第八届上交会将于4月15日开幕,组织工作人员接种疫苗

参展企业逾千家,创历年新高

本报讯 记者昨天从上海市政府新闻发布会 获悉, 第八届上交会将于 4 月 15 日至 17 日在上 海世博展览馆举办。本届上交会将以"线上线下 融合"方式呈现,全新设立线上展区,组织云展 云发布、云会议、云逛展活动。目前,各项 疫情防控措施已经全面部署到位。上交会对大会 工作人员、展商和新闻媒体等相关人员实施全员 核酸检测,并且组织大会相关工作人员接种新冠

据了解,上交会由商务部、科技部、国家知 识产权局和上海市人民政府共同主办。据了解, 本届上交会秉承"创新驱动发展、保护知识产 权、促进技术贸易"理念,立足服务国家战略, 聚焦先进技术成果, 体现数字化转型要求, 链接 境内外创新资源,着力提升展会品质能级。本届 上交会总展出面积为 3.5 万平方米, 规模与上届 持平,参展企业逾千家,创历年新高。

上交会执行办副主任、市商务委副主任周岚 介绍说,本届上交会设置科技创新、城市更新、 专业技术、创新生态以及交易服务五个展区。

科技创新展区设置长三角、自贸区临港新片 区、科创中心建设、技术转移、民营企业、侨 商、高校等专区,展示具有前瞻性、引领性的技 术成果和科研项目,促进应用和转化。城市更新 展区践行"人民城市人民建、人民城市为人民" 重要理念,展示一批引领性数字技术,呈现数字 抗疫、数字适老、数字社区和数字商业等应用场 景,探讨城市数字化转型路径。专业技术展区设 置新一代信息技术、生物医药、新材料、机器人等 专区,给予观众现场体验。创新生态展区设置创 新成果转化、高新技术体验互动、境内外项目对 接等功能区域,组织大企业、高新科技园区、资 本联盟项目采购团开展对接洽谈。交易服务区引

人上海市知识产权服务中心、上海人才服务行业 协会等机构,提供技术成果查询、知识产权咨询 等服务

同时,本届上交会将以"线上线下融合"方 式呈现,全新设立线上展区,组织云展览、云发 云会议、云逛展活动, 联通国内国际资源。 周岚说,论坛会议以"精简、务实、高效"为原 则,组织"1+3+4"场论坛活动,分别是1场开 幕论坛、3场主题日活动和4场特色论坛。其 中, 开幕论坛以"新技术·新经济·新价值, 赋能 新发展格局"为主题, 激请国际知名学者和企业 家共济一堂,深入探讨后疫情时代全球数字经济 的发展趋势。

作为大型展会, 第八届上交会的防疫工作也 是社会关注的焦点。周岚表示,本届上交会坚决 贯彻落实"外防输入、内防反弹"的总体防控策 略, 牢固树立底线思维,围绕"人、物、馆"3项重 点,统筹做好展会各项疫情防控工作。目前,各项 防控措施已经全面部署到位:一是做好人员管理。 所有参会人员需提前在上交会官网进行实名注册 和预约:人场时出示健康码或随申码,配合测量体 温,凭个人有效证件入场;展馆内全程佩戴口罩、 勤洗手、保持社交距离。对大会工作人员、展商 和新闻媒体等相关人员实施全员核酸检测。组织 大会相关工作人员接种新冠疫苗。

同时,为做好现场防疫。周岚表示,展会将 通过预约、分时、错峰、限流等措施,实时监测 和合理管控人流和人员密度,避免人群聚集,并 加强馆内巡查。按相关规定严格落实展品和场馆 防疫消杀工作

此外, 展会现场还将针对各类可能存在的风 险和突发情况,制定现场应急处置预案和流程, 设置临时隔离点和医疗服务点,建立展区内现场 处置队伍与展区外定点医疗卫生机构应急联动响 应机制。

长三角铁路发送旅客1098.5万

清明小长假客流恢复至 2019 年同期 98.9%

□见习记者 翟梦丽 通讯员 许文峰 杨德威

本报讯 记者从中国铁路上海局集 团有限公司获悉, 清明小长假运输期间 (4月2日至5日),长三角铁路发送旅 客 1098.5 万人次,约占全国铁路客发量 的 22.7%, 日均发送 274.6 万, 较去年同 期增长 225.2%, 客流恢复至 2019 年同 期 98.9%。其中 4 月 3 日发送旅客 321.1 万, 创今年以来单日客发量新高。这是 区域疫情防控向好和经济全面恢复的综 合体现,反映了长三角客运市场的强大 韧性和巨大的增长潜力。

小长假运输期间,长三角铁路发送 长途直通旅客 169 万、同比增长 193%, 发送短途管内旅客 929.5 万、同比增长 231.9%, 城际客流和周边短途客流占比 较大,客流成分以旅游、探亲、扫墓为 主,主要集中在高铁3小时交通圈内。 除传统的沪宁、沪杭、甬温、宁安、合 福等旅游、扫墓线路外, 沪苏通、盐通、 连镇、徐连、合安等高铁新线客流较日 常有较大幅度的增长。其中连镇高铁、 沪苏通铁路、盐通高铁单日最高输送量 分别为13余万、近10万、7万,增幅 远超预期。

清明假期,红色旅游热度攀升,上 海、浙江、江苏、安徽等地红色旅游景 区吸引了众多游客打卡游览,人民群众 通过红色之旅,祭奠革命先烈,追寻红 色足迹, 传承红色基因。地处大别山革 命老区的六安、金寨和皖南泾县等火车 站, 扫墓客流与红色旅游客流较往日增 长两到三倍。4月5日,长三角今年首 趟红色旅游专列 Y311 次从蚌埠驶往井 冈山、湛江方向,660名旅客踏上"追 寻红色足迹"之旅。

针对清明假期每天不同的运力需要, 长三角铁路运用大数据加强客流动态预 测分析,精准实施"一日一图",在采取 启用高峰线列车的基础上, 适需增开列 车增加运力投放。其间,铁路部门共增 开旅客列车 488 列, 组织动车组重联运 行 1780 列,实施普速列车加挂车辆 297 辆次; 日均开行旅客列车超过 1100 对, 其中动车组列车近 900 对,实现了客运 组织安全有序。

大客流之下,疫情防控显得更加重 要。长三角铁路各大客运车站进一步优 化测温流线,加强常规防疫措施的落 实,实现体温测量率、规范口罩佩戴 发热移交处置率 100%的目标,同 时落实常态化消毒通风措施,保持公共 场所温度适宜、空气新鲜、环境整洁, 为旅客创造放心、安心、舒心的出行环 境。清明假期运输期间,共测温 2000 余 万人次。

炒鞋大军转战国货:爱国主义怎容投机倒把

国产球鞋火了。最近,国产球鞋成网友们追捧的对象,在球鞋二级交易市 场,又兴起一股炒卖国产球鞋之风。

据媒体报道,某国产品牌球鞋发售价 1499 元,但在球鞋交易市场售价竟 高达 48889 元, 涨幅达 31 倍! 另一款发售价为 1699 元的运动鞋, 此时售价 达 29999 元, 涨了近 17 倍。如此涨幅, 不禁让人瞠目结舌。

爱国主义不容投机倒把

此番国产鞋价格遭热炒, 有个背景不能 不提。前段时间,一些西方品牌球鞋"玩火 自焚", 粗暴无礼抵制新疆棉花, 遭到广大 爱国网友"谴责",纷纷用脚投票,下单李 宁、安踏等知名国产品牌、以实际行动表达 朴素的爱国情怀。

当下的国产球鞋市场,炒鞋客闻风而 动,投机者兴风作浪,雪球越滚越大,价格 趋于疯狂。然而,有几句话需要敬告炒鞋

第一, 爱国主义是凝聚人心的旗子, 不 是投机倒把的幌子。

爱国主义是根植于人心、融汇于骨血的 高尚情怀, 经不起消费, 更容不得绑架! 炒 鞋客闻到铜臭,便蜂拥而至,打着爱国旗号 榨网友骨血,一通操作"猛如虎",将国产 球鞋炒到畸形地步,自己赚得盆满钵满,却 把网友当"韭菜"割,将国人的爱国情怀肤 浅化、利益化、消费化,这无疑是对爱国主义 精神的无理消费,对民族精神的粗暴消解!

打爱国主义的算盘,不仅可耻,还可恨! 第二. 法律红线不可触碰. 市场底线不 容突破。

炒鞋不是致富捷径, 是违法歧途。对于 无节制的炒鞋, 法律不会心慈手软, 必定一

硬到底、寸步不让:无论是故意虚构价格 还是散布消息哄抬物价,都属违法行为;倘 若交易的是假鞋, 当属诈骗行为; 交易不拿 实物鞋, 而是以鞋为标的进行炒作, 则可能 涉及金融违规, 甚至是金融领域的违法犯罪 行为。适度的营销能够吸引公众聚焦。进而 转化为购买力和品牌资产; 无底线的炒鞋则 是一场彻头彻尾的资本游戏。一些人无视公 众利益、挑战行业规则、破坏市场良性发 展,背后更是形成了一条灰色产业链。据公 开报道,这条产业链有的已沦为非法集资、 非法传销的温床。

唯有以法律红线守住炒鞋底线, 才能让 泡沫退去,让秩序回归!

第三, 爱国不需要理由, 但需要理性。 爱国无价, 无法用商业价码衡量。与其 靠炒作球鞋价位比高低, 不如在实现自身价 值上做文章, 将理智付诸行动, 少些盲从, 多些思考, 脚踏实地理性爱国。倘若因一时 的头脑发热一拥而上, 往往会被情绪襄挟, 做出不甚理智的事情, 与真正的爱国南辕北

爱国不是盲目的冲动, 而是理性的求

炒鞋闹剧, 该收场了!

涨价数十倍,受损的终是消费者

此前,关于因为炒鞋导致大幅度溢价的 新闻也不少,但新闻的主角大都是国外品 牌,如此大规模炒国产球鞋还是头一回。这 与近日消费者青睐国产品牌的消费环境变动 有直接关系。网友力捧国产球鞋,导致不少 国产球鞋的热门款式早已售罄, 市场中需求 远远大于供给,涨价也在所难免,但翻5 倍、10倍甚至31倍,早已背离价格规律。 "哪双款式有'稀缺'价值就炒哪双"

炒鞋市场从来不缺合格的投资"标的"。 大牌、联名、限量、配色变换、甚至品牌 LOGO 稍有变化,总之任何符合"稀缺" 的因素都能成为"炒鞋"的标准。此次某些 球鞋的价格早已是过度炒作的结果、此时购 买,赚钱的还是炒鞋商和生产商,当泡沫退 去,受损的最终还是消费者。

从品牌方的角度来看, 自己家生产的鞋

子被炒作,似乎是件好事,从某种程度上讲, 也是市场对品牌的一种"认可"。但从国产球 鞋行业的长远发展来说,此时涨价囤货显得操 之过急, 炒鞋商也有抓住这次"国货崛起"的 机遇进行收割韭菜的意味。

此时品牌方要在热度中保持冷静、看得更 长远一些。一方面, 品牌方要意识到很多球鞋 的稀缺性实际上掌握在自己手中, 无论是"限 量"还是"复刻"。从根本上来说都是自己说 了算, 此时不能任由炒鞋商人借由其产品割韭 菜。否则、此时的名利泡沫、最终或许会带来

另一方面, 品牌方也要在这次热度中充分 展示自己的品牌效应, 生产出设计、款式、配 色、科技含量等都带有自己独特的品牌价值理 念的产品, 让品牌理念更深入消费者的心, 地 基打得牢,才能走得更长远。

监管部门应积极作为,为国货发展创造良好环境

知名国产品牌的限量款球鞋在二手市场 上存在一定溢价并不新鲜。然而,这一波价 格上涨明显超出溢价范畴。远离价值规律。 一件商品短短几天涨价数十倍, 显然不是市 场运行的正常现象。

近年来, 国产品牌在科技研发和外观设 计等方面都有了长足进步, 的确有了迈向中 高端市场的底气。加之当前一些洋品牌球鞋 因其恶意"封杀""新疆棉"行为受到中国 市场冷落。消费者纷纷用脚投票支持国货。 国产品牌遇到良好发展契机。然而,如果因 为"炒鞋"导致球鞋爱好者买不到想要的球 鞋,进而让国产品牌失去消费者的信任,无

异于竭泽而渔, 自断国产品牌升级之路。

值得注意的是, 当前, 少数互联网平台打 "真假鉴定"等旗号,在"炒鞋"问题上借 机推波助澜,还有一些平台为"炒鞋""囤 鞋"的年轻消费者提供信贷支持,扮演不光彩

鞋是用来穿的,不是用来炒的。遏制这种 疯狂的做法和歪风邪气, 监管部门应该坚决出 手, 通过法治手段为这轮炒鞋热降温, 积极作 为,加强监管和引导,维护市场秩序,为"国 发展创造良好环境。

综合新华社、人民网、光明网、中央政法 委长安剑等

(业勤 整理)