

# 上海迪士尼度假区实施安检新规

## 市民可携带食品入园 方便面、自热火锅、完整西瓜等除外

■ 劳动报记者 叶佳琦 文/摄

本报讯 上海迪士尼度假区昨日开始正式实施其主题乐园的食品携带及安检新规。记者了解到,游客可携带供本人食用的食品及饮料进入上海迪士尼乐园,但不允许携带需加热、再加热、加工、冷藏或保温的食品及带有刺激性气味的食品。安检方面,仍将有开包检查,但整个过程将更友好。

### 榴莲西瓜泡面不能带

据迪士尼公布的名单,不可携带入园的食物包括(但不限于):需加热水食用的方便面、带自热功能的食品,以及榴莲等。早些时候,他们已发现不少游客曾试图携带方便面及自热火锅入园。而针对近日网传的“游客带入了一只完整的西瓜”,迪士尼方面回应称西瓜也不允许携带入园。

“人们可以带面包、饼干、薯片及一些小型水果,还可以携带瓶装水和饮料入园。饮料也取消了容量限制。”迪士尼运营部高级副总裁包兆天告诉记者,遍布乐园的50多个直饮水供应点和20多个热水供应点也将继续为游客免费提供饮用冷热水。

他还强调,酒精饮料、罐装和玻璃容器仍将被禁止携带入园(小型婴儿罐装食品除外)。对于有需要将不可携带入园的个人物品进行寄存的游客,度假区已推出每日10元/件的寄存服务。

带了食物,去哪儿吃?可以进入餐厅食用吗?对此,包兆天表示,餐饮体验是迪士尼标志性的故事讲述体验中至关重要的一部分,而以迪士尼朋友和故事为灵感的沉浸式就餐体验也是上海迪士尼度假区神奇的组成部分。因此,考虑到所有游客的体验,自带食品的游客可在乐园内的指定野餐区域享用自带的食品和饮料,但需要遵守垃圾分类



类准则,并共同维护干净整洁的乐园环境。

他表示,现阶段,度假区的餐饮团队将继续加强园区内食品的多样化供应,增加更多不同品种、口味和价位的食品,为游客提供更为丰富的餐饮选择。

### 至今没收4万件刀具类武器

记者获悉,不得携带入园的物品包括(但不限于):易燃易爆物品;任何类型的武器;仿真武器或玩具枪;需加热、再加热、加工、冷藏或保温的食品及带有刺激性气味的食品;酒精饮料;罐装或玻璃容器;尺寸超过56厘米×36厘米×23厘米的箱包、容器或行李;手推车及带轮子的运送工具;带滑轮的玩乐装备;大型专业摄影、摄像器材和其他相关工具;大型三脚架、折叠椅及凳子;动物;相关法律禁止的物品及其他具有危险性或破坏性的物品。

基于安全考量,个别手提包、包裹或其他物品可能无法携带入园。对无人看管的物品,度假区将作适当处理。

包兆天透露,上海迪士尼开业至今,已通过人工安检没收了10000多件易燃易爆物品、43000多件刀具类武器、超过5000件仿

真武器及玩具枪,大量印刷品、假冒伪劣产品。如果这些物品被携带入园,将极大地影响危害人们的游园环境及人身安全。

### 安检流程会更友好

记者昨日在迪士尼入园口见到,排队处树立了一块全新的指示牌告知游客哪些物品不能进入园内。而在安检区,工作人员在为游客安检时会主动询问是否可以进行检查,得到允许后才会进行开包检查。据观察,整个安检过程人均不超过10秒。

“度假区的安全检查程序建立在全球迪士尼乐园60余年的运营经验基础之上,并且,每一座迪士尼度假区目的地每天都在执行类似的安全检查程序。”包兆天说,除了在上海迪士尼乐园,在巴黎、美国、东京的迪士尼乐园也在执行人工开包检查。确保所有游客和演职人员的安全是上海迪士尼度假区进行一切工作的首要原则。

但为了尽可能降低安全检查对游客体验的影响,度假区团队将即刻实行更友好、人性化的安检流程和服务。建议游客在安检时可以自己打开包装袋,如安检人员有要求,游客可自行将可疑物品取出,并在完成检查后放回。

## 南京路步行街今年“20岁”了

### 改造提升拉开大幕

9月20日,是南京路步行街开街20周年。20岁生日之际,南京路步行街将会有怎样的变化?

记者昨日从黄浦区政府了解到,百联集团成员企业百联股份与阿迪达斯、三联集团与萧邦、第一医药与德国罗氏、东阿阿胶,新世界集团与华为公司,上海世茂广场与音乐小镇、九木杂物社等国内外一流品牌、潮流品牌分别签署了合作协议。同时,南京路步行街20周年整体营销活动也正式拉开序幕。

### 整体客单价2914元

南京东路,在上海商业中拥有怎样的传奇?来自中国银联的南京东路商圈分析报告或许能证明。

从整体消费来看,南京东路商圈2018年全年银联卡消费额359亿元,交易笔数1229万笔;2019年上半年银联卡消费额193亿元,交易笔数665万笔。

从消费结构来看,南京东路商圈购物类消费有绝对优势,占比达69%。在餐饮类商户消费占比次之,达18%。娱乐类商户消费占比为6%。2019年上半年,南京东路商圈购物类消费交易稳定,餐饮类消费上涨2%,娱乐类消费增长3%。整体功能来看,南京东路购物功能为主,餐饮娱乐为辅,整体结构设置

合理,可供消费者多样化选择。

从消费金额来看,南京东路整体客单价2914元,餐饮客单价低于平均水准,接近1000元。购物类单笔消费金额接近2000元。娱乐类消费单笔支出是南京东路所有消费类目的榜首,客单价达4000元。住宿类单笔消费金额2019年上半年较2018年涨幅25%。

### 90后人群比例最高

谁在逛南京路?年轻人占比最高。

根据南京东路客流监测平台报告显示,2018年商圈客流量达到1.5亿人次以上,其中本地客群比重在不断提升,占比达到45.51%,外地客群中主要来源于长三角地区。

随着南京路步行街商业结构调整加快,特别是近年来第一百货商业中心和上海世茂广场先后完成改造,引入Adidas、Nike、M豆和乐高世界品牌旗舰店,整个南京路步行街年龄结构正在转向年轻化转变。根据大数据分析,年轻人占比达到六成以上,且90后的客群在各年龄段人群中占比最高,00后客群占比则由2017年的20%左右快速上升至去年的30%多。本地化、年轻化正是当前南京路步行街上客流的最典型特征。

■ 劳动报记者 罗菁

上海城投 SHANGHAI CHENGTOU

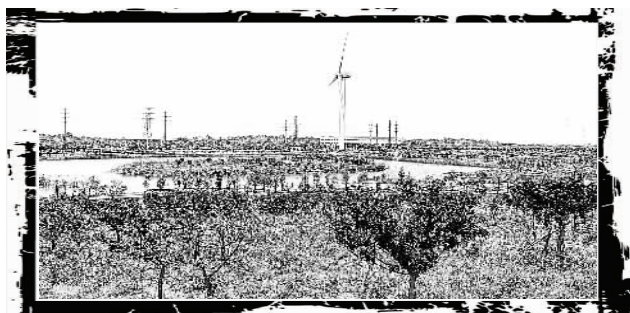
劳动最光荣 使命在城投

当好城市建设和运营管理的主力军

5月20日下午,闵行区罗阳小学四2班的学生和往常一样开展着社会实践活动,但这次与以往不同,他们跟随着“垃圾去哪儿了”来到了位于离上海市中心东南约70公里的老港生态环保基地,开启了一场“垃圾分类新时尚,争做环保小达人”的探索之旅。“来到这里之前,我们都觉得这边肯定有严重的污染,臭气熏天,垃圾成山。可来到这里后,这边一点都不像一个垃圾处置的地方,像是大花园一样。”学生们兴奋地说。而他们口中的大花园,曾经垃圾遍地,臭味肆虐,满天蚊蝇,如今塔吊林立,集卡穿梭,水清地绿,美如公园。若非亲眼所见,定不会相信呈现在眼前的公园竟是曾经的“垃圾码头”。越来越多的市民慕名前来参观,老港生态环保基地变成了市民眼中的网红打卡地。

2009年11月,上海市人民政府批复《老港固体废弃物综合利用基地规划》,要将基地打造成为上海市固废综合处置战略保障基地、资源循环利用示范基地、

## 垃圾分类,生态老港真给力!



环保科创科普先导基地、特色化绿色生态园区。老港基地围绕上海建设韧性生态之城的目标,用心打造生态环保绿色品牌,2009年起对已终止填埋的库区进行封场修复,实现了老港1-3期近5000亩土地的再利用,其规模相当于2个世纪公园。如今,基地内总绿化面积达到10平方公里,绿化覆盖率达70%以上,每年碳减排量为30万吨。

2018年,为了在更大范围内、更高层次上展示公司治理和改善环境的决心和成果,以“印象老港”为主题倾心打造生态苑,因地制宜建设了“白鹭绿岛”、“曲桥风荷”、“鸟篷听雨”、“风车绿苑”、“芦花鹭影”、“清渠如许”、“凤翎花海”、“世博记忆”、“愚公亭憩”等十景观,让文化与垃圾结缘,让生态苑成为了美丽老港、生态老港的展示窗口,成为

了惠泽民生的生动实践。

在以高品质生态支撑高质量发展中,老港处置公司以见微知著的科普方式让垃圾分类的生态环保理念和“印象老港”企业文化建设理念得到更广泛的传播。2017年10月,上海首座以生活垃圾为主题的科普馆——上海生活垃圾科普展示馆开馆,不仅提供了一个关于垃圾转运技术、终端处理工艺、先进管理制度的交流平台,也是老港生态环保基地现代化技术生态建设的展示窗口,更是上海垃圾处理事业百年发展的展示窗口,体现了上海生活垃圾综合治理能力的不断提高,展现了企业尊重自然、顺应自然、保护自然的追求与渴望。目前,上海生活垃圾科普展示馆已累计接待1650批55000人参观。

生态繁衍地,态势难能比;苑有百鸟鸣,美在绿色里。生态苑美,老港很美!如今的老港生

态环保基地内,一二三期封场修复后的场区道路是值得漫步的,美丽的生态苑是可以阅读的,展示馆是有故事的,新项目紧锣密鼓推进中的老港基地是有温度的,而生态修复惠泽民生的目标是无止境的。

环境就是软实力,生态就是竞争力。在提升城市能级和核心竞争力的背景下,老港将对标国际最高标准、最好水平,利用现有生态要素逐步建设生态公园,成为生态与环保功能相融合的城市绿色智慧园区。同时完善基地信息化建设,实现全方位、全过程、数字化、智慧化管理,实现生活垃圾的百年保障功能,当好城市环境运营的主力军,为全市生态环境建设作出更大贡献!

文/徐俊洁



城投工微