

聚焦六大行业 北京发布“限塑10条”

12月24日,《北京市塑料污染治理行动计划(2020—2025年)》(以下简称《行动计划》)正式发布,从十大方面详细勾画了北京五年内的塑料治理路径。五年内,北京将聚焦餐饮、电商等六大重点行业,严控塑料废弃物向环境泄露,减少不可降解一次性塑料制品使用。同时,促进替代技术和替代产品供给、促进塑料废弃物分类回收和循环利用。《行动计划》将与垃圾分类工作一同,系统性治理“白色污染”。

强化减塑力度

《行动计划》聚焦餐饮、外卖平台、批发零售、电商快递、住宿会展、农业生产等六大重点行业,强化减塑力度,严控一次性塑料制品向自然环境泄露。

其中,到2020年底前,全市餐饮行业禁止使用不可降解一次性塑料吸管,建成区外卖(含堂食打包)服务禁止使用不可降解塑料袋,建成区、景区景点堂食服务禁止使用不可降解一次性塑料餐具;到2021年6月底,全市餐饮行业禁止使用不可降解一次性塑料咖啡搅拌棒。

记者注意到,相比于11月的征求意见稿,《行动计划》考虑到餐饮企业咖啡搅拌棒库存消化和替代产品采购周期实际情况,将禁用不可降解一次性塑料咖啡搅拌棒的时间调整为2021年6月底,增加了6个月的缓冲期。

同时,鼓励外卖平台在点单环节设置“无需餐具”等选项,并给予积分等形式的奖励。鼓励外卖平台加大宣传力度,通过发放平台“专属绿色优惠券”等引导消费者选择;对于快递业,要求到2025年底,全市快递网点禁止使用不可降解塑料胶带。

北京公众环境研究中心主任马军认为,随着新业态发展,以往的塑料污

染还没治理好,电商、外卖等导致的塑料垃圾问题还在加剧,因此更严格的“限塑令”是必要的。

生活中,消费者点了“无需餐具”,商家仍配送一次性餐具的情况并不少见。马军告诉北京商报记者:“塑料治理必须要找准路径。其中一个路径就是抓住龙头,因为它产生的塑料量很大,资源能力也非常强。我们有生产者责任延伸的制度,平台也需要有塑料治理责任的延伸。”

今年以来,我国塑料污染治理顶层设计不断完善。1月,国家发改委、生态环境部发布《关于进一步加强塑料污染治理的意见》(以下简称《意见》),按照2020年、2022年、2025年三个时间段,分步骤、分领域推进塑料污染治理整体工作,要求到2020年率先在部分地区、部分领域禁止、限制部分塑料制品生产、销售和使用。

7月,国家发改委等九部门又联合印发了《关于扎实推进塑料污染治理工作的通知》,重点围绕《意见》提出2020年底要完成的目标任务,对有关重点工作逐项提出狠抓落实措施,并明确了责任单位。

“塑料污染治理任务需要从生产、流通、使用、回收利用等多个环节加强全链条管理,禁限一批难回收、易泄漏的一次性塑料制品的生产流通和使用,替代一批不可降解一次性塑料制品,循环一批新型包装和物流载具,同时要建立健全高效回收体系,规范废塑料材料化利用,大幅提高塑料垃圾能源化利用比例。”国家发改委副主任唐登杰说。

结合垃圾分类

正如唐登杰所述,除了使用减量,高效回收体系也是避免塑料污染的一大方式。值得一提的是,北京推动建

立了“1+1+N”塑料污染治理政策体系,加强系统性治理。包括此次发布的《北京塑料污染治理行动计划》和今年5月1日起正式实施的《北京市生活垃圾管理条例》。

“N”则为若干专项工作方案和标准规范,目前已发布7项,包括市市场监管局发布的《关于开展塑料袋专项整治行动的通知》,市农业农村局发布的《北京市2020年农业投入品废弃物回收处置工作方案》等。

《北京市生活垃圾管理条例》明确规定,全市禁止生产、销售超薄塑料袋,商品零售场所不得使用超薄塑料袋、不得免费提供塑料袋,餐饮和旅馆经营单位不得主动提供一次性餐具等,为全市塑料污染治理工作提供了地方法规保障。

“塑料污染整治可以和垃圾分类工作很好地结合。”马军告诉北京商报记者,“塑料垃圾需要高质量地收回来,不能说和各种油污混在一起,才能解决塑料治理‘最后一公里’的问题。北京自5月以来实施垃圾分类,整体有了一些推进,未来还能继续进步。垃圾分类做好的情况下,塑料垃圾解决就有了方案。回收价值高的塑料实现闭环收集,低附加值的、没有人愿意收集的,通过有限的补贴实现收集。”

中国人民大学环境学院教授宋国君也认为,需要加强塑料的回收利用。数据显示,全球目前被回收利用的塑料仅10%左右。宋国君告诉北京商报记者:“据我所知,从技术上、成本上来看,100%的塑料全部可以做到回收利用。如果全部做好回收利用,塑料污染就不复存在了。让大家节约使用塑料制品、以其他物品替代塑料也是很好的选择,但替代物的成本必须比塑料低。”

12月24日,唯品会(合肥)城市奥莱正式开业。开业当天,10大品牌主力店、8大国际名品自营店伴随城市奥莱开业一起亮相合肥,为消费者提供众多超低折扣价的一线大牌商品。

据悉,这是唯品会布局的首个城市奥莱项目。未来,唯品会还将在全国范围内打造更多像合肥城市奥莱这样具有“城市客厅”体验的奥特莱斯购物中心,让更多的消费者体验到“离家近、品牌好、价格超值”的正品特卖。

超200家国内外知名品牌进驻

唯品会(合肥)城市奥莱延续了唯品会平台“品牌+特卖”的优势——“品牌好,价格超值”。业内人士分析指出,之所以选择在此时布局线下城市奥莱,是因为经过长期特卖经验积累的唯品会,已经建立起了一套“好品牌+好款式+价格超值+快周转”的完整供应链模式。

在目前入驻的唯品会(合肥)城市奥莱两百多家品牌矩阵中,超30%品牌首进合肥、超80%直营。在国际名品自营店方面,唯品会(合肥)城市奥莱独家引进了唯品会与杉杉奥莱共同打造的苏皖地区首家名品买手店PLANET33。PLANET33专供一线重奢品牌商品。唯品会全国首家自营美妆新零售门店——VIPME也将在唯品会(合肥)城市奥莱亮相。同时,超过200家时尚品牌也集体入驻唯品会(合肥)城市奥莱。

打造“离家近、品牌好、价格超值”的城市奥莱体验

有别于建设在城市远郊的传统奥特莱斯,“离家近”“便利”“随时随地想买就买”是城市奥莱的主要特色。唯品会(合肥)城市奥莱前身是号称安徽省内最高端、合肥首个地区型购物中心的安粮国贸购物中心,不过,安粮国贸开业后因诸多因素成为当地著名的烂尾商业。2018年底,唯品会拿下国贸安粮购物中心经营权,2019年5月开始正式筹备改造,历时7个多月就实现了20万方商业体的招商收口和装修旧改尾。

在国贸安粮时代,唯品会(合肥)城市奥莱项目所在地三面都是高架,导致到达难、停车难。如今,合肥城市奥莱项目打开乌江路北入口和西路口,并直接将维持数年之久的乌江路路面停车位取消。困扰该址多年的高架问题,在畅通二环工程的优化后,将有望得到根治,合肥消费者到唯品会奥莱购物也将更加便利。

除了“离家近”,唯品会(合肥)城市奥莱还为消费者提供丰富、高品质的休闲、娱乐体验。未来,唯品会还将在全国范围内打造更多具有“城市客厅”体验特性的奥莱广场购物中心,让更多的消费者体验到“离家近、品牌好、价格超值”的正品特卖。

亲宝宝APP 9.0版本暖心上线

支持畅滑和深色功能

全方位升级浏览体验

近日,育儿品牌亲宝宝宣布旗下核心产品“亲宝宝APP”9.0版本正式上线。新版本对亲宝宝APP进行暖心升级,其中核心功能“亲子私密云空间”实现了不同组照片、视频内容左右连续顺畅滑动;亲宝宝APP实现了深色模式,并添加了iOS14照片小组件功能。

左右顺畅滑动 亲子私密云空间支持“一键到底”

历经一个多月,亲宝宝APP亲子私密云空间左右顺畅滑动功能已经在9.0版本如期上线。现在,云空间的浏览体验不仅比之前更顺畅了,浏览效率也大大得到提升,如用户在翻看孩子以往的成长照片、视频时,不需要再不断重复点开、关闭的动作,只要左右滑动,就能便捷地实现跨日、跨月滑动查看,可以说是“一键到底”。在这之前,上传到云空间的照片会自动按照场景、拍摄时间智能分组,用户只能按照“看完一组-关闭-再点开看另一组”的模式浏览。

据了解,IMAX激光系统配有全新的光学引擎和一整套IMAX专利技术。

新系统拥有更高的分辨率、更清晰明亮的画面、更强烈的对比度和更鲜明绚烂的色彩。

同时,IMAX激光影厅搭配的是IMAX 12.1声道音响系统,打造震撼人心的听觉体验。

在IMAX激光影厅,

观众可以在高清高亮的超大银幕上欣

赏到更有质感的画面和更丰富细节,获

得更加身临其境的观影体验。

据了解,IMAX激光系统配有全新的光学引擎和一整套IMAX专利技术。

新系统拥有更高的分辨率、更清晰明亮的画面、更强烈的对比度和更鲜明绚烂的色彩。

同时,IMAX激光影厅搭配的是IMAX 12.1声道音响系统,打造震撼人心的听觉体验。