

《美丽上海建设三年行动计划》发布 推进人与自然和谐共生现代化上海实践

本报讯（记者张天弛）《美丽上海建设三年行动计划（2024—2026年）》日前印发，《行动计划》提出，到2026年，上海细颗粒物年均浓度力争不高于28微克/立方米，重要水体水质优良比例保持在95%左右，“无废城市”建设比例达到80%左右；人均公园绿地面积达到9.5平方米，中心城区绿色交通出行比例达到75%以上。

《行动计划》以2035年美丽上海总体建成成为战略目标，“十美”共建推进人与自然和谐共生现代化的上海实践。根据《行动计划》，到2026年，本市国土空间开发保护格局将不断优化，绿色低碳发展深入推进，生态环境质量稳步提升，生态系统服务功能不断增强，城乡人居环境面貌明显改善，生态安全有效保障，生态环境治理体系更加健全，形成一批美丽上海建设的实践示范样板。

《行动计划》具体包括10个方面33项措施。其中，在优化开发保护格局、彰显空间之美方面，编制实施各区和自贸试验区临港新片区、虹桥国际中央商务区、长三角生态绿色一体化发展示范区等重点区域美丽建设行动方案；深入推进宝山、金山“南北转型”；实施第六轮崇明世界级生态岛建设三年行动计划。

在加快绿色低碳转型、彰显发展之美方面，建立碳排放双控管理体系、持续推动能源结构优化，2026年，全市煤炭消费占一次能源消费比重保持在30%以下。

在深化污染防治攻坚、彰显环境之美方面，持续深入打好蓝天保卫战、碧水保卫战、净土保卫战，持续推进海域综合治理并强化固体废物和新污染物治理。

在建设生态宜居家园、彰显人居之美方面，根据《行动计划》，本市将新增黄浦江沿岸约6公里滨水贯通岸线，建设苏州河沿岸20公顷滨水绿地及公共空间；建设300个美丽街区，创建30个慢行交通示范区域；新增18处环上公园，推进环内400公顷楔形绿地和环外黄浦江、吴淞江等生态间隔带建设，五个新城绿环主脉全线贯通；新建120座口袋公园，建成20处以上“特色功能+公园”示范点。

专家点“进”

7年来，按照“越办越好”的要求，进博会从贸易进口到投资创新，从“买全球、卖全球”的大市场，到展示引进吸收的“展品变商品、展商变投资商”大平台，从中国构建新发展格局的窗口、推动高水平开放的平台、全球共享的国际公共产品，到培育和发展新质生产力的重要平台，进博会年年办、年年进阶。

培育和发展新质生产力的重要平台

自2018年进博会首办以来，围绕满足我国产业转型升级和人民美好生活需求，追求打造世界新品、精品进入中国的首秀场，打造链接国内国际双循环的高水平对外开放平台，如今，将通过汇集全球的新成果、新理念加快培育和发展的新质生产力。

从总量上看，进博会已成为全球新质资源首发的首选地之一。前6届进博会，已有来自全球130多个国家的累计17万多家境外企业参展，其中，与新质生产力相关的集成电路、人工智能、生物医药、创新孵化等“新赛道”上的新产品、新技术、新装备、新制造、新服务，首发首展累计2400多项，意向成交额约4200亿美元，每年参展的世界500强和行业龙头企业有近300家，这意味着进博会已成为全球新品首发地、前沿技术首选地、创新服务首推地和高技术、智能化的新质生产力的聚集地。

从质量上看，进博会已成为前沿技术展示和产业发展趋势的重要引领平台。进博会以市场和消费引领产业创新，通过“引进来”“走出去”“买全球”“卖全球”，为全球优质企业、商品和服务进入中国大市场搭建桥梁，在让更多国内消费者看到、享受到、使用到世界优质产品的同时，也让世界洞悉消费市场未来发展动向，进而在引领消费潮流的同时引领未来产业创新趋势。比如，进博会齐聚全球十五大整车品牌、十大工业电气企业、十大医疗器械企业、三大矿业巨头、四大粮商、五大航运公司等全球产业龙头，共同展示全球产业发展趋势和前沿成果。

第四届进博会以来设立的创新孵化专区，构建“孵化加速+投资驱动+场景开放”的创新孵化体系，为初创企业提供展示创意、宣传产品的机会，众多智慧解决方案、数字化创新理念通过进博“加速度”落地生根，推动创新科技走进市场，创新市场交易新制度，让进博会不仅成为商品贸易展会，还成为创意的集市、文化交汇的平台、国际合作新范式和创新成果加速落地的驱动器。

打造培育和发展新质生产力的新标杆

借助进博会这个全球最大的进口平台，在更好水平上以更高标准加快培育和发展的新质生产力，既是机遇，更是进博会的新任务和新要求。

聚焦全球新质资源，全面提升全球创新资源配置能力。优质资本、关键资源、生产要素、先进技术、顶尖人才等全球高端资源是各个国家、各大城市竞争的焦点。进博会背后是中国的超大市场规模，早已成为外商投资企业首发首展新产品、新技术、新服务、拓展中国市场机遇的一个重要平台。在此基础上，进博会应围绕更好整合全球新质资源，整合各类创新资本，持续提高新质生产力的集聚浓度、链接强度和辐射广度，更好服务国家战略。

以进博会为平台，一批科技含量高、创新理念优、产业前瞻性强的产品技术，在开放窗口中为各国品牌提供一个与消费者互动的绝佳时机，加速跨国企业最新创新成果进入中国市场，由展品变商品、展商变投资商，提升现场的销售转化率，实现“从1到无穷大”的产业裂变，为我国产业转型升级提供重要的引领和借鉴，进而实现全球经济、产业发展与中国高质量发展同频共振，与中国企业一道培育高质量、高效率、可持续发展的新质生产力和现代化产业体系，共同孕育出明天的产业地标。如此，既增强进博会服务新质生产力的原动力，又提升新质生产力的转化率。

创新成于开放，开放成于协同，新质生产力的发展离不开开放的市场环境。进博会不是中国一家的独唱，而是世界各国的合唱，将进博会置于全球化发展进程中，推动世界经济朝着更加开放、包容、普惠、平衡、共赢的方向发展，打造具有引领性的产业标准体系，进而构建起培育和发展新质生产力的营商环境高地，这是进博会举办的应有之义。

（作者为上海社会科学院应用经济研究所副所长、研究员；文字整理：本报记者商慧）

将进博会打造成新质生产力发展重要平台

刘亮

“演杜甫，这种疲惫感恰到好处”

北京人艺“上海驻演”第四台大戏亮相艺术节

■本报见习记者 孙彦扬

六幕话剧《杜甫》自11月1日起，连续三晚献演中国上海国际艺术节，成为亮相北京人艺“上海驻演”的第四台大戏。该剧以杜甫在安史之乱后颠沛流离的半生为叙事主线，诉说着诗人的坎坷仕途与人生境遇，也展现了他与李白、高适、苏涣、严武等历史人物的惺惺相惜，将诸多脍炙人口的名作融入舞台情境之中。

首场演出前一天，记者来到排练现场，演员正在反复吟诵那句“朱门酒肉臭，路有冻死骨”。杜甫写完《自京赴奉先县咏怀五百字》一个星期，安史之乱爆发。社稷的困苦使杜甫心中生发出绝大的愤懑，这是他的盛世危言。冯远征认为：“‘诗圣’并不是写几首诗，不在于诗写得多么飘逸精到，而是他的遭遇和笔下的家国与社会。”

化好妆，稍微吃点东西，静一静，再上台。2019年话剧《杜甫》首演至今，这几乎成了冯远征的习惯。冯远征每逢演“杜甫”必减肥，120斤是常态，这是为了呈现杜甫“最苦的年岁”的样态；又



《杜甫》从安史之乱后杜甫的遭遇写至他去世，带观众一起回到唐朝，去看看杜甫与他的“诗之江湖”。

不能太瘦，体力要跟上，重要的是铸在杜甫心底的精神不能丢。北京人艺五台大戏上海驻演进程过半，冯远征坦言“又瘦了几斤，但我演杜甫刚好需要这种疲惫感，这是恰到好处的事情”。

“行走人间，苦若苦，我更敬佩他。”剧中杜甫最窘迫时吃不上饭，还要跟猴子

抢果子吃，为逼近角色的真实，冯远征几乎要瘦到“脱相”。此前有观众曾留言，“没想到‘诗圣’是那么辛苦的‘小老头儿’。”对此，冯远征告诉记者，“这部剧展现的恰恰是杜甫求官最难、生活最苦的阶段。他走了那么长的路，或许为的是寻找他心中的‘桃花源’。”

本报记者 叶辰亮 摄

在人民广场遇见“挪威”

本报讯（记者占悦）九曲十八弯的峡湾，白雪皑皑的冰川，挪威画家爱德华·蒙克的名作《呐喊》，在人民广场地铁站就能一窥挪威经典风貌。公共文化展“你好，挪威！”日前在人民广场地铁站向公众开放，展览将持续至15日。

展览介绍了挪威充满活力的文化、健康与生命科学、航运、设计与制造业的创新成果，呈现出充满活力、多元化的挪威。挪威奥斯陆市与上海是友好城市，展览还特别呈现了这座城市的风光，跨越千山万水，更能体会两国人民的心灵互动与珍贵情谊。

展览由挪威驻上海总领事馆、挪威创新署和挪威海产局联合呈现，得到了上海市人民政府外事办公室、上海地铁文化发展中心以及上海设计之都促进中心的支持。

超级大乐透第24127期公告	
中奖号码：	02 +03+10+16+28 07+10
一等奖	4 10000000元
二等奖(追加)	1 8000000元
三等奖	146 107175元
二等奖(追加)	40 85740元
三等奖	392 10000元
四等奖	838 3000元
一等奖基金积累数：	924642774.00元

体彩公报	
排列3第24293期公告	中奖号码：0 4 4
直选每注奖金1040元	
组选3每注奖金346元	
组选6每注奖金173元	
排列5第24293期公告	中奖号码：0 4 4 8 1
每注奖金100000元	

（上接第一版）衷心希望各位外国专家和各单位用好大会平台，携手深化创新合作，促进发展共赢。我们将始终坚持人才引进发展，深化外国专家工作体制机制改革，更大力度推进国际人才交流合作，为各国人才来华交流研讨、工作生活、干事创业提供更好的便利服务和成长环境，推动各类人才资源与创新要素、发展需求更加紧密结合，为国家和世界发展进步作出新的更大贡献。

龚正在致辞中指出，上海正按照习近平总书记的战略擘画，加快建成具有世界影响力的社会主义现代化国际大都市。人才是上

欢迎世界英才参与中国式现代化建设

海最宝贵的战略资源，我们要畅通教育科技人才良性循环，加强国际人才交流合作，全方位培养、引进、用好人才，努力把上海打造成天下英才的圆梦之城。要更好发挥对外开放优势，以海纳百川的博大胸怀集聚人才。更好促进科创产业融合，以世界一流的事业平台成就人才。更好涵养人才发展生态，以近悦远来的良好环境服务人才。期待更多全球优秀人才来沪创新创业、交流合作，共同谱写人才与城市双向奔赴、相互成就的精彩篇章。

人力资源和社会保障部副部长李忠主持开幕式。国务院副秘书长刘宇辉，上海市领导朱芝松、张为、陈杰出席。

开幕式上，外国专家代表哈穆特·米歇尔、约翰·霍普克洛夫特、伊丽莎·德·包赞巴克发言。山东省科学技术厅、云南省人力资源和社会保障厅负责人作为用人单位代表发言。一批重要人才合作和交流项目签约。人力资源和社会保障部发布外国人工

作许可证和社会保障卡融合集成政策，上线“外籍人才综合服务平台”。上海市进一步提升外国人便利化服务若干措施等人才政策发布。

本届大会以“聚天下英才、谋合作共赢”为主题，于11月2日至3日在沪举办，汇聚全球科创、产业、人才等要素资源，共设置32个会场，举办48场人才交流活动。来自120多个国家和地区的1300多名外国专家、中央和国家机关有关部门代表，相关高校、各地方外国专家工作归口管理部门、外国专家聘请单位负责同志以及用人单位代表共2000多中外嘉宾出席开幕式。

不见不散!“艺术天空”上演动人“雨中情”

（上接第一版）虽然下雨，但是现场氛围“老好的”，我现在心情都很激动。”音乐会结束，陆阿姨还舍不得离去，穿着雨披，与同伴们在雨中合影留念。

今年，虽然多场演出遇到雨水天气，但现场的上座率未受到明显影响。“艺术天空”的铁杆粉丝、从事群文工作的艺术生道出了很多观众的心里话：“现在的观众都特别识货。关键不在于免费，而是这样的机会特别难得，下雨是很难‘劝退’大家的热情的。”十几年来，应先生就看过长号演奏家沈永伟的现场演出，如今沈永伟已是荷兰BLOW!交响管乐团的总监，在“艺术天空”的现场再次看到他，很亲切又特别感慨。

观众的感情绝不是一厢情愿。“下雨了但没人介意天气！”在贝尔格莱德青年学术合唱团指挥德拉加·约万诺维奇看来，这多少

有点不可思议。10月20日中午，演出开始前两个小时，站在舞台上的约万诺维奇望着雨中空荡荡的座椅，小心翼翼地向身边的工作人员：“这么大的雨，应该没人会来吧？”工作人员当即回答：“不，你会看到很多观众的。”临近开场，半信半疑的她回到侧台，此时台下已坐满了穿雨披的观众。她惊喜地回到后台对团员们说：“看，他们没人介意天气，他们就是想听音乐！”

观众与艺术家的双向奔赴，让“艺术天空”的每一场演出都成为“不见不散”的约会。“作为艺术工作者，我们也非常自豪。上海就是这样一座爱乐之城。再大的雨，也浇不灭市民群众对艺术的追求和热爱。这也给了我们克服各种困难、坚持做好每一场演出服务的勇气和底气。”中国上海国际艺术节中心总裁李明说。

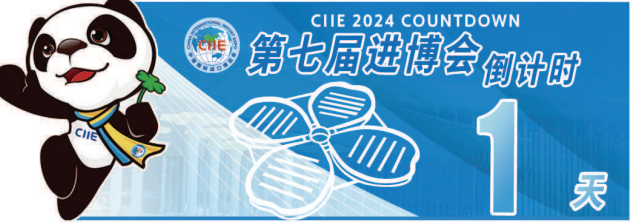
今年的天气不帮忙，但志愿者们帮了大忙

王福庆是艺术节观众中的熟面孔。从最初的“天天演”到走过十年的“艺术天空”，他的身份从观众变成了志愿者。今年，他参与了上海城市草坪音乐广场的现场秩序维护，谈起这些天的工作体会，他笑称“累并快乐着”。“今年天气不帮忙，那我们志愿者们就多做一些。看到观众们开开心心地来、心满意足地离去，很有成就感。”自今年“艺术天空”开演以来，志愿者们每次都会提前三四个小时到达现场，协助保安在入口处发放雨披，倾倒在座椅上的雨水，往往一场演出下来，大家都已忙到里外湿透。

通过这两周雨天应急预案的实战，志愿者们也总结出了一套更细致的工作流程。王福庆介绍，如果演出开场时就下雨，他们会安排志愿者在入场处帮观众穿上雨披。“一位负责打伞，一位负责拆包装，一位负责帮观众穿。这样每位观众进场时，就已经齐齐整整，整个过程中都不会淋到雨。”此前，有观众不愿换雨披，在观众席里全程撑着伞，引发了后排观众的不满甚至发生口角，而随地丢弃的雨披包装也破坏了草坪的整洁美观。志愿者们一个小小的流程改进，就解决了此前困扰雨天演出已久的顽症，显现出艺术节于细微处着手、在实处着力

的用心和用力。

从台下的观众到亲自上阵的志愿者，身份的转变让王福庆深刻感受到办节的不易。“每次看到有观众因为一些小事儿而抱怨或者不理解，我都会为他们换位思考，多一些包容。我一直说‘艺术天空’是我们老百姓的，要一起呵护这样的平台，让更多艺术家愿意来，让更多市民想要来。”



三个故事勾勒186位“全勤生”进博情缘

（上接第一版）一直以来，这3个国家“轮流坐庄”中国化妆品第一进口国位置，进博会则成了从展品到商品再到爆品的“出圈”枢纽。

1个新品亚洲首秀、2项科学研究新成果中国首发、3款美妆黑科技全球首发或进博首秀——这是“全勤生”欧莱雅为第七届进博会开出的清单。“进博会早已成为欧莱雅全球新品首发、科技首秀的首选平台。”欧莱雅北亚及中国区公共事务总裁兰珍珍表示，从第一届进博会开始，每年企业都会为参展量身定制主题，并从全球挑选最新潮、最受中国消费者青睐的新品牌、新产品、新技术和新理念进行展示。“进博会不仅为我们带来巨大的市场机遇，还验证我们对中国市场投资的回报。”

花王集团则把2025年计划上市的新产品提前拿到展台。旗下珂润品牌带来新产品润浸保湿隔离修护霜，碧柔品牌则携中国首秀的水膜防晒防晒亮霜，期待在进博会“出圈”，提前锁定消费者。在花王集团相关负责人看来，每年进博会，变的是不断更新的新产品、新技术、新成果，不变的是企业深耕中国市场的坚定信心。