第二届进博会消防安保决胜背后的精细化管理

用"绣花功夫"把消防安保做到极致

□法治报记者 陈颖如

11月5日到10日,第二届中国国际进口博览会在上海成功举办——181个国家、地区和国际组织参会,3800多家企业参展,超过50万名境内外专业采购商到会洽谈采购,展览面积达36万平方米,累计进场超过01万人次……

盛会"越办越好"的背后离不开一流的管理和服务,更离不开安全的有力支撑。作为消防安全的守护者,上海市消防救援总队交出了这样一份成绩单:实现了疏导区连续16天"零火灾",开幕式前后3天全市"零

在精细化管理上下功夫

如果把安保指挥体系比作一个人的大脑或神经中枢,那么分布在国家会展中心4个责任片区、32个网格里的350名指战员就是这个大脑的手、脚,以及神经末梢。

作为中国国际进口博览会核心火 灾防控组的临时党支部副书记,青浦 区消防救援支队防火处工程审核科的 袁通说,第二届进博会期间,上海消 防成立了1个临时党委、11个临时 党支部、139个临时党小组和155支 "党员突击队"、237个"党员先锋 岗",充分发挥党员先锋模范带头作 用,广泛开展立功竞赛活动。

袁通说,他和其他349名指战员被划分为4个责任片区、32个网格,每天每人都会带着"10件套",包括便携式灭火器、灭火毯、手电筒、测

温仪等专业设备,对各目分管的片区、网格、场馆和展位实行"全时段、无盲区"巡查防控。

考虑到进博会布展工期紧,上海消防进一步优化了第一届消防自验收机制流程,在落实进博会图纸提前把关的基础上,严把展位搭建材料、用电、人员等"五道关",严格落实离人断电、故障清零、签约承诺等刚性措施。

为确保人人掌握必备的消防技能,上海消防在进博会开幕前对5713名国展员工、商铺员工和保安完成了全员消防安全培训。

"智慧消防"助力安保

安全是举办任何重大活动的底 线,也是一座城市正常运行的底线, 上海消防始终坚持运用"智慧消防" 理念,探索运用物联网、大数据等信 息化手段,为上海这座社会主义现代 化国际大都市保驾护航。

作为第二届进博会消防安保的神经枢纽,前沿指挥部接入了全市道路监控视频、国展中心监控视频等,可随时对疏导区内各级消防安保力量实现"一平台"可视化指挥调度。

以国家会展中心智能安全感知与 管控平台为例,该系统可实现对所有 消防设施的智能感知和全面掌控,在 原有火灾探测报警系统的基础上,能 够将消防水系统、防排烟系统、气体 灭火系统、防火分隔系统、电气火灾 监控系统、可燃气体检测系统进行全 要素感知和呈现,全面掌握国展中心 内所有报警区域以及报警类型,进而 第一时间就近通知安保力量对报警区 域进行确认和处置。

同时,上海消防还与公安部门联 手打造了信息共享、相互推送、快速 反应、联勤联动的指挥中心。

最高级别备勤筑牢防线

为全力守护进博会"越办越好", 自 10 月 25 日起,全市 149 个消防中队、近万名指战员、899 辆消防车全员在岗在位,132 个专职消防队、10785 个单位(社区)微型消防站梯次进入最高级别备勒响应状态。

在全市重点点位,上海消防设置了94个流动消防站点,每个站点配一辆消防车,随车指战员风餐露宿,全程开展定点巡逻值守。

为确保万无一失,上海消防部门 先后 3 次参加城市服务保障综合演 练,开展高层建筑、大跨度厂房、地 下空间等类型灾害事故实战演练 12 次,并对重要场所和单位开展了"地 毯式"调研,制作完成平台式数字化 预案,累计熟悉单位 9700 余家次, 更新预案和作战信息卡 19682 份。

进博会期间,消防部门全员在岗,兵压一线,全面进入战时消防安保模式,靠前驻守重要活动场所和区域,联合9.5万名网格巡查员排查各类企业单位10.25万家次。

有一个细节可以看出消防部门管理之精细——为确保全市消防水源临警可用,上海消防提前联合水务部门建立消火栓快报快修机制,对全市6.7万只市政消火栓全部维保一遍,确保完好率达到100%。

进博盛会有热度 崇明公安有温度

值守上海北大门的"瀛洲警事"

□记者 季张颖

本报讯 进博盛会,举世瞩目。在这届干货满满、热度高涨的进博盛会期间,崇明公安分局的全体民警、辅警坚守岗位,以"不忘初心、牢记使命"的忠诚和全心全意为人民服务的真心,坚守本职岗群众,许边国进博会会上一抹亮色、

11月4日,第二届进博会 开幕前一天, 秋日的早晨5时 许, 天环没亮, 崇明公安分局 三星派出所就接到村民报警, 称在其家门口发现一迷途老人, 请民警到场救助。三星派出所 民警立即前往事发地点。老人 年事已高,一时无法说清自己 的身份信息,可细心的民警从 老人的外貌特征。联想到前一 日新海派出所发出的一条老人 走失的协查信息, 怀疑就是这 名老人,于是先将其接回派出 所安顿。经联系新海派出所, 证明这位已经90高龄的老人正 是协查通知中提到的老人。新 海派出所民警随即带上老人焦 急万分的家属, 驱车赶到三星 派出所。家属见老人安然无恙,

激动不已,拉着民警的手不停 道谢。

老人不见了,子女肯定着急;孩子走丢了,父母也时许,父母也时许,孩子走丢了,父母也时许,长兴派出所接到报警,称在长兴镇国美电器有一名男孩发现这名四五岁大的男孩无法提供父母信息,于是一边请求孩供处母信息,于是一边带着番孩父母周边寻找。终于,在一生急寻找孩子的父母。

类似的暖心事,在整个进博会期间多次上演。5日下午,陈家镇派出所将一名迷途人员送回家人身边;7日晚上,横沙派出所民警帮焦急的报警人找到了92岁高龄的老父亲;8日下午,长兴派出所陪同报警人找到了离家出走的14岁女儿;9日下午,堡镇派出所民警把迷途后在路边徘徊了近两小时的老人送回家中……

第二届进博会圆满落幕, 崇明公安分局的民警、辅警以 忠诚担当、尽职尽责的精神风 貌守护好上海北大门,更以真 情真意、热血热情服务好辖区 的百姓。

"双十一"购物狂欢别忘背后的冷思考

今年"双 11"迎来自己的第 11 年,阶段性成交额等各项指标 又攀上了一个新高度。来自世界 20 万个品牌参与了这次全球规模 的数字经济体联动,其中有 5 万个新品牌新商家是首次参加,官 方旗舰店集体推出的折扣措施,为用户节省至少 500 亿元。借着 进博会的东风,数千个欧洲品牌纷纷加入"双 11",这也被看做是 中欧贸易持续向上的信号。

"双11"营销应多点真诚少些套路

侧坦巨侧版交重的购物狂欢,与的 "双 11"每年花样繁多、层出不穷的传、秒杀、海促销方式密不可分。预售、秒杀、满 到、定金、送礼……令人眼花缭乱,这些手段既被消费者津津乐道,又被 这些手段既被消费者津津乐道,又被 第最者吐槽诟病。今年,利用社交网络裂变特点,电商又推出"组队盖费 PK""建群助力抢红包"等挖潜力。 "连群助力抢红包"等挖潜力。 "是下,为了争取最低价格,规则,未要复杂,为了争取最低价格。规则,来越复杂,为了争取最低价格。规则,不要防范一些商家的各种套路。先涨 后降、不降反升、虚假宣传等"陷阱",让消费者避之不及。

电商平台已不仅仅是一个购物平台,更是大量新技术、新产业、新业态、新模式的起源地。根据今年"双11"购物消费特点,为保护消费者利益,市场监管部门动作更加主动。"双11"前夕,国家市场监管总局召开规范网络经营活动行政指导座谈会,要求严格遵守《电子商务法》等

法律法规,禁止电商不择手段博眼球、 打擦边球,片面追求流量和销量等行 为;京沪两地市场监管等部门主动"约 谈"京东、天猫、拼多多、美团等几十 家电商,从多个方面督促电商企业规范 促销行为。

针对火爆的直播带货,广电总局更专门下发通知,要求"双11"期间加强规范网络视听电子商务直播节目和广告节目服务内容规范。

"双11"购物节年年火爆,惊人 数据背后的东西更值得思量。无论什么 样的新形式出现,"双11"的本质是 让利促销购物活动,恰当的营销方式既 可以优惠消费者,又可以提升品牌所 象。在高端化、个性化和多元化消费升 级趋势中,企业实力靠的是品牌质量和 口碑,廉价与虚假宣传刺激"套"得可 消费者一时,赢不了企业长久发展。 物狂欢并不是盲目买买买,商家营销健 康持久地获得消费者信赖,才能让"双 11"不断创造世界电商的中国奇迹。

"双11"大促不适合校外教育培训机构

"双 11" 战火已燃烧到教育领域。在多位业内人士看来,教育机构是在抓住时机做营销做业绩,也有人认为,机构不过是在"凑热闹"。

"双 11"会是教育培训机构的一次营销机会,但是,却不见得会有多么好的效果。教育的人人大家,在这大家的,不能实行快速规模扩张。在在线教育兴起时,曾有不少人宣称在线教育将颜覆传统教育,质从过去这么多年在线教育发展的实际情况看。

这就是无视教育属性的"炒作"。 在线教育根本不具备颠覆传统教育根本不具备颠覆传统教育的能力,恰恰相反,只把线下教育资源搬到线上的在线教育,是在放大传统教育的弊端——传统教育的最大弊端就是讲授、灌输,对传统教育的改革,是进行交互式、探究式教学。由于受教育者更需要个性化教育,因此,强调规模的在线教育并不受此,这最多适合职业技能有机构很难找到盈利模式的根本所在。

当前, 我国正对校外教育培

训机构进行规范,校外教育培训机构进行规范,校外教育培训机构也将迎来转型期。要从以同重视规模扩张,转向重视质量与品牌,重视师资建设、课程建设、品牌建设,这样的校外培训机构,才能更好地扮演其给受教育自己的专人校外差异化选择的角色。由于资队伍,不能从学校聘请教师师,一次收费不能超过3个月,就是防止培训机构搞营销促机构,而不重视质量建设。培训机构要以质量吸引消费者,而不是先把消费者圈进来再说。

信息"轰炸"别成"双11"标配

"双 11"如期而至,各种弹窗广告、促销短信花样翻新,充斥在电脑端和手机端的屏幕。 有媒体把这些促销短信、弹窗广告,称之为"双 11"营销 3.0 时代藏着的"坑"。

对这些商业性信息泛滥的"暗坑",《消费者权益保护法》明确指出,经营者未经消费者同意或者请求,或消费者明确表示拒绝的,不得向其发送商业性信息。《广告法》则规定,任何单位或者个人未经当事人同意或者请求,不得以电子信息方式向其发送广告。工信部所发布的《通信短信息

服务管理规定》中也提出,短信息服务提供者、短信息内容提供者 未经用户同意或者请求,不得向 其发送商业性短信息。然而,促销 短信、弹框广告的发布者往往并 不以消费者同意接受为前提。

实际上, 低廉的系统发送成本和过低的违法成本, 造成促销短信、弹框广告屡禁不止。漠视消费者的基本权益和真实需求,"精准骚扰"的各种广告不但没有精准触达用户, 反而让商业信息更加碎片化。在移动互联时代, 精准流量作为宝贵的资源, 显然需要法治的护佑, 才能顺利转化为增

服务商大批量密集群发模式设立 约束的"红线",并充分运用技术 手段,对违规端口和商户及保 取处置措施。对消费者来说,除 借助第三方软件来拦截之外,除 要有意识地通过各种举报之外,也 更有意识地通过各种举报。 12321 举报中心履行举报更重视起 过提升服务来整合流量资源。因 为,既然"把人作为流量的口事, 就要把人的需求真正当四事,切 菜让信息"轰炸"成了"双11"标 配。综合北京青年报、广州日报 (谚路 整理)

值流量。对监管者来说,要对代理

上海化水生物科技有限公司公 股东会决议即日起注销,特此公告 上海绿城南务咨询中心(有限公公 经合伙决决证即日起注销,特此公司 经合伙决定即日起注销,特此公司 经股东决定即日起注销,特此公司 经股东决定即日起注销,特别公司 |决 议 即 日 起 注 销,特 此 公 | 上海传融实业有限公司信用 |码:91310116MA1J84MC99, 经股 上海名源化妆品有限公司统一会信用代码。91310120MA1ftgIWA 经股东会决议即日起注销,特此会上海东维医疗器械有限公司统一代码。91310114MA1GU0KEXF, 经股决定即日起注销,特此公上海垄学教育科技有限公司统一会信用代码。91310230MA1K137M50 股东会决议即日起注销,特此公 上海嘉德印刷机械有限公司 册号:3102262034825 即日起注销,特此公 屹和(上海)广告传媒有限公 K会决议即日起注销,特此公上海蔻夕网络科技有限公司信 以即日起注销特此公 上海溶巴餐饮有限公司统一社 信用代码:913101090841476122 股东决定即户 东决定即日起注销,特此 上海鹤冠贸易有限公司统一 会决议即日起注销,特此公告 :海舒晴环境工程有限公司注 日起注销,特此公告。 日起注销,特此公告。 上海邮嘉商贸有限公司注册 日起注销,特此公告。 治本经验,特此公告。 治本经验, 下会决议即日起注销,特此公 上海玺闻物资材料有限公司经 定解散,并已成立清算组 请

为用弃型工程。 更要维生物工程有限公司经歷 完会决议注册资本由原人民币108 5元减率人民币50万元、特地公 特加两工程有限公司经股东经 设注册资本由10000万元减至50万元,请债权人自本公告刊登五日 5万元,请债权人自本公告刊登五日 5万元,请债权人自未公告刊登五日 该技任册资本的担保请求,特此公 转提供相应的担保请求,特此公