

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”是有必要的。

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。”

此外,对于批发零售业,《行动计划》要求到2020年底,北京市建成区的商场、超市、药店、书店等零售业门店禁止使用不可降解塑料袋,集贸市场规范和限制使用不可降解塑料袋。到2025年底,北京市建成区集贸市场禁止使用不可降解塑料袋。

到2020年底,北京市建成区举办的各类展览、展会活动禁止使用不可降解塑料袋;农业生产方面,到2022年底,基本建立政府支持、市场主导的废旧农膜和农药、肥料包装废弃物回收处置体系,农膜回收率达到90%以上;到2025年底,住宿业逐步扩大不得主动提供一次性用品范围,并将实施范围扩大至乡村民宿。

分阶段实施

《行动计划》提出了三阶段目标。第一阶段到2022年,以举办北京冬奥会为契机,制定并组织实施北京冬奥会落实塑料污染治理的工作方案。届时,北京市塑料污染治理政策标准体系初步建立,重点领域塑料污染治理措施全面实施,一次性塑料制品消费量明显减少,替代产品得到推广。

第二阶段到2023年,全市重点场所、重点沿线塑料污染基本消除,重点用塑单位报告等基础性制度基本建

立。据悉,重点用塑单位报告制度将先期在市级党政机关、连锁超市等领域,试点建立重点用塑单位一次性塑料制品使用情况报告制度,后续根据试点情况逐步完善。

第三阶段到2025年,塑料污染治理制度全面建立,科技支撑体系更加完善,低塑生活的良好社会风尚基本形成,努力成为国际超大型城市塑料污染治理典范。

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、销售和使用的。

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,大幅提高塑料垃圾资源化利用比例。”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》明确要求,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。”

北京第五家IMAX激光影厅开业迎宾

12月18日,刚刚升级为IMAX激光系统的北京石景山万达影院IMAX影厅举行了盛大的启幕仪式,这标志着北京第五家IMAX激光影厅正式开业迎宾。

活动当天,数百位IMAX影迷和媒体、嘉宾齐聚石景山万达影城。万达院线副总经理兼影院技术公司总经理王琦先生和IMAX中国首席营销官周美惠女士等主办方代表也亲临现场,共同见证升级改造后的IMAX激光影厅的非凡魅力。

石景山万达影城于2008年开业,不仅是亚洲首家拥有数字IMAX巨幕的影城也是万达第三百块银幕。此后,石景山万达不仅成为京城的观影地标之一,更是一路见证中国电影行业的飞速发展,内容迭代和万达IMAX影院网络的不断扩展。在过去十二年中,石景山万达IMAX厅累计放映3.2万场电影,为无数京城乃至全国观众奉献了震撼而难忘的观影记忆。升级后的石景山万达影城将正式步入激光放映时代,更好的满足消费者日益增长的观影需求和不断迭代的影片内容呈现。



在启幕典礼上,IMAX中国首席营销官周美惠女士表示:“石景山万达影城是IMAX与万达在中国开启合作的首批影城之一,并在当年率先在亚洲引入IMAX数字放映系统,从数字时代到激光时代,我们和万达电影始终并肩携手,共

同致力于为全国观众带来身临其境和震撼超群的观影体验。”

万达院线副总经理兼影院技术公司总经理王琦表示:“万达电影与IMAX闪耀着太多光辉时刻:IMAX全球第一、亚洲首个激光IMAX影院,拉萨首家、全球

海拔最高的IMAX影厅等里程碑事件都与万达电影紧密相连。今天,展现在大家眼前的这块银幕,不仅是双方精诚合作的又一典范,更是中国电影终端放映技术日新月异的坚实印记。”

万达与IMAX的强强联合已走过十几年历程,近年来更签署了几项重要的多家影院合作协议。今年七月,万达与IMAX宣布签署一项涉及20家影院的新合作协议。根据协议,万达旗下10家票房位居前茅的影院将焕新升级为行业前沿的IMAX激光®技术,其中包括今日完成激光升级启幕的石景山万达影城。

据了解,IMAX激光系统配有全新的光学引擎和一套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丽的色彩。同时,IMAX激光影院搭配的是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。

深耕餐饮场景 怪兽充电与深圳老碗会达成独家合作



近期,智能共享充电品牌怪兽充电与深圳知名连锁餐饮品牌老碗会达成独家合作,入驻老碗会旗下所有门店。本次合作在解决用户的续电痛点、助力老碗会提升服务品质的同时,

也是怪兽充电深耕餐饮类场景、巩固竞争优势的重要举措。

熙熙攘攘,皆为食来。据老碗会工作人员反映,门店分布广且主要位于市区的商圈、产业及教育园区附

近。人流量大,移动充电需求集中。“如今共享充电已十分普遍。怪兽充电网点多、口碑好,我们希望与怪兽充电一道在完善服务功能方面做出尝试,解决顾客们的‘电量焦虑’,营造一个更加舒心的用餐环境。”老碗会方面表示。

舒心的第一步是安全,也是怪兽充电不断改进的重要一环。电芯的阻燃设计和封装、安全电路和智能监测等技术不断叠加在充电宝及其设备上,使怪兽充电产品的安全系数不断提升。因此早在2018年,怪兽充电就成为了行业首家通过新国标检测认证的企业。

除了“硬件”安全,在“软性”的信息安全方面,怪兽充电也已走在行业前列。据悉,怪兽充电成为了行业唯一一家符合ISO/IEC27001:2013(信息安全管理体系标准)的企业,以国际标准保障用户信息安全。

在商户端,怪兽充电为老碗会提供了定制化的运维服务。设备有专业的运营人员负责日常维护。在物联网

技术的支持下,每台柜机都处于24小时监控下,能够实时监测每个充电宝的温度和电量,运营人员可对问题及时处理。借力数字化运营系统,怪兽充电将精细化运维服务落到每一个宝,让商户更省心。

餐饮类场景作为共享充电行业的“元老级”场景,目前仍处于高速发展期。怪兽充电对此类场景也从单一门店的渗透过渡到对连锁品牌的开拓。从COSTA、避风塘、南京大牌档、老凤斋等全国性连锁餐饮品牌,到老碗会、老凯俚酸汤鱼、肉串王等地区性标杆品牌,怪兽充电已将共享充电服务打造为餐饮行业的“标配”,赋予线下消费场景新势能。

截至目前,怪兽充电已与全国逾六十万商户建立了合作,服务用户超过2亿,业务广泛渗透进居民吃喝玩乐购及医疗、交通等消费场景。未来,怪兽充电将集合更多品牌,深挖场景价值,实现全方位、全场景的业务覆盖,为用户打造更加便捷的共享充电服务网络。

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收尾。

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出入口和西路口,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,亲子私密云空间一直都是亲宝宝APP最核心的功能。据QuestMobile、艾瑞、易观等第三方数据显示,亲宝宝APP用户规模、日活以及月活均领先于全行业。今年疫情以来,亲宝宝APP云空间的活跃度更是大幅攀升,用户照片视频上传数、用户浏览量持续创新高,单日照片视频上传数更是连续15天破1000万。

“随着浏览量、照片/视频上传数的不断激增,我们把‘全方位提升用户的浏览体验’放在了版本升级的首要位置,而亲宝宝APP最核心的功能之一就是亲子云空间,升级空间浏览顺畅度势在必行。”亲宝宝APP产品总监表示,“这个看似简单

的左右连续顺畅切换功能实现起来也不容易。亲宝宝APP里的亲子私密云空间,简单的说,它的功能就是上传、查看,八年以来,看起来没什么改变。事实上,自2013年以来,我们每个月都在更新迭代,现在的云空间代码做了很多交叉再交叉的底层逻辑,已经变得很复杂,所以我们在做升级的整个过程需要不断试错、调整。”

避免手机亮光干扰熟睡宝宝 亲宝宝APP增设深色模式

考虑到妈妈们在夜晚使用的场景,亲宝宝APP9.0版本在浏览体验的升级迭代上还特别增加了深色模式。

亲宝宝团队在调研中发现,哺乳期的妈妈们晚上使用亲宝宝APP的喂养工具记录喂奶时间和奶量已经不在少数,妈妈们晚上趁宝宝睡着整理了上传照片上传到亲宝宝APP的情况也成为常态。为了避免日间模式下手机屏幕的亮光干扰到熟睡中的宝宝,亲宝宝产品团队特别增设“深色模式”。整个深色模式的实现过程,在避免纯黑、避免高饱和色的基础上,还提出了各种升级要求,比如为了确保内容在深色模式下清晰易读,背景必须足够暗以显示白色文本,同时出现在组件和关键表面的颜色必须是高亮色。

增加iOS14照片小组件功能 手机桌面就能“看娃”

此外,最新版本的亲宝宝APP还增加了照片小组件功能。据了解,苹果iOS14版本用户只要编辑主屏幕添加亲宝宝APP小组件功能,亲宝宝空间的照片就可以在手机桌面上出现,并随机展示,满足了用户“看娃”“炫娃”的诉求。

亲宝宝APP产品总监说:“这次亲宝宝APP的升级是从用户的使用痛点、情感角度出发进行开发的。我们一直‘坚持用户第一’、‘打磨产品’的理念,希望为用户提供一个高效、科学、安全的产品同时,也能从情感角度出发,为他们提供更多暖心功能。”

抗新冠病毒药物专家研讨会在京举行

近日,由北京汉典制药主办的抗新冠病毒药物专家研讨会在京举行。医疗专家和学者通过典型案例和大量数据,分享了中医药在抗击新冠肺炎疫情中所发挥的作用,肯定了新冠肺炎疫情防治中的“中医药力量”。

王晓良指出,与2003年的非典疫情相比,中医药在新冠肺炎疫情上的参与度 and 介入程度是史无前例的。据统计,2020年上半年,中医药相关部门共派出

中医专家组和五批国家中医医疗队共773人,奔赴武汉抗疫一线;各地中医机构派出4900人支援湖北;超过90%的确诊患者接受了中医药治疗。

在研讨会上,汉典制药就其研发的抗新冠病毒相关药品研究情况进行了阐述说明,重点介绍了相关药品在项目研发、药理毒理研究、临床应用、药物安全性等方面所取得的重要成果,与会专家就药物后续的研究方向提出了意见建议。