

检查食品经营单位3962家,在9个区采集进口水产等食品及相关环境样本476件

上海:进口生鲜食品核酸抽检全部阴性

本报讯(记者徐晶卉)截至昨天早晨,上海市、区各级市场监管部门在长宁、静安、普陀、虹口、闵行、浦东、松江、青浦和奉贤9个区,采集的进口水产等食品及相关环境样本476件,在疾控中心进行的核酸检测结果全部为阴性。这是记者从市场监管局获得的最新消息。

7月10日下午,海关总署公布进口冷链食品新冠病毒检测结果,大连、厦门海关均在厄瓜多尔冻南美白虾外包装样本中检测

出新冠病毒。当天晚上,上海市市场监管局下发《关于立即开展厄瓜多尔问题冻虾检查的紧急通知》,在全市部署开展检查。

7月11日,全市出动执法人员2606人次,检查食品经营单位3962家。其中食品生产企业222家、食品批发市场27家、超市卖场900家、水产品销售商1620家,此外还包括中央厨房等餐饮单位1189家,冷库4家。检查中,监管人员严格落实处置措施,督促经销商立即停售、封存涉事

3家厄瓜多尔企业3月12日以后生产的冻虾,并配合做好抽样检验工作。

叮咚买菜方面表示,公司品控已紧急检查了全国的厄瓜多尔白虾库存,均未涉及及被通报的3家企业。对于进口商品,叮咚买菜要求供应商提供出入境检验检疫证明,以及相关关联的生产批次号。同时,由专业的医学检验机构对产品做核酸检测,确认阴性才可上架。

京东方面则回应称,今年6月中旬开

始,京东已针对肉类、海产品类商品在全国生鲜仓进行分批次核酸检测,至今已完

申城启动为期三月集中灭蚊专项行动

超长梅雨季更适宜蚊虫孳生 市爱卫办呼吁市民积极参与防蚊灭蚊

本报讯(首席记者唐闻佳 通讯员宋琼芳)为保障市民身体健康,昨天,上海市卫健委发布消息称,市爱卫会办公室会同市疾控中心,近日在全市部署夏季防灭蚊专项行动:7、8、9三个月,本市将连续开展集中灭蚊专项行动。

今年上海遭遇超长梅雨季,降雨量多,雨水环境与温度均更适宜蚊虫的生长。最近一次的监测显示,蚊虫孳生率已呈上升趋势。为此,市爱卫办在已经开展一系列积水、灭蚊虫活动的基础上,将于7至9月以“双控制、双告知、双宣传”为主要内容,在全市集中组织开展夏季蚊虫控制专项行动。

本市将首先做好高密度区域和孳生环境的“双控制”,组织各区、街镇的专业服务队伍,对垃圾集中收集点、小区幼儿园、社区活动场所、人口居住密集的老旧小区、农(集)贸市场、进博会相关场所、建筑工地等七类重点区域开展专项控制。针对孳生环境和成蚊密度高的区域,开展集中消杀,并会同市房管局,督促物业管理企业加大住宅小区环境清理,疏通沟渠,清除积水,减少蚊虫孳生环境。

其次,做好社会公众和控制行动的“双告知”,向各部门、各相关单位和社会组织上门发放防蚊灭蚊责任义务单位告知书,走

家人户进社区,发放倡议书,引导市民清除积水,养成良好卫生生活习惯,主动参与环境清洁,营造社会共同参与防蚊灭蚊的氛围,并在组织专业队伍对蚊虫密度较高环境开展专项控制之前提前做好告知工作。

本市还将推进线上培训和个人防护的“双宣传”,组织街镇卫生干部、专业技术人员、行业从业人员、单位管理人员和市民群众观看“夏秋季卫生防病公开课”病媒生物预防控制线上培训系列课程,进一步提升各类重点人群常态化防控意识,并继续做好个人科学防蚊措施健康宣传工作,持续提升群众日常居家防控意识,减少蚊虫叮咬,保障

市民健康。

与此同时,本市各级爱卫部门结合夏秋季爱国卫生运动,将继续以“周四卫生大扫除”“环境清洁日”集中行动为核心,不断加大社会宣传动员力度,广泛动员爱国卫生志愿者、社区居民、单位职工,从清洁家园、维护公共环境的点滴小事做起,做好家庭、居住区和单位的卫生整治,促进城乡社会大卫生面貌的进一步改善。

市爱卫办同时呼吁广大市民,结合疫情防控常态化,践行《上海市民健康公约》,主动关心身边的环境卫生,减少积水等蚊虫孳生环境,共同参与防蚊灭蚊工作。

今夏首个高温日,本世纪最长梅雨季诞生

截至昨天今年上海梅雨期已达34天,超过去年的33天,本周仍有新一轮降水



本报讯(记者史博臻)梅雨天还没结束,今年首个高温日就来了!上海中心气象台于昨天11点35分发布高温黄色预警信号,受副热带高压影响,全市全天最高气温超过了35℃。

受梅雨带北抬的影响,在西南风的助降下,昨日气温直线飙升,上午10点就达到了32℃,之后继续爬坡。截至中午12点,全市不少自动站都已超过35℃。市区徐家汇站最高温度36.7℃,黄浦区人民公园站更是冲上了38.4℃,青浦练塘站、静安寺延中绿地站、虹口嘉兴路和平公园站等都超过了37.5℃。

新的一周来临,等待大家的是高温还是暴雨?天气预报显示,新一轮降水将再次来袭。今天阴到多云有阵雨或雷雨,西到西北风4-5级,最高气温回落至29℃,最低26℃。这还只是本周雨水的序曲——明天夜间到后天梅雨主力

军团出击,还有一次明显降水过程。17日起雨势减弱,阳光出场,只是有午后局部阵雨搅局,阻挡不了升温步伐,气温将步步上升,直逼高温线。

由此可见,梅雨完全没有要停的意思。随着今年的“暴力梅”狂刷存在感,不知不觉中,我们见证了一个新纪录的诞生。截至昨天,今年上海的梅雨季已达34天,超过了去年的33天,成为本世纪以来最长的梅雨季。

上图:上海玛雅海滩水公园深海电音派对与上海欢乐谷EV电音节热力开启,让市民游客在这个夏天感受电音狂欢的魅力与激情。

本报记者 袁婧摄

右图:昨天,上海中心气象台发布高温黄色预警信号,全市全天最高气温超过了35℃。图为游客冒着高温在共青森林公园游玩。

本报新媒体中心 张辰辰摄



(上接第一版)

去年6月,洪南山宅集中签约首日,仅用12小时居民签约率就达97.24%。“大家都渴望早日告别手拎马桶,告别黏糊糊的旧生活”,旧改生效后,居民们纷纷尽快搬离老宅,不过,很多老乡卻又悄悄把新家还是安置在了芷江西。

徐阿姨一家就是一条马路之隔的昆泰大厦落定,一些街坊邻里也搬回到附近。“我14岁起就生活在这里,习惯了里弄的谈话声,习惯了邻里间的相互照应,也习惯了出门就是柴米油盐的烟火气。我们告别的是手拎马桶,却不想告别社区里的浓浓人情味。”她说,现在老邻居们又开始串门了。

“没想到一场旧改,放大了人情味”

芷江西路街道,典型的老城区,71个居民小区里有一半以上与“老旧”脱不了关系。

尽管居民们对旧改愿望迫切,对这片熟人社区也有着深深的情感认同,但真要涉及利益,也同样是较真的,需要于情于理动真啃硬。

洪南山宅旧改项目启动之初,街道就建立起调委会,提早对旧改征收过程中可能会出现矛盾纠纷进行排摸与解决,推动律师团队加入提供法律支持。

设立“人情味道”指数强化社区“情感之治”

旧改指挥部中也同步纳入信访接待、书记答疑、人民调解、法律政策咨询等一站式服务。“既然大家对社区都有留恋,都在这里‘情理占一半’的氛围,那就跨前一步,把人情味工作做足,为之后的依法依规推动旧改,做足铺垫。”街道旧改办相关负责人这样回忆。

事实上,在推动旧改签约过程中,就有很多邻里互助、助推旧改往前走的现实案例。

比如,一对原本答应签约的聋哑夫妇,正式签约那天却意外缺席,原来是他们的儿子听信了流言,让父母心生反悔,得知此事,不仅居委会干部连夜上门,调解员、手语老师、甚至金乡邻也前来沟通。邻居的一句“你我盼旧改盼了这么多年,临到眼前怎能多生枝节”,最终让老两口放下心结坦然签约。

正是这样一场创纪录的旧改,也无形中放大了老社区的人情味。基层干部唐梅娜这样感慨:“对于老社区来说,

人情味就是基层工作的最好助力,也是社区治理的最坚强情感联结,让居民在参与自治共治中实现共建共享。”

“虚功实做”,挖掘内生动力

基于这次旧改,也基于芷江西社区的特点,当下,街道正探索推出“人情味道”工作指数体系。具体来说,该体系分为“人”“情”“味”“道”4个一级指数,一级指数下分设“有心人”“热心人”“善心人”;“知情”“通情”“乡情”;“趣味”“品味”“韵味”;“自治之道”“法治之道”“德治之道”等多个二级指数。

事实上,这个“人情味道”体系是一

项需要“虚功实做”的大工程。

芷江西路街道党委书记柯琪介绍,该体系将参与治理的对象、责任、路径、标准等一一拆解,强调了在德治与法治准绳之下的社区治理架构体系。同时通过强化老小区的“情感之治”,也挖掘出更多社区自治能人和社区自治的内生动力。目前,该体系还设立了“小区业委会组建率”“投诉问题解决率”等具体指数用于综合评判基层治理的效能。最终,让“时时考虑百姓”“处处为了百姓”装进社区基层干部的头脑里、胸怀里,牢牢根据这些标准展开服务。“居民幸福指数提高了,社区的未来越才有盼头。”

文匯时评

为期两个月的首届“五五购物节”交出了一张亮眼的成绩单。除了可喜的交易数据之外,它更让我们看到了文化点燃消费新引擎、激发消费新动能的巨大潜力,让我们重新审视文化和经济之间的关系。

首先,文化可以为消费赋能。所谓消费升级,说到底就是消费者愿意付出更高成本去购买那些与自我定位相匹配的产品,也就是产品在实用功能之外的附加值。换言之,就是在物质消费需求上叠加了文化消费需求,这种附加值,尤其体现在产品设计上——苹果能够在手机上战胜诺基亚,在电子播放器上战胜索尼,一个很重要的利器就是设计带来的美感。购物节期间,“品质生活直播周”带动消费约50亿元,其中很大一部分是高颜值的潮流文创。

品牌故事也是文化带来的附加值。此次购物节期间,我们看到,不论是上海老字号,还是全球首发新品,都不约而同地选择了向消费者讲述产品背后的故事。比如YSL圣罗兰美妆,先不急著卖全球限量50瓶的新款香水,而是通过直播向消费者展示香水瓶上每一个细节背后凝结的工艺和历史。

其次,文化可以为空间赋能。今天的消费者已经不满足于对物品的消费,特别是电商已经能够满足基本的物品消费需求之后,实体商业空间要更好地吸引消费者,就需要通过引入更多文化元素来提升消费体验,从而在消费者和商业空间之间建立起密切的情感连接。

提升消费体验一方面要在空间美学上下功夫,另一方面则体现在商业空间里的文化活动中。近年来,上海已经在这方面积累了不少成功经验,比如艺术进商圈活动,既是商圈为文化落地提供多元场景,也是文化为商业引来更多客流。“表演艺术新天地”首次举办的时候,就带动新天地片区整体客流同比增长26%,销售额增长10%。在本次购物节期间,持证上岗的街头艺人再次出现在繁华商圈,成为逐渐复苏的夜经济里不可或缺的一部分;豫园、新世界城等商圈商场在端午节举办的沉浸式表演,也产生了文化与商业相乘的效应。

最后,文化可以为创新赋能。任何商品都是文化的物质载体,真正的商业成功背后,必然有某种文化价值做支撑。统计显示,通过不断挖掘传统文化符号的潜力,仅“五五购物节”的第一个月,上海老字号品牌就举办了40余场新品发布会,推出了300多款老牌新品。如何进一步挖掘各种优秀文化资源,把文化更好地融入到品牌之中,促进产品的创新转化,既是购物节成功带来的启示,也是购物节留下的课题与长期的任务。

诚然,文化有其自身的价值和逻辑,不是为了推动经济发展而存在的,然而正确理解文化对于经济发展的意义,有助于我们巩固购物节的成果,更吸纳购物节的经验,推动消费持续向好,最终在高质量发展的同时锻造高品质生活。

邵岭

『购物节』成功的背后：文化赋能点燃消费新引擎

引导和鼓励高校毕业生积极投身乡村振兴战略

上海市事业单位公开招聘和“三支一扶”计划招募今起接受报名

本报讯(记者周渊)记者从市人力资源社会保障局获悉,根据《上海市事业单位公开招聘人员办法》,本市部分事业单位面向社会公开招聘一批工作人员。同时,为促进本市农村基层教育、农业、卫生、扶贫等社会事业发展,引导和鼓励高校毕业生积极投身乡村振兴战略,今年上海计划招募一批高校毕业生到农村基层从事支教、支农、支医和扶贫(“三支一扶”)工作。

本次事业单位公开招聘和“三支一扶”计划招募报名时间为7月13日10时至7月17日16时。“三支一扶”计划招募对象为2020年上海市全日制普通高等院校毕业生和2020年外省市全日制普通高等院校上海生源毕业生。考试采取网上报名的方式进行,报名网址均为上海市2020年度事业单位公开招聘考试专题网站(<http://sydw.rsj.sh.gov.cn/2020.html>)。本年度事业单位公开招聘考试与“三支一扶”计划招募考试合并举行,笔试成绩同时使用。笔试定于8月15日进行,科目为《职业能力倾向测验》和《综合应用能力》。

拟同时参加本次“三支一扶”计划招募和上海市事业单位招聘的考生,只需填报本人符合条件的事业单位岗位。只参加“三支一扶”计划招募的考生,可选择“三支一扶”计划招募专项岗位,但不能参加本次其他事业单位岗位的招聘。

根据目前本市新冠肺炎疫情防控要求,报考人员务必至少提前14天完成“随申码”注册申请,考前14天原则上不离沪,在备考期间做好个人日常防护与健康监测。