

周末「初夏」两日游

下周「台风」降温至



本报讯(记者马丹)昨夜今晨,暖湿气流旺盛,申城一早浓雾锁城,部分郊区最低能见度仅有50米,一度触发大雾橙色预警。上午云开见日,气温也是“热”情高涨,11时市区徐家汇站气温超18℃,比昨天同期高出7℃多。

据上海中心气象台预报,气温“超级过山车”已发动,即将带大家体验急速飞升、飞速下跌的温差体验。双休日本市以多云天气为主,最高气温可飙升至26℃到27℃,午后初夏体感“拉满”。然而,初夏体验“限定”只有两天,在江淮气旋和冷空气接二连三的到访中,本市气温又将重新跌回暮冬,下周初最高气温“打对折”,从接近30℃跌到10℃上下。

今天夜里到明天早晨,由于空气湿度依然较大,申城部分地区仍有大雾出现。有句谚语是“三朝迷雾发西风”,意为冬季连续出现大雾天气,往往预示着冷空气到来。不仅如此,江淮气旋也虎视眈眈,这种活跃于江淮流域的温带气旋会带来大片云系和降水,也容易引发暴雨,因此也被称为“陆地台风”。周日起,受江淮气旋东移影响,本市先是出现偏南大风,夜里冷空气补位,风向逐渐转为偏西和偏北。冷暖交汇,降水明显,还会触发雷电天气。



金山区朱泾镇花开海上生态园内的梅花竞相绽放
本报记者 陶磊 摄

金山“香雪海”开启赏梅打卡季

认领梅树添福气 采摘梅子享乐趣

宫粉梅似霞,朱砂梅如焰,江梅胜雪,绿萼梅含翠……走进金山区朱泾镇花开海上生态园,目光所及皆是梅花盛景,三万余株梅树交织成连绵的“香雪海”,嫩黄花蕊裹着清甜芬芳,在枝头层层叠叠舒展,传递着春的讯息,也开启了一年中最美的赏梅时节。园方透露,本周末起梅花将迎来盛花期,即便最矜持的“美人梅”也会在3月中旬绽放。趁着春暖花开,快和家人朋友一起去花开海上生态园拍照打卡吧!

记者看到,前来赏梅的市民游客络绎不绝。

“这里的梅花与绿植、小溪交相辉映,一景一景,拍照非常出片!”大学生小周与闺蜜结伴来生态园赏梅,身着汉服的她们仿佛从古画中走来,与这满园春色融为一体。

漫步梅林,枝头红梅或含羞半绽,或傲然盛放,料峭风中更显坚韧。暗香浮动间,不少游客驻足细赏。“梅花总让我想到‘凌寒独自开’的孤勇,但在这里,它们开得热闹又磅礴。”一位摄影爱好者感叹道。据悉,园内梅溪香岭、梅影曲径、梅宫探梅等五大主题区汇集了60余个品种的梅树。

据介绍,花开海上第八届梅花节将持续至3月中旬。在此期间,生态园推出了“认领梅树添福气”活动,认领后,除了获得定制挂牌、祈福卡和单人年卡外,游客还可额外获得认领的梅树当年所结梅子的采摘权。

另外,在3月8日,花开海上生态园还将举行“春日美美跑”活动,参与者可在花海中奔跑,与大地亲密拥抱,感受春天的蓬勃生机。另有草地瑜伽、跳房子、草地沙包、好运保龄球等许多运动游戏,适合大小朋友共同参与。

本报记者 赵菊玲

纽约迎来中国宋元明清铜器展

上博和“大都会”携手呈现“镕古铸新”

本报讯(记者乐梦融)北京时间昨天晚上,中美文博界在纽约大都会艺术博物馆共聚一堂,庆祝“镕古铸新:宋元明清铜器展”的开幕。中国国家文物局向这场高水平展览发来贺信,祝贺大都会艺术博物馆、上海博物馆近年来首次联合策划并举办了以中国青铜器为主题的特展。此次展览是近年来海内外最具规模的宋元明清铜器展,期待在纽约给更多观众带来有别于夏商周三代铜器的独特艺术魅力,借由文物展现中华文明的精彩。

宋元明清时期的中国铜器,具有自身特色和独特审美标准,对其他装饰艺术也产生了深远影响。本次展览将重点关注这一时期的中国铜器珍品,研究它们对于早期青铜礼器传统的解读、传承与发展,同时结合同时期的漆器、陶瓷、玉器等,展现文人陈设清供中的怀古风尚与文化自觉,呈现中国晚期铜器这一门类文

物的独特艺术价值。

“镕古铸新:宋元明清铜器展”由上海博物馆和纽约大都会艺术博物馆共同主办,依托上博宋元明清铜器收藏,携手欧、美、韩及国内多家博物馆,汇集国内外重要机构藏品共200余件,重点展品包括有北宋崇宁四年的大晟“夹钟”钟、明成化二十年的昆山县学铜簋、清代玉雕仿青铜鱼鳧壶等。

上海博物馆馆长褚晓波表示,上海博物馆这次与纽约大都会艺术博物馆的再度合作不仅是“伟大的中国青铜时代”在40多年后的回顾与回响。本次展览是两馆的友好交流项目,这场展览在今年9月在大都会艺术博物馆闭幕后将移师上博东馆展出,2025年11月12日至2026年3月16日在中国观众面前再一次呈现来自中美等多国的宋元明清青铜器精品。

《英汉大词典》第三版四月首发

本报讯(记者徐翌展)昨天,记者从世纪出版园举行的“2025上海译文出版社阅读风向推介会”上获悉,上海译文出版社历经十年修订的《英汉大词典》(第三版)将于本月底启动印制,4月中旬首发上市,首印2万册。本次编纂修订对大型工具书编纂技术路线做了大胆探索,坚持“查得率优先”原则,对前版词典做了系统性的增新、补缺和改错,涉及修订的条目超过总词条数的30%。

《英汉大词典》是第一部由中国学者自建第一手资料语库、独立研编的原创大型英汉词典,被誉为中国原创双语工具书“旗舰作品”,

是中国重要工具书出版的标志性成果之一,也是联合国编译人员指定使用的英汉工具书。这一重大出版项目是上海积极参与中国文化基础设施建设、融通世界有益思想文化资源、服务国家语言战略和国家文化战略的代表性作品。

据悉,《英汉大词典》(第三版)为单卷本大型英汉类工具书,约2000万字,收录25万条目,涵盖语词与百科内容。词典在继承前两版优势的基础上,注重语言共时性与历时性的结合,系统梳理了英语与汉语的对应关系,并增补了大量新词、热词及专业术语,反映了英语语言的最新发展和汉语表达的变迁。

现象级产品《哪吒2》如何激发新消费需求?大牌“平替”是否受消费者欢迎?消费者渴望怎样的产品?……当前,扩大消费已成为推动经济增长的重要引擎。昨天,上海市消保委在今年首期“提振消费维护权益”大讲堂上,发布了针对6000位消费者开展的消费者调查。

信任基础遭侵蚀

消费者信心源于消费中的获得感,但当前低价低质“内卷”式竞争却使消费者陷入“低价诱惑”与“品质焦虑”的双重困境。

调查显示,低价能激发大部分消费者的购买欲,38.03%的受访者表示“看到便宜就不想买贵的”,18.35%的人承认“看到便宜的就想买”,仅有14.87%坚持“一分钱一分货,一般不买价格很低的产品”。

但低价产品的热销,却带来获得感的大幅下降,29.70%的受访者表示对低价商品的品质严重不满,13.52%表示只是“将就能用”。消费者的“品质焦虑”已从单一商品扩展到整个消费生态,50.25%的受访者反映“便宜的质量不好,贵的质量也不一定好,不是特别需要就尽量少买”,这显示出“低价—低质—低购物欲望”的循环正在侵蚀消费市场的信任基础。

时兴“考古式购物”

性价比(或质价比)的核心是更好的品质与体验,而非低价。但在信息过载的消费市场中,寻找好产品却成了一场“淘金运动”。

49.00%的受访者表示“购物网站、种草笔记和线下店员推荐的产品往往质量参差不齐”。37.67%的人表示“想买东西时在网搜了半天,感觉都差不多,最后只能靠价格来作决定”。18.53%通过以往成功的购买记录来规避风险,表示“一般我只会买以前买过的

市消保委发布「好产品与消费新需求」调查报告

市场信息过载 找产品如「淘金」

产品,这样不会踩坑”。更有6.12%认为“感觉现在东西很多,但蛮难找到好产品”。

调查显示,大量消费者不得不采取“考古式购物”的方式来应对信息噪声,49.62%的受访者表示会尝试像专业买手一样,投入更多时间与精力,搜索更多产品信息、研究其他消费者的真实反馈,通过多方比较来寻找好产品。这凸显了当前消费市场的核心矛盾:供给侧未能满足需求侧对品质的期待,迫切需要建立更高效的产品创新机制与价值传递渠道。

好产品提振消费

提振消费,必须要打破低质低价困局,以好产品引领消费新需求。以现象级消费产品《哪吒2》为例,在激发新消费需求方面展现了显著成效,生动诠释了“好产品即需求”的消费逻辑。本次调查显示,《哪吒2》不仅触发了47.83%的常规观影群体,还吸引了36.65%的不常看电影的消费者,另有13.28%受访者表示还没看但想去看。

《哪吒2》还掀起“哪吒经济”热潮。泡泡玛特推出的“天生羁绊系列”盲盒,上线8天内销售额即突破1000万元。卡游推出的限量版卡牌,一周内销量超70万张。限量版手办在二手市场价格飙升,部分隐藏款的溢价甚至超过了1300%。此外,钥匙扣、冰箱贴、徽章等文创产品也备受青睐。这也印证了好产品对提振消费的驱动力,当品质突破阈值时,消费需求将持续爆发。调查还聚焦了好产品对消费升级换代的推动作用。以冲牙器为例,50.42%的受访者表示家中已有家用冲牙器或便携式冲牙器,但如果出现采用智能传感技术、物联网技术等先进技术的好产品,会考虑进行升级更换。

本报记者 金曼矣