



进程过半收获丰,“五五购物节”释放消费潜力

跨界联动“夜生活节”周六启动

五
月
成
绩
单

线上线下消费超3700亿元

5月,据消费市场大数据实验室(上海)监测,全市网络零售额超过1200亿元,同比增长11.3%;上海地区快递揽件量超3亿件,同比增长20%。线下消费持续向好,支付端监测全市线下消费超过2500亿元,同比增长10.2%。

全市205家重点监测大型商业企业共实现营业收入351.6亿元,同比增长15.9%。餐饮类消费高速增长,同比增长44.9%。

重点监测的40个商圈零售额和客流同比分别增长36.7%、32.3%;其中,南京东路、南京西路、小陆家嘴、豫园商城、中环(真北)、虹桥商务区商圈零售额增幅领先。“五个新城”重点监测商业企业零售额、客流同比分别增长30.5%和34.3%。

第二届上海“五五购物节”自5月1日启动以来,已经进程过半,截至5月底先后推出320多项重点活动和1400余项特色活动。昨天下午,市政府新闻办举行新闻通气会,记者从会上获悉,据监测,5月份全市线上线下消费超过3700亿元。6月5日至20日,市商务委、市文旅局、市新闻出版局、市体育局将共同主办第二届“上海夜生活节”,以“打造24小时城市”为愿景,重点围绕夜购、夜食、夜游、夜娱、夜秀、夜读、夜动7大主题,在全市推出200余项特色活动。

“运动之夜”发出“大补贴”,全市公共体育场馆夜间应开尽开;第一八佰伴、永安百货等50余家商业企业延时营业至23时左右,夏夜“嗨购”不停;“酒吧文化节”首次推出“摩登夜巴士”,串联起6个夜生活地标,打造“巡乐城市派对”……进入6月,夜生活节亮点不断。

市体育局副局长宋慧介绍,将围绕夜间运动主题举办“1+5+X”场体育消费重点节庆活动,并将首次举办“运动之夜”,组织沪上知名体育品牌和体育培训机构进行新品发布或展示,举办体育消费嘉年华。

市文化和旅游局宣传推广处处长陈平表示,将推出夜间游艺、夜游博物馆、夜市、主题乐园夜场等元素的夜间文旅活动,全面点亮夜间经济,包括上海博物馆在内的近30家博物馆将开展“博物馆奇妙夜”活动,包括延长开放时间、举办特展和主题活动。

此外,地铁与商圈也将首次联动,首发6条夜生活推介官主题打卡线路,申通地铁将打造专属打卡页面和6万份地图,市民可打卡并抽取奖品。

市商务委副主任刘敏介绍,今年夜生活节还将首发主题推广曲《夜上海》和纪录片《夜生活造梦师》,诠释“夜上海”的匠人精神和创新精神。市酒吧协会将举办“酒吧文化节”,并首次推出“摩登夜巴士”,串联6个夜生活地标,打造“巡乐城市派对”。上海还将发布2021夜生活指数,展现上海夜间经济发展综合能级。

在新天地-158坊、吴江路张园丰盛里等12个地标性夜生活集聚区基础上,今年将新增定西路-上生新所地区这一地标性夜生活集聚区,推出南京路U479等深夜营业新地标。推出50余个特色夜间集市,并升级外滩枫径、安义夜巷、思南夜派对、大学路天地创市集、外滩源集等一批重点夜市。

6月5日晚,第一八佰伴、永安百货、百联南方购物中心、兴业太古汇、环贸广场等全市50余家商业企业将延时营业至23时左右,相关商圈的星巴克也将延时营业并推出仲夏夜市菜单。

本报记者 张钰芸



SHANGHAI 2021
第十届中国花卉博览会
10TH CHINA FLOWER EXPO
上海·崇明
SHANGHAI-CHONGMING



看花眼

上周末,一条关于花博会“假花”的短视频被广为转发,拍摄者称坐了3小时的大巴到崇明,结果却看到了“假牡丹”。在评论中,网友纷纷表示失望。真相究竟如何?记者昨天从花博会相关部门获悉,这是一场误会,所谓“假花”其实是真花制作的永生花,可以保存很长时间,而且价值远超真花,绝对不是为了省钱用假花敷衍了事。

在视频中,拍摄者用手翻动着一朵牡丹,称花是假的,并在文字中表示失望,说坐了3个小时的大巴去崇明看花博会,却在复兴馆看到了假牡丹。视频有2000条评论,基本都是表示失望,甚至有网友说看了视频后不想去参观花博会了。

为了求证此事,昨天下午,记者采访了复兴馆馆长肖利峰。肖馆长表示,这显然是一场误会,复兴馆中所谓的“假花”,是用真花制作的永生花,可以保持2到3年时间,更准确地说,这是鲜花标本。肖馆长说,永生花的处理步骤非常繁琐,首先要去除花朵的水分和颜色,使其变干变白,然后用特制的染色液上色还原花朵的本来面貌,经过一番精细操作,才能制作出一朵栩栩如生、常开不败的永生花。其

这是真花做的永生花

高超技术让它栩栩如生常开不败

实很多展馆都使用了这一技术,有的还故意将鲜花与永生花放一起展示,让参观者分辨,以展示花卉产业的最新发展成果。如果是使用塑料假花,一眼就能被发现,完全无法以假乱真。

而百花馆中的牡丹芍药展负责人尉博文也表达了同样的观点。尉博文表示,牡丹芍药展中也使用永生花,往往是鲜花与永生花的组合,这是花艺工匠常用操作方法,两者搭配的比例是根据花艺师自身的创作想法来设定的。

对于网友的质疑:现在不是牡丹开花期所以使用了“假花”,以及这样操作是为了省钱,尉博文表示并非如此。展出用的新鲜牡丹是通过冷冻来控制开花期,延迟到花博会会期开放,同理如果需要它提前开放,也可以通过增温来实现。此外,省钱之说并不存在。例如,一朵普通的牡丹永生花价格在50元左右。如果有造型的永生花盆景,其价格可能高达数千元。

在抖音平台,输入“花博会假花”的关键词后,一条由崇明区融媒体中心制作的澄清视频已经被置顶,通过专家的介绍,向公众解释了什么是永生花,以及为何要在展出中使用永生花。不少网友在看后表示消除了顾虑,称是“误会了”。也有网友希望布展方能充分明确地介绍相关知识,避免“外行”观众产生误解。

本报记者 李一能

地涌金莲 以奇压倒群芳

■ 手绘 王嘉玮



开花在先长叶在后,开花时如涌出地面的金色莲花,高贵而神秘的地涌金莲因此得名。它生长在云南海拔1500至2500米处,为芭蕉科象腿蕉属多年生草本植物,又名千瓣莲花、地母金莲等,象征着“惩恶扬善”。

地涌金莲以奇压倒群芳,它的花长在顶部,花冠硕大奇美,假茎的叶腋中也能开出很多小花朵,如同众星捧月。这是花博会云南园诸多珍稀花卉中最为特别的一种。

本报记者 李一能

156项创新需求征集解决方案

高端医疗器械创新专场在沪启动

本报讯(记者 易蓉)经过前期挖掘与征集,来自临床医生、高校、企业、专业服务机构的156项医疗器械创新需求、44项解决方案与创新成果昨天在2021浦江创新论坛-全球技术转移大会上发布,第六届中国创新挑战赛(上海)暨第四届长三角国际创新挑战赛高端医疗器械创新专场正式启动。

中国创新挑战赛(上海)暨第四届长三角国际创新挑战赛是全年性的创新服务活动,高端医疗器械专场将持续深度挖掘医疗器械领域技术创新需求。上理工副校长刘平介绍,目前征集到的156项创新需求,有的来自临床医生,有的来自中小型创新企业,还有的来自高校科研人员,涵盖技术研发、技术配套、

产品注册等10个类别的创新需求。这些需求发布之后,面向全社会公开征集解决方案,由上海市高端医疗装备创新中心等平台提供资源对接和推进成果转化的全年服务。

此次集中发布的新需求中,有通过“一带一路”医疗器械创新与应用联盟征集到的海外企业来找支持。一家专门针对青光眼手术领域提供手术解决方案的瑞士医疗设备公司看中中国的健康市场,希望寻求有收购意愿的中国合作伙伴;一家为患者提供护理管理和相关研发、生产、服务的法国公司已经在7个国家拥有业务,营业额达到80万欧元,公司想再扩大发展,也提出了融资需求。

活动现场,10余项医疗器械创新成果进

行了现场路演,由上理工携手上海中医药大学联合研发的中医脉象信息采集手环就是其中之一。这一项目诞生于上理工医工交叉平台,由中医药大学教授李福凤提出融合数据分析的临床脉诊判读需求,希望通过更好用、更准确的脉诊设备,为患者健康诊断和监测服务。很快,上理工光电学院测试系副教授杨海马团队就匹配“接单”,快速运用生物工程学、计算机科学和人工智能技术等,设计研发小型化、无创、经济的智能手环和脉诊系统。杨海马在会场展示团队研发的“1.5版本”手环,三路信号采集、脉象数据算法和轻量化的电机设计等技术,对比现有同类产品均具有很大的优势,也吸引了现场专家的关注。

今日论语

昨天,新修订的未成年人保护法正式施行。其中提到,网络游戏、网络直播、网络音视频、网络社交等网络平台运营方,应针对未成年人使用其服务时设置相应的时间管理、权限管理、消费管理等青少年模式。

青少年模式成为网络平台的标配,有助于织密青少年健康成长“保护网”。据《中国未成年人互联网运用报告(2020)》显示,我国未成年人互联网普及率已高达99.2%,10岁及以下开始接触互联网的人数比例达到78%。这些孩子成长于网络环境,有的甚至还没学会认字,就先学会了上网。

青少年作为互联网的“原住民”,有时比其父母更擅长使用智能终端,也更理解互联网的技术逻辑及其应用。但是他们的身心发展不成熟,价值观念未成型,一些错误观念和低俗有害的网络信息,日益成为侵袭青少年精神世界的“公害”,因而建好青少年安全用网“防火墙”不仅非常重要,而且十分紧迫。

青少年模式并不是网络应用的新名词,但是从今天一些网络平台升级之后的青少年模式来看,虽然像“通过找回密码功能绕过青少年模式”等漏洞已经被堵死,但是一些平台的青少年模式容易绕过,而且在青少年模式下不良信息仍多、交易转账不设防等问题依然存在。

青少年模式需要在技术上不断升级。针对目前的一些漏洞,应进一步采取专门举措,增强对未成年人身份识别的准确性。对于监管部门来说,要加大对互联网平台的规范管理力度,尤其是要加强对青少年使用频率较高的社交、直播、游戏等平台的管理,督促并引导网络平台提供符合未成年人成长需要的网络服务。

除了提质,青少年模式也要增效。青少年模式多半不能按不同年龄段进行细分,导致其内容偏向于幼龄化和少儿化,而对于中学生群体来说,这些内容就不适合了。目前一些网络平台已经开始了探索,像抖音在青少年模式下,有云逛博物馆、科技馆等新形式,打造更多青少年喜闻乐见的内容。

青少年模式不应只是管住、守住青少年,而是要服务好这一特殊群体。通过青少年模式来建设青少年友好型网络,为青少年成长营造一个清朗的网络空间。

青少年安全用网『防火墙』需提质增效

方翔