

把“自然景观”转化为“城市IP”

市花白玉兰文创设计大赛启动 白玉兰文创产品市集亮相

春风十里,玉兰花开。虽然市花已“履职”40年,但白玉兰在社会知晓度和价值开发等方面尚有空间。如何让白玉兰“走进千家万户”?今天,上海启动白玉兰文创设计大赛,希望推动市花从“春日限定”变为“四季常伴”,从“自然景观”向“城市IP”转化。

获奖作品用于城市场景

为庆祝白玉兰当选上海市花四十周年,推动实施《上海市白玉兰推广应用三年行动计划(2024—2026年)》,进一步激活与提振市花白玉兰城市IP的文化内涵与社会价值,弘扬白玉兰文化精神,今起至5月10日将举办市花白玉兰文创设计大赛。

参赛作品分为文创产品和城市家具两类。文创产品可包括纪念品、伴手礼、吉祥物、礼品盒、商务礼品等,城市家具可包括城

市公共空间中具有公共服务和管理功能的各类设施,比如路灯、公共座椅、雕塑、艺术装置、游乐设施等。评审专家将从设计创意、文化内涵、价值转化等多个维度进行评选。

征集设计作品将汇集成《2026市花白玉兰文创设计优秀作品集》,发掘和孵化一批具有潜力的青年设计师与团队,建立“市花白玉兰文创设计人才库”,推荐入驻本市文创园区。同时,上海正在徐汇区建设白玉兰主题公园,力争在2027年上半年建设完成。徐汇区绿化管理中心表示,获奖城市家具设计作品可推荐定制城市家具,在白玉兰主题公园或其他城市场景中应用。

非遗技艺融入市花元素

同时,一个白玉兰文创产品市集也在徐家汇公园与市民见面,产品涵盖吃、穿、用、赏

等各方面,吸引大批市民驻足。

上海市群众艺术馆从全市非遗项目中遴选出5个项目参与市集。在“茶话香事”摊位,传承人特意按辛夷的形态开发了白玉兰香佩,通过选材、制备、配制香泥、模型压制等工序,将白玉兰与和合香非遗技艺结合。“今后我们想加强市花元素的融入,比如研发白玉兰香味的香膏等。”传承人表示。

“此次的产品通过嗅觉、视觉、触觉等角度,将白玉兰从植物升华为可观赏、可食用的文创产品,实现技艺和意象的完美联姻。我们也希望发动更多传承人参与到各类大赛、市集,既能传播非遗技艺,又能让传承人和设计师沟通交流,将非遗技艺与年轻人的审美进行嫁接,同时留住市花的永恒之美。”上海市群众艺术馆副馆长、上海市非遗保护中心副主任朱静波表示。

高校团队投身设计研发

不少高校团队也正投身白玉兰文创产品的设计研发。市集中,东华大学、上海第二工业大学、华东理工大学等高校的年轻设计师带来了他们的最新作品。在东华大学摊位,具有白玉兰元素的笔记本、绘本、明信片、吊牌、杯垫等产品琳琅满目。据悉,为推动成果转化孵化,本次设计大赛承办方醉也文化科技(上海)有限公司还在市集中为新兴设计师搭建了专业交流与咨询平台。

上海市绿化管理指导站表示,截至2025年底,全市新增白玉兰观赏点位约150个,包括特色园17个、特色道路21条、观赏点位110个,应用白玉兰3000余株、其他玉兰品种约3000株,市民处处都能与清雅花香不期而遇。

本报记者 金昱矣

本报讯 (记者 张钰芸)走T台、穿新衣、秀可爱、交朋友……最时尚的“毛孩子”即将聚集在杨浦滨江。3月27日—3月29日,第六届上海宠物时装周将在上海国际时尚中心启幕。立足上海建设“国际消费中心城市”与“宠物友好型城市”的战略目标,宠物时装周将以时尚为媒介,以情感为纽带,推动宠物经济从“喂养刚需”向“情感消费”跨越,从本土市场向全球产业链迈进,在杨浦滨江打造人与自然、城市与宠物和谐共生的未来生活样板。

作为本届宠物时装周的最大亮点,“人宠同台走秀”与“沉浸式消费”场景将贯穿始终。活动特设覆盖宠物全生命周期的消费市

萌力全开! 上海宠物时装周将在杨浦滨江启幕

人宠同台走秀 赶集沉浸消费

集,从常规洗护、餐饮及时装,延伸至宠物保险、医疗、美容、殡葬等高端定制化服务。

本届宠物时装周还在“宠物时尚品牌出海”板块实现突破,吸引来自美国、英国、西班牙、德国、韩国等18个国家和地区的宠物时尚品牌。主办方表示,宠物能成为跨越语言障碍的“社交货币”,不仅外籍人士可借此融入

本地宠养文化,国内品牌也可通过这一平台加速出海。

值得注意的是,本届宠物时装周不再局限于三天秀场,而是正式启动“上海宠物嘉年华”节日概念,通过联动万豪酒店、希尔顿酒店及全市超百家宠物时尚友好门店,开展“时尚巡游”打卡活动,营造全城节庆氛围。

深耕“它经济”赛道,杨浦区将以宠物时装周为纽带,深度融合“年轻态”“数字化”“沉浸式”区域消费特色,依托“玩转杨数浦”消费品牌,串联五角场商圈、大学路夜经济街区及全区宠物友好空间,推动商圈、街区、园区互动引流,通过“线下沉浸体验+线上内容种草”的数实融合模式,打造宠物时尚消费新场景。

“春到人间草木知”,当鲜嫩的绿芽爬上枝头,品春菜便是专属于这个时节的幸福。这两天,走进沧浪亭盛兴汤圆店的市民发现,店里已上新时令点心,从软糯清香的荠菜香干青团到“鲜掉眉毛”的草头鲜肉大汤圆,每一口都藏着江南春色。

线下乐尝鲜

“元宵节后,荠菜、草头系列的点心和菜肴在门店全面上新。经历了春节的大鱼大肉,爽口的时令春菜很受欢迎。”淮海集团新亚富丽华餐饮股份公司副总经理、高级技师童纯忠说,希望靠春日鲜货圈粉更多消费者,今后会坚持四季上新,让大家随时都能吃到老字号的时令味道。

荠菜香干是上海人餐桌上的经典家常味,而在沧浪亭盛兴汤圆店却焕发出不一样的鲜香与口感,成为青团、春卷、小馄饨等特色点心的好搭档。“我们反复调整了荠菜和豆干的配比,确保入口既有荠菜的清香,又有豆干的滋味,还放了一些黑木耳,使其更脆口。”童纯忠介绍,荠菜香干青团和春卷的馅料配方一样,但前者是软糯中裹着鲜香,后者是香脆中包着春意,各有特色。

馄饨和汤圆是沧浪亭盛兴汤圆店的经典产品,新增荠菜鲜肉和草头鲜肉两种馅料之后,一下子卖成了爆款。嫩得出水的草头混合鲜肉,包裹在软糯Q弹的糯米皮中,一口咬下去,还有鲜灵的汤汁。记者在店内看到,不少消费者品尝了一碗新品小馄饨或汤圆后,还会打包三四盒生馄饨或汤圆带回家分享。

“荠菜香干青团上市后,每天能销售100多只,占到总量的七八成,是妥妥的‘销冠’。”店长告诉记者,出于健康考虑,不少中老年消费者更喜欢咸鲜口感的青团,而在推出荠菜香干青团的基础上,经典的豆沙青

老字号生鲜店 时令点心卖爆 小众春菜上新

团也被改为低糖版。此外,荠菜、草头馅料的小馄饨,以及纯鱼肉馅的刀鱼大馄饨,也进入了热销期,每天能卖上百份。“春季新品上市后,其销量已占总体销量的30%。”

线上“春味浓”

在电商平台上,更多小众春菜陆续上架,契合消费者尝鲜、求新、寻味的需求。

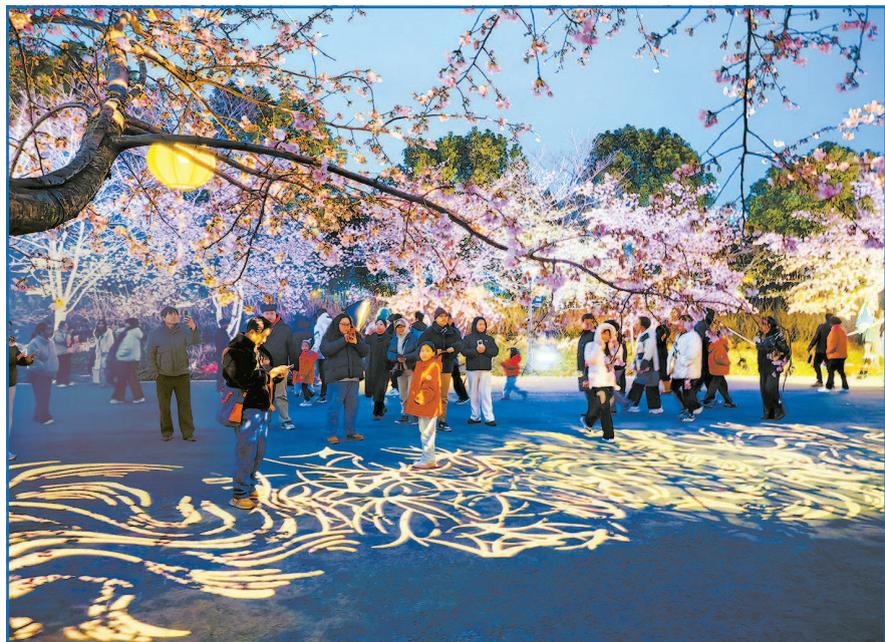
因为每年春季丰富又不失惊喜的春菜选品,叮咚买菜已成为不少用户心中的“互联网王宝钏”。今年除了蕻菜、蒿头、地皮菜、珍珠菜、一点红、富贵菜等往年大受欢迎的品种,还有山珍级野菜鹿耳韭、云南春菜顶流大理海菜花头,以及南瓜花、玉荷花、木棉花等小众可食用花。整个春菜季,春菜商品预计将达到125款。

“用户要的不仅仅是作为食物形态的春菜,更是对春天的感受。”叮咚买菜春菜商品开发人员江利川表示,生鲜电商让食材采购越来越方便,消费者对春菜的需求也不再满足于“家门口”的菜。不少用户主动留言,指定平台开发自己家乡的春菜,或因爆款视频走红的小众春野菜。

而常规品类也有新亮点。以春笋为例,今年平台上不仅有来自300—500米丘陵地带的福建鲜春笋,也有来自800—1200米海拔的天目山雷笋、井冈山春笋;此外,湖南等地1500米以上高山带的山间小野菜也将上线,延长消费者的尝鲜期。

春天不光可以吃春菜,也是品尝河鲜海鲜的好季节。叮咚买菜本季规划上线超130款水产商品,除梭子蟹、小龙虾等,还优选了不少地标特色春捕产品供用户尝鲜,比如蒋坝螺蛳、仙桃黄鳝、溧阳河虾、如东文蛤、骆马湖一网鲜等特色产地春鲜。

本报记者 张钰芸
特约通讯员 孙霞琴
通讯员 代杨龙



顾村公园:景随花移 夜游赏樱

2026年上海樱花节首创“景随花移”夜景模式,点亮全时段赏樱模式——根据早樱、中晚樱的花期进程,动态调整光影布局区域,并分时、分区延长公园开放时间。前晚,一场沉浸式赏樱灯光秀在顾村公园3

号门区域试运行。夜幕下,游客置身于梦幻光影里解锁奇趣秘境,观赏曼妙的动感投影秀,尽享独特的赏夜樱体验。

图为地面上的图案投影与泛光灯点缀的樱花融为一体 杨建正 摄影报道

(上接第1版)

在审议民族团结进步促进法草案时,楼向平代表说,制定该法是推动民族事务治理体系和治理能力现代化在法治轨道上运行的客观要求,为铸牢中华民族共同体意识、推进中华民族共同体建设提供坚实法治保障。建议各地方结合区域特点,尽快制定实施细则,加快民族地区现代化建设步伐,构建富有民族特色的现代化产业体系,拓展各民族交往交流交融的深度和广度。

在审议国家发展规划法草案时,谢坚钢代表说,该草案是贯彻落实党中央决策部署、推进国家治理体系和治理能力现代化的

标志性立法。草案坚持以人民为中心的发展思想,充分彰显了社会主义民主的本质要求;构建了科学完备的体系框架,明确了国家发展规划作为各级各类规划总遵循的法律地位;强化了政策协同与衔接,体现了国家宏观治理体系的系统性提升。建议在法规实施过程中,进一步探索完善规划实施监督的方式方法,确保各项目标任务顺利实现。

上海代表团副团长迟耀云代表参加审议。