

我国首部国际航行船舶药械供应管理地方性规章发布

浦东“药械上船”提升航运资源全球配置能力

■本报记者 唐玮婕

《浦东新区国际航行船舶药品和医疗器械供应保障若干规定》日前通过浦东新区七届人大常委会第三十次会议审议,将于本月15日起正式施行。这是我国关于国际航行船舶药械供应的首部地方性规章,将便利国际航行船舶药品和医疗器械供应保障,优化港口航运补给综合服务,提升航运资源全球配置能力。

由于此前国内监管政策空白,船供服务企业无法规范地向靠港的国际航行船舶提供药械补给服务。例如,某船供企业2023年收到近5000个远洋船舶含药品需求的询价单,货值1.6亿美元,由于药品供应受限,无法满足客户需求,实际订单成交率不到30%。

据浦东新区航运办透露,近年来,打通国际航行船舶药械供应通道成为浦东船供服务企业反映比较集中的痛点、堵点问题。

在此背景下,为满足国际航行船舶补给药械的迫切需求,促进浦东新区船供产业发

展,从2022年5月开始,在市交通委、市药监局、上海海关、上海海事局等市级监管部门的大力指导支持下,浦东新区航运办和市场监管局,坚持问题和需求导向,开展广泛调研,了解国际航行船舶船供和药械经营业务流程特点和管理要求,商讨政策突破路径。海关总署驻上海特派办专门向海关总署上报调研报告,推动海关总署同意上海先行试点开展船舶药械供应业务。

据了解,新加坡、釜山、阿姆斯特丹、纽约等国际主要港口均能方便地满足国际船舶对药械的合理补给需求,在港口航运服务功能方面保持着较强的国际竞争力。此次《规定》施行后,浦东新区率先打通海关、药监、航运等部门联合监管通道,构建与国际接轨的、更为丰富完善的供应链体系,能够有效提升上海港的高水平海事服务能力,进而增强浦东乃至上海国际航运中心软实力。

在相关监管部门支持下,《规定》针对企业反映的堵点难点问题,在4个方面作了

创新尝试:

一是首创国际航行船舶药械供应模式。在传统船供模式中创新引入药械经营企业,形成药械经营企业、船供服务企业和船公司之间的闭环供应流程;配合海关、海事、药监、航运多部门在线的信息监管服务平台,实现药械供应全过程可追溯的目标。

二是允许船供服务企业有限制地开展药械经营业务。通过规范药械船供业务行为,船供服务企业可以在浦东港口有限制地开展药械供应补给活动,即限制供应对象(国际航行船舶)、限制品种数量(船供药械目录内)。

三是设置船供药械报关专用编码。为配合推进浦东新区药械船供试点工作,经海关总署同意在上海试点药械供应商船事宜,配合调整现行海关物料报关系统,为船供药械设置二级编码,允许船供药械作为其他类物料进行申报,解决药械船供监管服务流程的关键一环。

四是编制浦东船供药械目录。为保证船

供药械试点规范有序开展,有效防范风险,编制形成船供药械目录,规范品种和数量。其中,去除涉及毒性药品、麻醉药品、精神类药品、国家贸易限制药品;增加一些企业需求较大的药械品种,如中成药等。目前,《船供药械目录(2024版)》共包含十大类209个品种,今后将根据需要调整更新。

根据《规定》,浦东新区航运办和市场监管局,将与市交通委、市药监局、上海海关、上海海事局建立药械供应监管服务机制,加强信息共享,形成监管联动。

为保证《规定》顺利实施,方便船供服务企业和药械经营企业两类经营主体申报,浦东新区航运办和市场监管局编制《浦东新区国际航行船舶药品和医疗器械供应保障企业备案指南》并与《规定》同步发布,对企业申报条件、提交材料以及办理流程进一步细化和明确。同时,还将组织召开政策解读宣讲会,助力船供服务企业参与国际市场竞争、药械经营企业拓展新业务领域,促成政策效应尽早发挥、首单业务尽早落地。

正式成为中国唯一的世界马拉松大满贯候选赛事

28岁的「上马」站上新起点

本报讯(记者吴妹)在“三件套”背景的映衬下,无人机表演点亮了黄浦江畔的夜晚。雅培世界马拉松大满贯候选赛事签约仪式暨2024年上海马拉松启动仪式昨晚举行,标志着“上马”正式成为中国唯一的世界马拉松大满贯候选赛事。上海市副市长蒋卓庆出席活动。

作为世界顶级的马拉松巡回赛,雅培世界马拉松大满贯自2006年起设立,是全球规模最大、规格最高、影响力最广的马拉松系列赛事。今年,上海马拉松正式成为世界马拉松大满贯候选赛事,标志着“上马”已跻身世界顶级马拉松赛事之列,三年之内连续两次通过考核后,未来将与波士顿马拉松、伦敦马拉松、柏林马拉松、芝加哥马拉松、纽约马拉松及东京马拉松等世界顶尖马拉松赛事齐肩。世界马拉松大满贯联盟首席执行官道纳·斯通表示:“我们的使命是通过马拉松的力量激励全世界,我们认识到上海乃至全中国人民对这项运动的热情。”

今年的“上马”将于12月1日6时45分鸣枪起跑,设马拉松、健身跑和竞速轮椅马拉松三个项目。其中,马拉松竞赛规模有所增加,由去年的20000人增至23000人,健身跑为15000人。马拉松和健身跑于10月9日20时至10月14日12时展开报名,10月24日下午将公布抽签结果。根据世界马拉松大满贯办赛要求,2024年上海马拉松将增设竞速轮椅马拉松项目,参赛规模约20人。

今年的“上马”还将推出电子地图提供便捷赛事体验,国际旅游跑者(ITP)也将正式对外开放,让更多喜欢马拉松的外国友人来到上海,了解上海。组委会将在赛道的非闹市区组织安排乐队,提升赛事氛围。

自1996年上海国际市民马拉松赛鸣枪起跑,“上马”即将迎来28岁生日。其间,“上马”创造了多个中国第一。2020年初,“上马”正式荣膺世界田联白金标殊荣,成为中国国内首个获此殊荣的马拉松赛事。今年,“上马”以“申爱大不同”为口号,寓意着成为中国唯一世界马拉松大满贯候选赛事后,“上马”站上了新的起点,与所有跑者同心同步、齐心协力跑向更大舞台。

本次赛事由上海市体育局、黄浦区政府、静安区政府、徐汇区政府、东浩兰生(集团)有限公司主办,东浩兰生会展集团·上海东浩兰生赛事管理有限公司承办。



2024年上海马拉松启动仪式发布会上,黄浦江上空被无人机表演点亮。 本报记者 陈龙摄

链接“商旅文体展”带动周边消费,做大蛋糕做厚收益,将新鲜感转化成记忆点

把“展”办成“节”,小赛道也有大流量



焕新后的上海A.F.A.-ROJO艺文空间引入美国涂鸦艺术博物馆中国首展。

(采访对象供图)

■本报记者 苏展

10月,上海艺术展云集。位于淮海西路原红坊地块的上海A.F.A.-ROJO艺文空间,引入美国涂鸦艺术博物馆的中国首展,这也是这里对外开放后的首秀。相较于一众IP响亮的艺术大展,涂鸦艺术展属于“小众赛道”。扎堆国庆黄金周开幕,该展览好出片,在小红书等社交媒体上“火”了一把。

ROJO脱胎自上海第十钢铁厂、焕新于红坊创意园区。厂房粗糙的颗粒感被保留,涂鸦艺术中色彩冲击带来的粗犷质感,让空间与展陈相得益彰。不过,涂鸦艺术展将维持3个月。没有节假日加持,这一垂类IP如何继续保持影响力?

“艺术体验能为年轻人提供怎样的情绪价值,值得被关注。”上海社会科学院应用经济研究所研究员曹伟认为,“艺术家希望沉浸在自己世界,这固然有助于感性创造。但运营者需跨界找到小众艺术与大众兴趣的联结点。要尝试解构艺术本身,找到受众能够接受的话语体系。同时试着结合科技,在感官上形成不一样的体验。还可以挖掘艺术本身冷门有趣的知识点,在认知维度上形成独特感受。这些尝试是让受众形成价值认同进而消费。”

“涂鸦艺术展在国外很火。涂鸦艺术家的作品还成为不少品牌做联名

IP的香饽饽,商业价值不菲。所以我们想引入国内试试看。即便是海纳百川的上海,引入该类型艺术展仍是一件比较超前的事。”运营方上海嵩霖商业管理有限公司市场推广部相关负责人王晓娟说,一年多前,中方团队到美国迈阿密的涂鸦艺术博物馆谈独家IP授权。美方策展人艾伦·科特相中上海的包容性以及ROJO所处地块潜在的流量与商机。中方策展人看中赛道相对“空旷”,只要做出来就是“独一份”。

“独一份”一体两面。中美策展方用沉浸式的置景还原涂鸦文化的地道。如展览入口被打造成一处车站,一辆模拟列车车厢内部布置有顶尖涂鸦艺术家们早期作品。展陈中还有布满涂鸦的电话亭、滑板公园、唱片店等置景。开展当天,享誉国际的涂鸦艺术家们齐齐亮相。策展方希望带给年轻人原汁原味的涂鸦文化体验——在王晓娟看来,无论是策展还是IP显示出来的艺术专业度以及稀缺性,可以让ROJO区别于周边承接大IP的文化艺术空间,因为独特而被记住。

它被记住了吗?记者注意到,从目前社交平台的反应看,以“怎么拍照好看”为主题的讨论多少说明受众对艺术展的感受,主要来自高饱和度和色彩带来的视觉冲击。这在从来不缺“网红”打卡点、新鲜感的上海,很难称之为“独一份”。接下来,运营方还将开发并售卖IP周

边、联名品牌进行消费转化。影响力是否持续,将被进一步检视。

潮有潮的玩法。曹伟举例,最近毛绒玩具品牌JELLYCAT在上海开设的一间“咖啡屋”抓住年轻人对童趣的感受。在毛绒蛋糕玩具上挤虚拟奶油,与不会说话的玩具熊聊天,“过家家”的方式让商品与童年回忆产生关联,社交网络助力放大这种情绪。成年人被取悦了,消费力产生了。

“提供情绪价值的玩法需与产业紧密结合在一起。”她说,经营主体还要打破办一次展攒热度的思维定式,思考怎么链接“商旅文体展”,把“展”做成“节”带动周边消费,做大蛋糕、做厚收益,将新鲜感转化成记忆点。

另一方面,ROJO艺文空间还是A.F.A.商业地产项目的窗口,空间注入的内容、定位的人群、形成的“标签”,都与项目未来的招商相关,以小众潮流文化开场的ROJO如何助力招商?

王晓娟这样解释:“‘艺术+商业+体验’已成为商业发展新趋势,也是打破商业空间同质化的抓手。ROJO试图呈现一个难以被复刻的首展,为受众提供独一无二、艺术体验。涂鸦秀只是其中一场,接下来我们还会策划更多多元文化的体验展,让人们记住这是一块能够持续提供丰富艺术体验的地方,助力布局生活方式等业态方面的招商,从而形成正向循环。”

■本报记者 王嘉禧

上海人口密度最大的镇、常住人口近42万人、12345热线电话数量位居全市前三……几个前缀叠加,足以想象宝山区大场镇面临的社区治理之难。

毗邻静安区等中心城区,大场镇因交通优势、周边生活配套成熟,成为沪上重要人口导入区域之一。镇域范围内的170个小区,涉及动迁房、商品房等几乎所有房屋类型。从保安保洁到停车难,与物业相关的居民投诉一直占据12345热线电话数量的近四成。

如何啃下这块“硬骨头”?全市首个物业服务联合体昨天成立。大场镇辖区内29家物业企业以及专业服务机构共同成立大场镇物业服务联合体。

政府搭台、企业参与,物业服务联合体不止于行业联盟,还将有实体化运作载体——24小时客服热线。该联合体计划把客服热线嵌入大场镇城运中心,并派驻专人开展服务需求办理、问题处置派单、投诉建议收集等。

“既分流了12345热线,也让居民诉求直达物业,减少系统转单流程。”大场镇党委书记沈强期待,通过物业服务联合体汇聚各方力量,助力社区服务提质增效。

端口前移,提升物业服务能力

“疲于接单、忙于灭火”,大场镇房管办负责人吴明唐这样描述中小物业遭遇的现实难题。

29家参与联合体的物业中,除少数几家龙头品牌外,还有大量规模人手有限的中小物业。一旦遇上极端天气等居民热线电话高发时期,它们经常陷入头痛医头、脚痛医脚的焦灼,难有时间精力真正投入于提升物业服务品质。对投诉居民来说,因为多了平台转接这一流程,问题流转、解决难免有“时间差”。

“提升问题解决实效,24小时客服热线也成为物业企业的‘实战案例库’。此前,不少物业企业局限于自身的一亩三分地,只习惯服务于某类社区。一旦超纲问题产生,部分物业企业服务人员难免手足无措。从事房管工作多年的吴明唐期待更长远,24小时客服热线为物业企业积累了丰富、落地性强的实操范例,未来也能反哺社区,提升物业工作人员解决问题的本领能力。”

增值服务,确保质价相符

开设热线,物业企业动力何在?宝山区大场镇副镇长李晓明道出关键——“增值服务”。

近年来,大场镇数十个小区成功拿下了社区治理中难度系数最高的任务项之一——物业费调价。可调价之后,物业面临的考验才刚开始。许多社区居民对调价后的物业提出更高的品质要求。但物业对此很无奈,人工成本不断攀升、材料费用持续上涨、设备还需更新换代,增加的物业费只勉强覆盖平上涨的成本,一时间难以腾出资源精力打磨服务、提升品质。

24小时客服热线上线后,将为物业企业减负,令其释放出更多人力物力延拓服务范围。

根据大场镇物业服务联合体的规则,鼓励支持物业企业提供增值服务,具体包括引入家政保洁、空调清洗、装修监理、绿化养护、墙壁刷新等有偿优惠便利服务。实践中,由于部分中小物业企业缺乏资源链接能力。因此,联合体将集中资源,“淘选”出可信的增值服务供应方,并建立相应目录。对于居民来说,通过联合体平台选用的增值服务更有“售后保障”。平台将通过建议反馈机制动态监测第三方增值服务供应方的品牌信誉。

为进一步提升物业服务品质,联合体还发布了公益服务清单。李晓明解释,将倡导物业在小区门口提供便民伞具、维修工具。有条件的物业还能为买菜后提重物的老人提供送菜上门服务。“这类低成本服务,却能实实在在地暖人心,提升物业与社区居民的黏合度。”

在体育赛场人生舞台上 续写辉煌再创佳绩

(上接第一版)我们要继续以康复健身为重点,兼顾普及与提高,提供便利的健身设施,开展更丰富的体育活动,打造更高效训练的体系,让更多残疾人通过体育改善身体机能,增加社会交往、提高生活品质。残疾人事业集中体现了一座城市的温度,上海要提升兜底保障水平,扩大公共服务供给,优化无障碍环境,强化权益保障措施,在推动残疾人事业高质量发展上走在前列。全市各级党委、政府要高度重视残疾人事业,健全工作机制,统筹力量资源,为残疾人创造更好的发展条件。各级残联组织要努力为残疾人排忧解难,切实成为充满温暖、值得信赖的“残疾人之家”。

市领导华源、陈靖、虞丽娟出席相关活动。会上,市残联汇报巴黎残奥会上海运动员备赛、参赛情况,张亮敏、代云强、辜海燕作为运动员代表,黄鹏作为教练员代表作交流发言。

上海运动员参加了巴黎残奥会田径、轮椅击剑、卧式排球三个大项,34个小项的比赛,勇夺9枚金牌、5枚银牌和5枚铜牌,打破1项世界纪录和1项残奥会纪录。

「人口密度最大镇」敢啃社区治理「硬骨头」

申城首个物业服务联合体在宝山大场镇成立,将开通24小时客服热线让居民诉求直达物业