

讲述园址前世今生 构筑江南园林八景

世博文化公园北区揭开面纱

上海世博文化公园传来好消息,公园北区即将开放。

讲述三段前世今生

世博文化公园位于浦东滨江核心地区,西北部毗邻黄浦江,东至卢浦大桥-长清北路,南至通耀路-龙滨路,用地面积约2平方公里,相当于2.5个上海植物园。本次开放的北区占地85公顷,主要由舞动广场、静谧森林、时光印记大道、世博花园、音乐之林、中心湖、后滩滨江、申园等景点组成。

从济坤路入口走进园内,穿过舞动广场和一大片以无患子为主的静谧森林,记者来到北区主轴——时光印记大道。全长438米的光印记大道分为3段,讲述公园所在地的前世今生。工作人员介绍,从起点开始的100多米,展示了钢铁工业时期的工业遗存:“起点处的雕塑,展示了2001年德国钢铁大亨克虏伯在沪生产的第一卷冷轧卷材钢板。28根大树形状的钢材,则寓意上钢三厂自主研发的28吨薄板机架。这两家企业厂区曾经都设在这里。”中段的184米,则用来纪念2010年世博会的184天会期。43座自建场馆的馆名和标语都被镌刻在



地面上,坐凳上也印刻着多项世博会之最。最后一段印记大道,则展示了世博文化公园时期的生态文明。

媲美江南古典园林

离开时光印记大道,记者来到北区最大的看点——申园。作为世博文化公园中独具江南园林文化特色的园中园,申园总占地面积达5公顷,园内掇山理水、筑房建桥,形成北山、南水、东园、西苑的空间布局,山环水抱之中的建筑群落呈现

明清时期江南传统园林风格。其中,还构筑了“醉红映霞、古柯晚渡、玉堂春满、松石泉流、曲韵天香、秋江落照、烟雨蓬莱、荷风鱼乐”八景。

北区另一个亮点,是打造了一座“狗GO乐园”。乐园位于后滩滨江L6码头和芦荻台间滨江区域,面积约10000平方米,为“汪星人”创造了一个可以撒欢、游玩的空间。

打造城市中心公园

上海世博文化公园建设管理有

金昱矣

11月上海进出口值双双创历史新高。记者从上海海关获悉,11月上海外贸进出口3881亿元,同比增长18%,保持连续第18个月保持增长。其中,出口1568亿元,同比增长22%;进口2313亿元,同比增长19%,出口、进口值均创单月历史新高。

今年前11个月,上海实现进出口总值3.6万亿元,比去年同期增长16%。保税物流方式进出口由降转增。今年前11个月,上海以一般贸易方式进出口2.11万亿元,增长24.6%。其中,出口7097亿元,增长22.5%;进口1.4万亿元,增长25.7%。同期,以保税物流方式进出口8775亿元,增长11.8%;以加工贸易方式进出口6490亿元,增长1.3%。

民营企业进出口增长超三成。今年前11个月,上海外商投资企业进出口2.26万亿元,增长10.6%。其中,出口8164.6亿元,增长8.7%;进口1.44万亿元,增长11.8%。

对主要贸易伙伴进出口均增长。今年前11个月,上海对欧盟进出口7276.3亿元,增长17.5%;对东盟进出口4845.4亿元,增长11.4%;对美国进出口4566.8亿元,增长3.7%;对日本进出口3734.2亿元,增长8.3%。

纯电动乘用车、集装箱、集装箱船出口成绩亮眼。今年前11个月,上海出口机电产品9686.9亿元,增长12.9%。其中,集成电路、笔记本电脑出口分别增长9.4%、5.3%,纯电动乘用车、集装箱、集装箱船出口分别增长747%、415.7%、411.2%。

11月上海外贸进出口双双创新高

何易

保留城市肌理 续写城市记忆

外滩源明年春天全面开街

上海洛克·外滩源初定明年春天全面开街,将有望被打造成一个叙述历史、远瞻未来的新城市地标。洛克·外滩源东临圆明园路和33号公园绿地,西靠虎丘路,北濒南苏州路,南达北京东路。设计保留了圆明园路上的历史建筑及外滩源整体地块的沿街风貌,与新的设计融为一体。11栋历史保护建筑,留下了许多传奇。女青年会大楼,早年4楼是万国艺术剧院;兰心大楼,被认定为兰心大戏院旧址;外滩美术馆所在的亚洲文会大楼旧址,1874年起建造了中国最早的博物馆。

新民晚报和外滩源这片土地密不可分。1946年5月1日,上海新民报·晚刊在圆明园路50号创设,每天下午墨香阵阵的报纸从这里被送往全国,中国新闻史上的坐标性作品从这里传开。

王凯

旅游去哪里

上海发布10条精品路线

秋冬乡村旅游去哪里?上海市乡村产业行业协会近日发布了10条2021年上海美丽乡村休闲旅游(秋冬季)精品线路。

这次遴选的10条精品线路,集成了美丽休闲乡村、星级旅游景区、郊野公园、星级乡村民宿等一批休闲农业和乡村旅游精品景点,比如闵行区的“溯农耕文化之源,品现代乡野生活”线路、嘉定区的“远香文化艺术与乡村旅游精品线路”、宝山区的“活力月浦·动感乡村游”线路和崇明区的“醉美湿地观光线”等。较上半年发布的春夏季精品线路,秋冬季线路增添了很多时令元素,如秋冬时令美食、银杏染秋美景、浓郁农家风情等。上海已建成35个中国美丽休闲乡村,已有各类休闲农业和乡村旅游区(点)450个。

束涵

打造首家国风寻宝目的地

豫园老字号华宝楼焕新归来

日前,以宋式文人茶事生活为蓝本的“华宝文会集”开幕,也宣告申城老字号——华宝楼重回玩家藏家的视野,打造沪上首家社交式国风寻宝目的地。

一声磬响,凤箫声起,四名着襦裙的侍女提灯而入,华宝楼三楼的艺术空间仿佛时光倒流梦回大宋,一场沉浸式雅集——“华宝文会集”开幕了。

“华宝文会集”由海派人文艺术雅集发起人戎新宇策划并导演,“以画置景、以梦喻境、承古创新、人画互动”,颠覆了人们对于日常“饮茶”的理解。戎新宇介绍,参演者均为琴箫字画、茶香诗花等领域的艺术家,通过在服饰、妆面、桌椅、器皿、插花、点茶等诸多方面的还原,呈现宋代东方美学,弘扬中国传统文化。

华宝楼曾是上海最早的古玩市场和上海规模最大的工艺品商厦,焕新后聚焦中高端茶器和茶事生活美学,串联展览、雅集、拍卖、直播等多元业态。一楼“陶然”和二楼“匠心”汇聚了知名堂口和高端买手店的新式零售空间,引进了超过25家国内头部窑口,包括汝、官、哥、定、钧等历史名窑;三楼“赏会”为灵活多变的展陈空间,是工艺美术语汇的发声场,并设置了常态化的拍卖专场;四楼“艺趣”空间,借着苏式园林独有景观,开辟出一方空中豫园的自然小天地,在沉浸式的环境里开展品鉴、笔会、研修学习等沙龙活动。

华宝楼焕新归来,为“建筑可阅读”首创了沉浸式消费场景的赋能体验,让游客收获东方生活美学的雅致。

杨玉红



■华宝楼一楼「陶然」系汇聚了知名堂口和高端买手店的新式零售空间

周馨 摄

临港新片区启用新型互联网交换中心

12月20日,中国(上海)新型互联网交换中心在临港新片区揭牌并启动运营。作为上海首个新型互联网交换中心,该互联网交换中心连通了不同网络的集中交换平台,可以实现“一点接入、多点联通”,具有接入主体多、灵活扩展性好、便利业务创新的优点。

据介绍,上海新型互联网交换中心试点是以“作为上海全面推动互联网经济发展、促进城市数字化转型的关键基础设施”为目标定位,具有运营模式“新”、接入类型“新”、新老交换中心互动“新”、交换中心业务“新”四个方面的创新特点。

杨欢

“海鸥”,是做出中国第一块国产手表的老字号。如今,它的主要客户是怀旧的中老年人吗?并不是。记者从新电商平台了解到,购买海鸥手表的人,85%是90后。这背后,是老字号“年轻化”破圈的新尝试。

老字号 新平台

66年前,第一块国产手表“五星表”在海鸥诞生。数十年来,海鸥专注于核心技术自主研发。目前,全世界每4块机械手表,就有1块使用海鸥机芯,不少高端品牌手表都使用海鸥生产的零件。但如此辉煌的“战绩”,当下的年轻人大多不了解。

老字号如何精准触达年轻人?第一步就是去年轻人聚集的地方。今年年初,海鸥官方入驻得物App,这是一个诞生于上海的新电商平台,用户中90后占八成以上。海鸥先后上架了锋芒、海洋、飞行员、巨匠等9个系列产品,在老字号手表品牌中销量居首,85%的买家是90后。

这给了海鸥与得物深度合作底气。近日,海鸥又在得物独家发售首个专为年轻人打造的全新潮流系

当年做出第一块国产手表,如今在新电商平台上,它的顾客85%都是90后

一只“海鸥”,玩出国潮新花样

列“喜型于色”,开启了海鸥首个年轻潮流产品线,在传承海鸥核心技术基础上,启用运动风格,融入镀黑、夜视、镂空等设计元素,叠加有趣的佩戴方式,年轻潮流满满。“镂空系列最受欢迎,酒桶表盘、运动风格、可以根据穿搭来替换的一表两带细节,都是贴合年轻人的设计。”海鸥负责人介绍道,“随表附赠的DIY幸运手链上,笑脸、点赞、666等标识都是年轻人的语言,让他们觉得亲切有趣。”

老工艺 新火花

海鸥手表技术有限公司总经理王文轩表示,海鸥是一个匠人工艺的传统品牌,得物则是年轻潮流的风向标,两者结合,传统制表工艺与年轻潮流碰撞出新火花,“未来,海鸥计划推出更多符合年轻人潮流趋

势的腕表。机械表将不止于传统路径,还能触达更多的年轻人,推向更广阔的市场。”

此次潮流新品首发前,海鸥带领平台社区年轻达人探访海鸥表厂和海鸥手表博物馆。深入手表生产第一线,给Z世代打开了一扇了解老字号的大门。在那里,年轻人不仅亲眼见证首款潮流表在生产线上诞生,还身临其境感受老字号的品牌历史、机芯研发水平及创新实力。这些年轻人把看到和感受到的实时分享到平台社区,引发更多同龄人对老字号的兴趣与喜爱。

老故事 新寓意

除了老字号,不少国潮品牌也通过首发符合年轻口味的新品,打开市场增量,焕发新生机。比如安踏在得物App独家首发KT6科技战靴

“锦鲤”新配色,在科技感球鞋技术应用上,采用古老的“鲤鱼跃龙门”传统意象设计。锦鲤这一元素,来源于骑乘鲤鱼成仙、鲤鱼跃龙门等古典神话故事,在年轻人中延伸出“交好运”的新寓意,使得新品颇受年轻人青睐。此外,Guuka、PCMY、LNG、玺佳腕表、开天工作室、JRs等国潮、新锐设计师品牌,也都选择在这里首发年轻潮流新品。

业内人士认为,数字时代的国潮发展与消费者产生紧密交互,这一过程中不断孕育着产品创新、品牌塑造、市场规模的机会。不管是老字号,还是新国潮,积极拥抱线上渠道,瞄准年轻消费需求,灵活打造打动年轻人的新品,才是有效扩大品牌认知的方法,也能持续满足年轻人对国潮的热爱和追求。

金志刚