

第二届“五五购物节”交出阶段性成绩单

半个月实现销售 1827.4 亿元



影响力提升

市商务委昨天发布“五五购物节”阶段性“成绩单”，销售情况和影响力明显提升。

5月1日至15日，全市实现网络零售额616.9亿元，同比增长12.8%；上海地区快件业务量达到了1.46亿件，同比增长22%；全市线下累计消费1210.5亿元，同比增长10.4%；全市200家重点大型商业企业共实现营业收入166.9亿元，较节前环比增长27.9%，较去年同期增长15.9%；重点监测的30个商圈零售额和客流同比分别增长36.8%、32.2%，较节前环比分别增长40.1%、30.2%。

市级商圈中南京西路、虹桥商

务区、豫园商城和南京东路等零售额同比增幅领先。“五个新城”重点商业企业零售额、客流同比分别增长34.8%、41.8%。重点监测样本企业销售数据显示，餐饮同比增长52.4%，奢侈品同比增长60.3%，金银珠宝同比增长33.1%，进口商品同比增长29.3%。

此外，在人民银行上海总部、市金融监管局的指导和推动下，数字人民币试点作为推动商业数字化转型的关键抓手，已率先在“十四五”期间打造的世界级地标，南京路、淮海中路—新天地、豫园、小陆家嘴、徐家汇、北外滩等“两街四圈”和虹桥国际开放枢纽核心商圈落地，重点打造“南京路数字人民币重点试验区”。

重点活动不少

市商务委表示，5月下旬至6月初，上海预计还将陆续推出100余项市级重点活动和320余项特色活动。

首发经济方面，“全球新品首发季”将持续发力，新品潮品首发层出不穷。昨天，首届“新品首发季·时尚定制周”活动在上生·新所举办，推出时尚定制秀和本土高定品牌新品发布活动。同时，各类新品首发、首展活动将继续开展，如古驰将举办“古驰原典”展览；蔻驰将举办2021全新冬季系列全球首发；乐高将举办“大胆点之家”全球巡展亚洲首展；小红书将推出“新品直播周”。

餐饮消费方面，从昨天开始，市商业联合会将举办“寻味魔都·寻觅

小吃”上海小吃节，推动老字号、新网红、早餐工程等品牌，在全市8000多家小吃网点开展线上线下集中促销。首次覆盖早、中、晚所有时间段，现场还发布了“当红必吃”“亲民精选”“洋气美食”“新品尝鲜”和“上海记忆”5个榜单。

品牌经济方面，中华老字号博览会将于5月28日至31日在世博展览馆，开展特色促销、新品发布、技艺展示、消费体验、市场推广、合作交流等多项活动。“上海制造佳品汇”将于5月28日至30日在上生·新所搭建“上海制造会客厅”，以“上海一天”为主线，展出上海时尚消费品，并集中发布设计、时尚、品牌3个“100+”名单，发布上海制造“海外推广”等项目。本报记者 张钰芸

本报讯 (记者 郢阳)你想亲手测试下驱蚊产品的效果吗?想与月球车来张AR合影吗?抑或是走进国家蛋白质科学研究(上海)设施?这个周末(22-23日),一起去发现、去求证、去体验、去为卓越的成就欢呼、去看见更多平凡而不平庸的贡献者吧!一年一度的中国科学院“公众科学日”明后天将再度与大家见面。

VLBI(甚长基线干涉)网是怎么给天问一号保驾护航的?科学家们是如何给火爆全网的黑洞“甜甜圈”照片“美颜”的?天文望远镜的昨天、今天和明天都有哪些故事?与“快乐星球”有关的种

本周末,中科院上海分院十多所研究所向市民开放去发现、去求证、去体验!

种,中科院上海天文台周末给你答案。

你听说过“斑马鱼”的大名吗?小小的它们对脑科学研究来说十分重要。来中科院脑科学与智能技术卓越创新中心,跟随课题组的老师,动手探究一下斑马鱼的亮暗偏好行为、鉴定一番转基因“斑马鱼”的基因型。报名成功的话,记得带上细心和耐心哦!

这里有令人感动的新药故事,这里有美丽神奇的微观世界,这里还有新颖有趣的互动实验。中科院上海药物研究所的活动同样值得期待。你可以参观大型化合物样品存储设备,也能跟着科研人员识中药、做香囊。还有一场“药物知识我知道”擂台赛,等你来挑战……

记者获悉,中科院第十七届

“公众科学日”以“百年复兴路,科学正当时”为主题,向社会全面展示中科院近年来的重大科技创新成果。中科院上海分院十余个研究所面向不同年龄段青少年,准备了各具特色的活动。市民可通过中科院科普云平台等渠道报名。截至记者发稿,大部分研究所“公众科学日”活动状态显示“报名人数已满”,尚有一些活动仍可报名。

今日论语

有句网络流行语说,“五月不减肥,六月徒伤悲。”有没有道理,仁见智。但不管怎样,药不能乱吃。据新华社报道,随着一些人季节性开始关注减肥,一些奥利司他类药物最近竟被人当作“减肥神药”在网上大肆推销。有人宣称它“排油减肥三天见效”,还有人喊出“一盒治肥胖”“安全无副作用”,更有人说它是“中华老字号”。

奥利司他是什么药?国家药品监督管理局官网显示,这款药的适应症为:用于肥胖或体重超重患者的治疗。多位专家表示,奥利司他实际上是一种“抗肥胖药”,只能起到热量控制的辅助作用,并不能当作减肥的“灵丹妙药”盲目使用。然而,在一些短视频中,这款药却被吹嘘成立竿见影、无副作用的“减肥神药”,甚至有生产企业宣称与中华老字号企业合作,“贴牌生产”。种种“奇葩”操作已涉嫌虚假宣传,应予以清理整治,阻止其继续大肆传播,误导公众。

药不能乱吃,更不能乱推销。比如《广告法》规定,药品广告不能有表示功效、安全性的断言或保证,不能说明治愈率或有效率,不能与药品监管部门批准的说明书不一致,还要显著标明禁忌、不良反应。目前,短视频成为虚假宣传、虚假广告的高发地之一。对于胡乱吹嘘“减肥神药”的视频及其发布者,各类网络平台应切实履行责任,及时作屏蔽等处理。如有涉嫌违法违规行为,监管部门也应介入查处。

减肥须理性,不可盲目听信营销宣传。近年来,种种“减肥神药”层出不穷,除了奥利司他这类被夸大功能的药品之外,有的所谓“神药”竟是“三无产品”,还含有违禁成分;有的从境外非法流入的“减肥药”中,含有我国管制的精神药品成分。减肥无“神药”,也不能盲信“捷径”。如要求助于药品,应多咨询医生等专业人士。何况,很多想减肥的人,其实体重在正常范围之内,相比于单纯的减重,更需要的是培养与保持健康的生活习惯。如果吃下不该吃的药,就算减了体重,却可能丢了健康,岂非得得不偿失?

减肥无「神药」,虚假宣传当治

纪玉

5·20 新体验

5月20日,百对新人走进豫园,参加“5·20大囍之夜·广场百人中式婚礼体验”活动。这场集体婚礼采取线上线下相结合的方式,线下举行传统的中式婚礼,线上与虚拟形象“冷鸢”结合互动。

图为“大囍之夜”中式婚礼体验现场巡游
本报记者 杨玉红 陶磊 摄影报道



全国首个“乳房重建多学科门诊”开诊 疗效与体形可以兼得

本报讯 (首席记者 左妍)昨天上午,全国首个聚焦乳腺癌术后乳房重建的多学科门诊在复旦大学附属肿瘤医院(浦东院区)正式开诊。据悉,该门诊由中国抗癌协会乳腺癌专委会主任委员、肿瘤医院副院长吴炅教授领衔的多学科专家团队共同坐诊,旨在为有乳房重建意愿的乳腺癌患者提

供“一站式”的释疑和个性化乳房重建方案。

作为威胁女性健康的“头号杀手”,乳腺癌给诸多女性带来巨大的身心压力。既往在许多乳腺癌患者的认知中,乳腺癌手术即意味着失去乳房,丧失女性的柔美曲线,因而常常面临着身体和心理的双重“缺憾”。

疗效与体形可不可以兼得?吴炅教授表示,乳房重建已经成为乳腺外科一项重要的手术方式,特别是在欧美等医学技术发达的国家,乳房重建术在乳腺癌治疗中占据较高比例。十余年来,肿瘤医院乳腺癌患者选择乳房重建手术比例已经达到12%以上。多年随访数据证实,乳房重建手术的5年生存

率与传统手术方式相当。

本次多学科门诊的开诊,即是聚焦乳房重建,专门为有乳房重建需求的患者提供问诊空间。

吴炅教授说,乳房重建技术需要包括乳腺整形外科、乳腺癌综合治疗、放疗、诊断等多个临床科室的共同参与,一起来判定患者病情是否适合重建、选择合适的重建方式,并制定相应的辅助治疗方案。因此,在该多学科门诊的专家团队配置中,汇聚了乳腺外科、放射治疗、影像诊断等方面的专家,在同一诊室为患者提供“一站式”的个性化乳房重建方案。