

消防安全

上海市消防安全委员会
新闻晨报

联合主办

火灾隐患举报电话: 12345
新闻热线: 63529999

对标借鉴“进博会”服务保障模式

“火焰蓝”全天候守护花博平安

晨报记者 倪冬 通讯员 黄海华

今年,崇明成为第十届中国花卉博览会举办地,精彩演绎“花开中国梦”。在上海市消防救援总队指导下,崇明区消防救援支队对标借鉴“进博会”服务保障模式,精细化编制消防防范工作方案,24小时落细落实防火巡查,为举办一届精彩难忘的花博盛会营造了良好的消防安全环境。

精细化制定“一点一方案”

在上海市消防救援总队指导下,崇明区消防救援支队仔细对照总队总体方案,编制了“1+9”消防防范工作方案,即1个总体方案,9个分方案,逐项细化工作任务,对花博园区所有建筑和项目提前开展技术服务,制定了花博会布展技术指引和消防安全管理要求,逐一对102个室外展馆开展风险排查,并对园区150个餐饮铺位制定消防许可服务保障措施。

3月24日,花博会消防安保前方指挥部完成进驻,每日安排1名作战指挥员、2名接警调度员和1名通信保障员值班值守,并按照计划推进调度指挥、力量调派、通信保障等工作。

按照“重点日”“节假日”“常态日”,崇明消防精细化落实勤务等级,并在长江隧道设置分指挥点,联合多部门在花博会园区开展消防应急救援综合演练45次,对北园6个场馆,85家花博临时住宿、接待酒店以及餐饮场所、冷链企业制定“一点一方案”。

每个人都要掌握消防技能

“使用灭火器的口诀——‘提拔握压’,口诀记好,遇事不慌。”负责培训的一位消防员说,“初期火灾是灭火的最好时机,只要正确掌握扑灭小火的能力,就能扼制火灾的发生,避免更大损失,这是在场每个人都要熟练掌握的技能。”

花博会开幕前夕,崇明区消防

救援支队举行了花博专场“消防大讲堂”,园区一线服务人员包括保安、保洁员、“小白鹭”志愿者、展馆工作人员、餐饮服务人员等5000余人,纷纷走进课堂,学习消防安全知识和技能。

“消防大讲堂”既结合近年来发生的火灾案例,系统讲解消防知识,又根据花博园区实际情况,详细讲解如何检查和防范火灾隐患、正确报警和使用灭火器,以及在火场中如何组织逃生自救等。

除培训园区服务人员外,崇明消防还对参展工作人员、全区近5000名平安志愿者、400名乡镇安全干部和居村委负责人开展消防安全培训。

此外,崇明消防还制作了60余部警示教育短片,在全区50余处重点显示屏以及园区进行滚动播放,并联合总队、网易新闻开展园区消防安全直播活动,观看人数近80万人。

防火巡查24小时不间断

为实施靠前指挥,崇明消防落实专人进驻区花博会筹备组,并安

排总队增援的12名防火干部参加花博园区及社会面火灾防控。

花博会举办期间,崇明消防按照“1+3+6+17”的组织架构,成立了花博会园区工作专班,配置1个前方指挥部、3个前置消防救援站、6个园内场馆巡逻站和17个微型消防站,调派了80名指战员、5辆泡沫水罐车、2辆城郊皮卡车、5部特种车辆、5辆消防巡逻车、4辆消防摩托车,全面落实园区各项消防防范工作任务。

为做到精细化管理,整个花博园区被划分为9个责任片区,每个片区设1名“馆长”,与防火力量、专职保安等共同组成巡查力量进行值守。

期间,崇明消防安排了23名巡馆人员、12名巡逻车人员、56名保安进行24小时不间断防火巡查和重点部位监护,及时消除园区内违章动火、场馆内使用可燃材料装饰、室内违规停放电动自行车以及未按规定配备消防设施器材等火灾隐患1600余处,切实提高了花博园区的火灾防控水平。

5名消防技术服务组人员在园区坚持严格执法和指导服务相结

合,先后整理出园区各类消防设施、人员分工、建筑资料等台账3000余份,针对发现的300余条问题逐一进行研究和指导,深入推进花博会各项消防安全工作,并与园区150家餐饮企业、店铺,以及45家布展单位、管理单位和30家施工单位一一签订消防安全承诺书,要求张贴消防安全公示卡。

同时,崇明消防还将研发的消防网格化排查小程序嵌入园区运营中心平台,并对120名网格管理专员开展业务培训,全面发动各级网格力量参与火灾隐患排查。

花博会期间,崇明消防还创造性地将花博会消防防范工作与消防安全专项整治三年行动有机结合,指导各乡镇依托城市运行“一网统管”平台,优化乡镇、居(村)委等基层网格化管理机制,项目化推进打通消防车通道以及大型综合体、厂房仓库、农家乐(民宿)、电动自行车消防安全整治等任务,共排摸电动自行车销售维修网点192家、外卖快递网点89家、高层建筑177栋、厂房仓库及规模型冷库1028个、沿街商铺1.2万家次、农民自建房5000余处。

年度重磅揭幕 溯源波普艺术

凯迪拉克荣誉呈现「成为安迪·沃霍尔」展

近日,由上汽通用汽车凯迪拉克品牌荣誉呈现的「成为安迪·沃霍尔」展在北京UCCA尤伦斯当代艺术中心盛大揭幕,本次展览将从7月3日持续至10月10日,之后将巡展至上海UCCA Edge展出。作为本年度备受瞩目的重磅大展,「成为安迪·沃霍尔」展是安迪·沃霍尔艺术生涯在中国的首次全景式展现,汇聚了安迪·沃霍尔美术馆与UCCA共同精心挑选的近400件艺术家代表作品,通过非线性叙事深入聚焦安迪·沃霍尔众多作品、档案资料和历史照片。在「成为安迪·沃霍尔」展上,凯迪拉克将再次溯源波普艺术,携新美式格调轿车CT5惊艳亮相。

作为20世纪波普艺术的领袖人物,安迪·沃霍尔拥有多重身份,不仅是一位革命性的艺术创造者,也是取得巨大商业成功的艺术家,

在出版、电影、电视、音乐制作、时尚和戏剧领域均有涉足。安迪·沃霍尔受20世纪50年代中期的波普艺术运动影响,不惧打破艺术的界限,

用艺术的点睛之笔赋予商业品牌无限美感和独特魅力,不断探索商业与艺术的创新融合,他曾以凯迪拉克为主题创作了系列商业作品。其中,《Four Male Costumed Full Figures》描绘1958款Sedan de Ville豪华轿车,《七辆凯迪拉克》则描绘了1963款凯迪拉克,这些珍贵的作品手稿都将在「成为安迪·沃霍尔」展现场展出。

凯迪拉克荣誉呈现「成为安迪·沃霍尔」展,不仅是出于对波普艺术的致敬与传承,也是着眼于艺术全景视野,探索艺术与品牌多元价值联结的又一次尝试。在凯迪拉克的百年历史中,不乏跨界艺术的品牌印迹,早在上世纪50年代,凯

迪拉克设计师已率先将战斗机元素融入到设计中,诞生了“鱼鳍车”Le Mans,成为美国时下标志性的文化符号。在「成为安迪·沃霍尔」展现场,凯迪拉克带来豪华后驱家族的重磅产品——新美式格调轿车CT5波普艺术展车。波普艺术标志性的复制元素和鲜明色彩,以重叠的方式呈现于CT5的车身,更衬托了其黄金车身比例和灵动腰线,使得CT5的非凡格调、设计美学和艺术属性尽显。

在118年的品牌历史中,凯迪拉克始终秉承“艺术与科技”的设计理念,以“胆识、格调、创新”的品牌精神不断追求突破、勇敢探索。一直以来,凯迪拉克也是众多艺术作



品的灵感源泉,其身影在多个影视和艺术作品中绽放风采,引领时代风潮。无论是作为大荧幕内外的“最佳配角”,还是艺术时尚领域的“最佳拍档”,凯迪拉克始终与文化艺术共生共荣,并持续以艺术与科技的跨界演绎,深入诠释“新美式豪华”理念,为消费者带来独具风范的品牌体验。

(于大卫)

