

上海“量子城市”首批先导应用场景落地曹杨 社区食堂订餐、民生诉求等需求“掌上”搞定

本报讯(记者 胡文怡)

“量子城市”概念的横空出世引人无限遐想,但这究竟是概念上的“抽象”,还是我们能亲眼所见的未来呢?5月10日,在曹杨新村街道曹杨武宁党群服务中心,全市首批量子城市时空智能创新建设先导应用场景,“美好生活掌中宝”15分钟社区生活圈曹杨场景1.0版正式上线。

量子城市并非高深的物理概念,也不是电影里的奇幻世界,而是借鉴量子理论的“叠加态”“纠缠态”特征,让城市像“量子纠缠”一样灵敏地响应需求,积极构建城市治理新模式。上海谈瀛数字科技中心研发总监魏琨说:“虚拟世界能模拟各种可能性,其结果又能反哺实体经济,助力我们建设更美好的城市,这就是量子城市的初衷。”

作为上海首个“15分钟社区生活圈”试点,曹杨新村入选



社区居民体验“美好生活掌中宝”各项功能

绝非偶然。从建村初期首创的邻里生活圈概念,到2023年推出全市首张数字化生活圈地图,该社区始终走在基层治理创新前沿。如今,基于量子城市时空智能底座“美好生活掌中宝”曹杨场景完成了维度升

级。应用板块深度融入“随申办市民云”,构建起“掌上生活圈+社区议事厅”双核驱动模式,通过6大功能板块、20项高频服务,实现从文娱活动预约到社区食堂订餐、从民生诉求提交到公共事务票选的全场景

智慧化服务,使生活圈从导航工具蜕变为社区治理中枢。

活动现场,在工作人员的指导下,居民代表纷纷拿出手机,迫不及待地体验起“美好生活掌中宝”的各项功能。居民王女士说:“以前给孩子预约托育服务,要登录专门的教育平台,在社区食堂订餐,又得打开外卖平台,现在好了,只需要对着地图点选目标点位就能完成预约,真是太方便了。”得益于图标可视化、语音自动识别等人性化设计,现场多位老年居民轻松实现了活动室预约、社区食堂订餐等掌上服务,成功实现了“银发族”与“数字生活圈”的无缝融入。

此外,街道还联动社区商业资源,在应用中每日投放定量社区食堂满减券、早餐暖心包子券等优惠券,并开放宝宝屋等热门设施额外预约名额,促进“居民享实惠、商户拓市场、

社区强活力”的可持续发展模式。曹杨新村街道服务办负责人说:“后期上线社区活动、享受优惠和送餐服务,都将在应用中呈现,同步在各个居民区将分批次为老人进行使用教学,让老年人从会用到喜欢使用。”

在量子物理学家眼中,“纠缠态”是粒子间跨越空间的神秘联结,而在曹杨新村街道,这种联结正借助“人工智能+美好生活”的力量,加速城市治理范式的转变。“在1.0版本中社区服务已经能够实现个性化推送功能,系统会根据用户对‘掌中宝’各板块的使用频率以及喜好程度,为用户定时定点精准推送相关信息,让用户的使用体验更加个性化。”魏琨说,“后续上线的2.0版本,将基于现实城市的发展需求,进行数据收集,借助人工智能模式进行仿真推演,为城市提供有效的改进路径。”

“转场”扩容,接续助力外贸企业拓展内销

上海环球港将出口商品展销会转移到商场南广场,参展企业数量上升到50余家

“转场”扩容,企业布局“两步走”

上海环球港出口商品展销会自启动以来便备受关注,吸引了消费者和采购商的目光,为满足更多外贸企业的参展需求,给消费者带来更丰富的购物体验,5月13日起,展销会将迁至户外面积更大的上海环球港南广场举行。参展的外贸企业数量也将进一步增加,从之前的不到20家提升到了50余家,涵盖服装、家居、家用电子、食品等多个领域,近万个SKU(产品)为消费者呈现一场更加多元化的出口商品展销盛宴。

刚刚参加了广交会的上海海琛国际贸易有限公司是一家专业箱包制造企业。这次来到展销会,企业带来了不少原计划出口到美国地区的拉杆箱,因关税原因这批总量约24万只拉杆箱已经在企业位于江苏南通的仓库里“静卧”一个月有余。企业负责人叶小静介绍道,近期企业通过加快线上布局已实现了“出口转内销”,这次参与线下展销会也是在新闻中看到上海市民的消费力和对外贸企业的热忱支持,希望通过本次展销会加快产品的销售节奏。企业负责人同时表示,近期企业在国际渠道方面也在加大拓展欧洲、中东市场的出口方向。

助力企业拓展销路谋新篇

21天的出口商品展销会

本报记者 王笛

近日,上海市商务委组织召开“上海市电商助力外贸拓内销对接会”,会议召开后2天内,上海环球港方面对接了80余家企业;4天后,上海环球港在其人气最旺的区域拿出200平方米区域启动出口商品展销会。自开幕以来,这场全市最早的一批外贸展销会在火热的氛围中迎来阶段性收官,超高的人气、清空的库存,它不仅成为众多外贸企业展示产品的窗口,更见证了它们在复杂贸易环境下的积极探索与转型之路。

5月13日开始,为了接续帮助外贸企业把内外销一体化业务做大做强,上海环球港将出口商品展销会转移到商场南广场,实现了展览场地扩大、参展企业规模扩容。



出口商品展销会转移到上海环球港南广场,参展企业大幅增加

期间,不少外贸企业已经尝到了甜头。在展销会开展首日就加入的上海清水日用品有限公司便是其中之一。该企业销售总监翁有根介绍,企业内原本70%的各类水杯、保温杯都用于出口,每年出口额约2亿元,这其中又以对美国出口为主,东南亚国家、中东国家次之。好在上海市电商助力外贸拓内销对接会如一场“及时雨”,企业在对接会当天就和环球港对接上了。

通过展销会,企业的产品得到了广泛关注,库存得到了

显著降低,较以往有了显著提升,“最直观的一点就是我们从最初阶段只准备了2个花车的货物到现在摆满4层货架。预估在本月底前,留置在仓库内的库存就可以销售一空。”翁有根笑着说,“上海环球港为我们减免了场地费服务费,还向我们提供移动支付工具,这些服务可谓实实在在。”

基于展销会的良好效果,翁有根透露,企业已在上海环球港南广场开设快闪店并有计划开一家长期门店,进一步拓展国内市场。

无独有偶,来自山东青岛的国信集团“裕鲜舫”的野游大黄鱼和海参在展销会上也实现了热销。企业上海地区相关负责人魏芳告诉记者,黄鱼的销量日渐增长,就连货柜也从最开始的一个花车发展到了2个冰柜加一个柜台。魏芳对记者算了一笔账,在21天的时间里,企业卖出了超过5吨黄鱼,比2024年全年的出口额还要高出20%,这也让她坚定了在上海市场进一步拓展销售渠道并加快上线外卖渠道的决心。

商场多举措促外贸企业发展

作为出口商品展销会的主办方,上海环球港积极采取措施,为外贸企业提供全方位的服务和支持。环球港方面透露道,为期21天的展销会期间,商场不仅为参展企业提供免费的展位和宣传推广服务,还组织多场贸易对接会和研讨会,帮助企业拓展业务渠道,了解行业动态。环球港的统计数据显示,21天时间内在B2层展销会区域成交了超过10万单。

“虽然国际形势有了新变化,但是外贸展销会还是会继续坚定举办一段时间。”上海环球港相关负责人表示,“一方面可以帮助企业内外贸‘两条腿’发展,另外一方面,也确实有不少外贸企业长期做出口生意,不熟悉内销市场的要求和消费者喜好,通过这种‘面对面’的接触,相信外贸企业也能走进国内消费者的生活。”

本报讯(记者 施旖雯)5月13日,普陀区举办“文明星·耀普陀”

2025年第一季“身边好人”评议宣传活动。区委宣传部、甘泉路街道以及区精神文明建设专项工作机制部分成员单位、先进典型代表、各级文明单位代表、市民代表等齐聚一堂,共同参与这场弘扬文明风尚、传递道德力量的活动,也拉开普陀区“人民城市文明风采”主题活动的序幕。

此次活动中,9位2024年第四季“普陀好人”获颁殊荣;15位2025年第一季候选人通过现场演讲,展现了工运历史传播者、援藏医者、社区守护者等群体的动人故事。活动现场发布的宣传片《好人就在身边》,以“身边人身边事”传递直抵人心的温暖。

近年来,普陀区构建“选树有机制、宣传有创新、引领有实效”的先进典型培育体系,让“凡人微光”汇聚成“满天星斗”。通过“群众评、街镇荐、区级审”三级遴选机制,全区累计挖掘200余位来自基层一线的“普陀好人”,涵盖社区志愿者、科研先锋、非遗传承人等多元群体,形成“老典型常青、新典型辈出”的生动局面。

凡人微光照亮城市文明

普陀举办今年第一季“身边好人”评议宣传活动