国际业务部总经理,上汽国际总经理余德说,“十四五”时期,上汽将从以国内业务为主,转向深耕国内与拓展海外并重发展,预计海外年销量将达到150万辆,在上汽集团整体销量中占比15%左右,年均复合增长率有望超过30%。

记者了解到,上汽集团将摒弃以往中国车企出海通常只做贸易不做经营的模式,这种“只卖不管”的短期行为已

经被市场否定。作为中国唯一一家有系统、有规划、成建制“走出去”的汽车企业,上汽构建了集研发、营销、物流、零部件、制造、金融等为一体的面向全球市场的汽车产业链,为全世界消费者提供优秀的本地化产品和服务。“全产业链出海”成为上汽快速拓展海外业务的坚实基础,也将为其它中国汽车品牌走向世界提供助力。

目前,上汽产品和服务已进入全球70余个国家和地区,即将形成东盟、中东、欧洲等多个“五万辆级”海外市场。上汽在海外建立了英国伦敦、美国硅谷、以色列特拉维夫3个研发中心,以及泰国、印尼、印度、巴基斯坦4个生产基地及相关工厂。旗下华域零部件在海外拥有95个生产研发基地;安吉海外全价值链汽车物流业务覆盖近40个国家,开通东南亚、墨西哥、南美、欧洲4条自营国际航线;海外多元金融公司提供汽车金融贷款及保险服务。



“十四五”时期,上汽将从以国内业务为主,转向深耕国内与拓展海外并重发展。图为在上海海通国际汽车码头,上汽向海外市场提供由中国制造的来源。本报记者 张辰展摄

有的召开老房加梯推进大会,有的当天迎来5部电梯竣工

以“比学赶超”劲头为老房加梯注入加速度

■本报记者 顾一琼

今天,农历新年开工首日,黄浦区五里桥街道,有5部电梯即将迎来竣工仪式,2部电梯继续投入施工。而静安区则将召开关于老房加装电梯工作推进大会,进一步调整加梯审批模式、压缩审批时限、便捷报批程序。

快些,再快些!全市层面正以“比学赶超”的劲头,为老房加梯这项民心工程注入加速度。

加梯流程复杂,工程时间长,不同楼栋居民需求也不相同,针对这些现状,五里桥街道充分发挥居民主体作用,通过“党建引领、民主协商、因地制宜、一梯一策”方式,逐一破解

难题。仅1月至今,五里桥街道范围内已有8台电梯竣工运行,此外规划公示8台,正进行前期意见征询并进行方案设计的电梯有9台,成为黄浦区加梯最多、最快的街道之一。今年,五里桥街道将进一步深入推动“一梯一策”,帮助更多小区对接上“加梯事务所”。

家住曹溪坊小区13号楼的曹阿姨带着记者实地走访了即将竣工的加梯现场,“去年7月公示的,没想到那么快就能坐上电梯了!”她回忆说,当初大家对能否加梯曾有疑虑,对很多政策都一知半解,但看了街道出版的《五里桥街道既有住宅加装电梯工作手册》(第二版),手册中对于大家最关心的

加梯新政策、操作流程和成本分配等问题都有了详细解答,大家就放宽了心。而后,居民区党总支帮助牵线相关加梯事务所,楼里居民很快统一了想法和行动,“加梯”一举成功。

开工首日,五里桥街道创意家园街区党群服务站也将举行一场“老旧小区加装电梯”咨询会,面对面解答居民疑惑。斌菱加梯事务所负责人表示,作为街道扶持的一家以协助居民推动加梯工作的社会组织,将定期在党群服务站提供公益咨询服务。

将原先计划每年开工建设50台,调整为开工建设200台,并计划在“十四五”时期全区加装电梯开工建设数量达到1000台——

这是静安区的新目标。

记者昨天从静安区获悉:在连续第三年把加装电梯纳入区政府实事项目的基础上,静安区今年大幅提高该实事项目目标,借由即将召开的老房加梯工作推进大会,秉持“战略任务化、任务目标化、目标项目化、项目责任化”理念,多措并举,攻坚克难——委托专业单位对全区既有住宅情况开展全面前期评估并制作“加梯一张蓝图”,谋定快动,深化目标分解和责任落实,坚决果断迅速地按照路线图和时间表行动起来;充分结合“美丽家园”项目,对有条件的小区,同步开展前期管线移位等配套工作,为加装电梯工作增能提效。

除首店经济外,一批知名品牌的概念店也将落户北外滩,丰富消费者的潮流文化体验。

除本土品牌外,“M Stand”将在这里开出生活健身品牌W Fitness则将打造一站式时尚健身会馆体验等。

虹口区相关负责人表示,正根据市委、市政府工作部署,举全区之力不断推进北外滩建设,加快打造外滩、陆家嘴和北外滩“黄金三角”。特别是发挥北外滩日益凸显的“磁吸效应”,着力打造“五型经济”聚力场。

北外滩多家首店概念店实力入驻

■本报记者 单颖文

得物App总部、卡通尼全国首家昆虫主题乐园……这些全国首店都将于今年落户北外滩。

昨天,北外滩来福士收到多家知名品牌相关负责人的正式邀约,相约于新春开工首日洽

谈合作,并共同开发探究场景化新零售模式。今年年中将全面开业的北外滩来福士,春节前已公布第一批签约租户,预计各类首店、新概念店数将占商户总数的30%。

作为上海“五型经济”代表企业之一,得物App总部将入驻北外滩来福士写字楼。作为新一代潮流电商和潮流生活社区平台,得

物App将不断研究年轻群体的消费偏好、消费习惯和消费规律,打造新型消费模式,开拓交互式场景式购物体验。

卡通尼全国首家昆虫主题乐园也选定于北外滩。届时,该主题乐园将以专业的游乐设施,搭配高仿真场景和科技化互动技术,提供更符合现代亲子休闲娱乐的项目。

随申办推出智能“专版”,各社区推广辅导——

提升“长者体验”,上海“一网通办”定制专属服务

■本报首席记者 张懿

作为上海政务服务的一块金字招牌,“一网通办”正在着力提升面向老年群体的服务体验。一方面,它在近期正式推出随申办“长者专版”,将老年人最需要的服务,以最合适的方式推送到首页;同时,通过随申码亲属码、随申办社区辅导等,借助家人和社会力量,帮助老人跨越“数字鸿沟”,更好享受“一网通办”带来的便利。

抓细节,为长者推出智能“专版”

这两天,65岁以上的市民在打开“一网通办”移动App随申办时,会收到一个弹窗提示,询问老人是否要启用“长者专版”。这表明,经过此前一个多月的试运行,“长者专版”这一“一网通办”为老年人定制的智能无障碍版本已正式上线。

面设计更简洁,内容更适合老人需求。从随申办上千个服务模块中,“长者专版”选出随申码、医疗付费“一件事”、公交码、地铁码4项老人最常用的服务,以大字磁贴形态放置在随申办App首页最显著位置。如果老人有更多服务需求,则可点击进入下方的“更多服务”板块,获取公交到站、社区助餐、养老机构等信息。此外,“长者专版”还设置了“每周科普”栏目,主推老年群体最关心的健康新知。

网页界面的改变只是“一网通办”适老化改造最直观的一种呈现。“长者专版”在很多细节上也下了功夫。考虑到老人视力普遍退化的情况,“长者专版”在字体、配色、对比度等方面,都和普通版本有所不同,二级界面也都作了针对性调整。为方便老人获取知识,“每周科普”栏目还加入语音播放功能,打开文章后,点击“小喇叭”,随申办App就会自动朗读文字内容。

作为“一网通办”的建设运营方,上海市大数据中心介绍,总体上,“长者专版”十分注重用户交互操作体验的智能化和便捷化,

是一次从供给侧出发的为老服务改革尝试。老年人只须一次设置,之后进入随申办就会自动转入“长者专版”。

广覆盖,在全市推广老年人技术辅导

如果说随申办推出“长者专版”,主要是服务具备基本智能手机使用技能的老年人的话,那么对那些不会用、不敢用,甚至连智能手机都没有的老人来说,为了将他们纳入“一网通办”服务网络,上海也已开始提供相应服务。

比如,随申码已在越来越多场景中成为市民的数字通行证。为了方便老年群体顺利申领和使用随申码,市大数据中心会同市民政局、市经济信息化委等,对随申码作了升级,推出亲属随申码服务。老人不会操作手机,甚至没有手机也没关系,其直系亲属可以在随申办中代为申请随申码,或是去全市各区社事务受理服务中心线下申领。成功

后,亲属就可以在自己的随申办App上为老人亮码,接受相关服务。

此外,对于那些虽然手机还玩不溜,但使用热情高涨的老人,上海从去年11月开始,在各社区推出“一网通办”和随申办使用的宣讲辅导。在市大数据中心和东方网东方社区信息苑的合作下,截至春节前,全市已举办相关辅导活动超过550场,受益老人超过1万人。金山区吕巷镇的周老伯在课后亲手写下表扬信,坦言经过一下午,自己掌握了在手机查找医院、网上预约、看病支付等操作,对随申办“一窍不通、一头雾水”变为“能用、会用、敢用”。为此,他要特别感谢这个活动“为老人做了一件大好事”。

今年上海公布的实事项目中,“100万人次长者智能技术运用能力提升行动”已被纳入。据了解,除了在东方信息苑继续开展“一网通办”使用辅导之外,上海还将依托百名讲师团和600多位一线驻点员工,将面向老人的智能技术辅导场景拓展到5000多个村居活动室,建立起一个覆盖全市的服务网络。

拂下,气温也将一路攀升,预计双休日的最高气温将升至20℃以上,最低气温也都在10℃以上,其中周日气温最高,可达23℃。

这场回温将持续至下周初期,下周二开始上海将出现短时小雨过程,并持续阴雨至周五。受此影响,下周气温也略有下降,最高气温重回10℃至15℃,最低气温在10℃附近,好在早晚温差较小,总体体感较为“暖湿”。

气象学意义上的入春标准为,立春后连续5天日平均气温在10℃以上。目前来看,本周末开始,上海将再次发起一波入春“冲刺跑”。

开工日逢“雨水”,市区最低温度仅1℃

明起大回温,再次发起入春“冲刺跑”

本报讯(见习记者张天弛)牛年首个工作日恰逢雨水节气。根据上海中心气象台发布的最新数据,在冷空气和辐射降温的双重影响下,申城今晨将迎来此次冷空气过程的极端最低气温。市区最低气温在1℃附近,郊区更冷,

在-3℃至-1℃,将有薄冰或冰冻出现。

据上海中心气象台预测,申城今天主打晴到多云天气,北到西北风4至5级,沿江沿海地区阵风可达6级。在北风的压制下,上海白天气温爬升缓慢,预计全天最高气温在

9℃左右。

不过,上海气温“过山车”即将再次发车——在今天气温骤降后,明天将迎来一场大回温,最高气温将升至16℃。根据预测,本周末以后到多云天气为主,在西南风的吹

年味浓郁,申城消费市场迎来牛年“开门红”

(上接第一版)

以休闲方式过春节趋热

留沪过年的市民和外来务工人员增多,也为春节长假期间商旅文融合增添了不少亮点。“过年不回家,打算来豫园给妈妈买一条金项链弥补一下,这里金店集中,看款式比价格都很方便。”响应“就地过年”号召的江小姐表示,留沪过年要有满满的仪式感,她利用春节长假,先后打卡豫园、南京路步行街等地标,感受热闹气氛。

据悉,豫园商城新春民俗艺术灯会已经成为追寻“上海年味”的网红打卡活动,九曲桥畔的“江南百景图”民俗灯组、8米高的生肖金牛组合灯饰缤纷亮相,豫园商圈销售额同比增长1.8倍,支付宝交易金额比去年同比增长305%,排名全国第二。迪士尼旅游度假区、青浦区朱家角古镇等周边游受青睐,佛罗伦萨小镇、比斯特购物村(奕欧来)、百联奥特莱斯销售额均大幅增长。

观影等休闲方式在春节假期同样趋热。据猫眼电影统计数据显示,2月11日至16日SFC上影、万达院线等47家影投企业在上海全市共实现票房3.27亿元,观影人数达到520.8万人次,较2019年春节档同比增长1.2倍。支付宝数据显示,上海电影院消费排名全国第二,仅次于北京。

保供稳价惠民生

美食是新春佳节的重要主题,“老字号的味道”从未缺席春节餐桌。节日前夕,市商务委指导餐饮烹饪行业协会推出434个年夜饭外卖门店名单,光明村、绿波廊、新雅粤菜馆、杏花楼等老字号企业纷纷推出年夜饭半成品大礼包;盒马鲜生举办“年货节”“过一个美好中国年”活动,联合上海老饭店推出6套“上海老味道团圆年夜饭”套餐。市商务委的统计数据表明,春节假期沪上107家餐饮样本企业实现销售额2933万元,同比增长79.0%;美团外卖数据显示,上海年夜饭订单比去年增长118%,品牌餐饮商家外卖销量同比增长100%,其中老字号和连锁品牌的年夜饭套餐受到消费者热捧。

与此同时,今年春节,上海主副食品市场平稳有序、购销两旺。监测数据显示,2月4日至17日猪肉批发交易量1.2万吨,同比增长42.9%,批发均价40.6元/公斤,同比下降15.4%。蔬菜集团蔬菜批发交易量8.4万吨,同比增长5.0%。