

中秋假期上海市场销售平稳有序

18日至20日三天线上线下消费逾358亿元

本报讯 (记者徐晶卉)记者昨天从市商务委获悉,本市中秋小长假市场销售平稳、活跃、有序,线上线下消费逾358亿元。来自消费市场大数据实验室(上海)的监测显示,9月18日至20日三天,上海共发生线下消费金额177.8亿元,消费人次1532.2万;线上消费额181.0亿元,同比增长16.5%。

据市商务委抽样调查329家零售和餐饮企业的数据显示,9月19日至21日全市实现销售额25.8亿元。从地区看,虹口、宝山、崇明、长宁、普陀等区样本企业销售额同比增长两位数以上,特别是虹口、宝山2个区节日销售增速超过50%;从业态看,购物中心、便利店、专业专卖店等业态都保持较好增长,其中港汇恒隆、宝山万达、大华虎城、长泰广场、静安大悦城、浦东山姆会员店等销售额同比增长两位数以上。

月饼是中秋佳节消费市场的主角担当。节日前夕,老大方、光明邨、新雅、泰康、三阳盛、新长发等老字号的特色产品鲜肉月饼深受市民追捧,三阳盛、新长发等节日销售额同比增长12.2%。与此同时,迪奥、古驰、芬迪、思琳、宝格丽、蒂芙尼等国际品牌纷纷推出别具特色的中秋月饼,受到中高端消费市场欢迎。

上海从9月19日起启动“金秋购物旅游季”,结合“金九银十”传统消费旺季推出200余项特色活动,将持续至10月8日。中秋“第一弹”,各商业企业结合特色组织了各类营销活动。比如,南京路步行街推出“艺术新势力”主题活动,联手国内先锋艺术家推出多款“大月亮”中秋美陈,同时举办“步步街是福,笔笔皆是运”主题活动;瑞虹天地太阳宫开业同期推出“日心说”艺术展览、首届潮流博览会等主题活动;虹桥天地举办一年一度“天地世界音乐节”主题活动,九组中外演出团队展现中国音乐艺术的融合创新和世界多元音乐的魅力演出;百联中环购物广场推出“花好月圆齐相聚”中秋主题活动,联合潮流IP“太空兔”ROBBI带来超值美妆福利。



共度中秋 共叙友谊

昨天,由上海市人民政府新闻办公室主办的“老外讲故事俱乐部”中秋茶话会在静安昆仑大酒店举行。歌曲演唱、小提琴演奏、中西乐器合奏、昆曲互动体验……茶话会上,俱乐部的老外们表演了精彩的节目,品尝着甜甜的月饼,在悠扬的旋律中,共度中秋佳节。图为在昆曲互动体验环节,来自加拿大的尚希林(左)在昆曲老师指导下表演。

走在上海的繁华街头,望着川流不息的人群和闪烁的霓虹灯,有人感叹“尹雪艳永远不老,上海永远不老”。这就是我喜欢上海的理由。我也没有老,因为我们是上海的孩子,心中有海,海上有灯。
——陈钢

陈钢：我爱的上海永远不会老

初见陈钢,你绝对无法相信他已86岁了。他的衬衣是恰当的粉色,时髦、雅致,下颚线条利落,眼神波光潋滟,神情沉稳又不乏激情。光阴固然在他身上刻下了岁月的痕迹,却又额外地赋予了他永不干涸的活力。

《梁山伯与祝英台》小提琴协奏曲创作者、《金色的炉台》系列红色小提琴曲创作者、海派文化沙龙“克勒门”掌门人……他用对美和爱的感悟,将自己的人生与海派文化紧紧地结合在一起。

“大家都在讨论到底什么是海派文化,我想海派文化首先就是‘海纳百川’。”作为一名享誉海内外的作曲家、散文家,上海音乐学院教授,陈钢在创作音乐的同时,几十年来致力于海派文化的挖掘、研究和传播。

“比如说我父亲陈歌辛创作最广为流传的一些歌曲《玫瑰玫瑰我爱你》《永远的微笑》《蔷薇处处开》,其实在曲调上并不是‘洋’的,而是非常中国式的。但是他运用了当时风靡世界,却在中国音乐里还十分罕见的古典爵士风格来创作,演出后从上海流传到全世界。”

事实上,培养陈钢的上海音乐学院,这座中国最早的音乐高等学府之一,本身就是“海纳百川、中西合璧”的最佳典范;创始人萧友梅博士曾赴德国莱比锡音乐学院学习,音乐教育奠基人黄自教授求学于美国耶鲁大学,老院长丁善德曾随法国作曲家娜迪亚·布朗热和“六人团”的阿尔蒂尔·奥涅格学习作曲,另一位老院长桑桐则是现代派大师、美籍奥地利作曲家阿诺德·勋伯格的嫡传……

当然最重要的是,上海音乐学院始终重视民族音乐的传承,是国内最早建设民族音乐理论和民族音乐作曲学科的高等院校。

海纳百川的艺术滋养、中西合璧的家学渊源,使得陈钢在作曲、写作之外,越来越迫切地感受到传承海派文化的责任和使命。

“20年前,我是听故事的人;20年后,我变成了讲故事的人。”陈钢说,“上海的故事要一代一代讲下去,没有故事,上海就没有了血肉。”正是这个原因,2012年,陈钢和好友共同创办了海派文化沙龙“克勒门”。

“克勒门”从2012年第一期举办至今,诸多海派名流来到这里讲述他们的故事,延续着海派的文脉和艺术。秦怡、马顺顺……他们在这里分享上海故事,带领人们触摸上海的精致、温暖、品位、开拓、创意……而这恰恰是这座城市给人最深刻的印象。

“全世界把上海称为‘魔都’,魔在哪里?就是魔在出创意、开先河、永远不老、总是新生。”陈钢说,“这里有中国第一部电影、第一个交响乐团、第一所音乐学院、第一个爵士乐队、第一家唱片厂、第一部电话……因为它是创意之都,创意之城和创意之首!”

“上海是永远不会老的——永远摩登、永远时尚、永远创意、永远面向世界。”86岁的陈钢依然如此年轻,爱玫瑰、爱音乐、爱上海、爱他所爱,在等待着更多新的讲故事的人,将上海不老的神奇一代一代传下去。
(文/王路)

陈钢,1935年出生于上海,中国当代著名作曲家、上海音乐学院教授、散文作家。1959年,24岁的陈钢与何占豪合作创作小提琴协奏曲《梁山伯与祝英台》,成为中国历史上最享有世界声誉的音乐作品。2017年荣获中国文联和中国音乐家协会授予的“终身成就音乐艺术家”称号。



暖心故事

这个中秋,有的受助人员回归家庭吃上了团圆饭,还有一些受助人员——

在救助站,他们感受着另一种“团圆”

■本报记者 王嘉琦

中秋佳节,浙江嘉兴,张建明(文中受助对象皆为化名)一家围坐在八仙桌旁,吃了一顿团圆饭。这顿饭,张家等了八年。今年中秋节前夕,在上海市救助管理二站工作人员的护送下,离家八年的张建明终于踏上返程之路。看着窗外渐渐熟悉的景色,寡言少语的他不禁眼眶泛红。

张建明无疑是幸运的。在救助站,还有许多来自天南海北的受助人员。他们之中,有的人肢体或智力残疾,不记得自己姓名,谁,也不知从哪儿来、往哪儿去……

中秋之际,上海市救助管理二站为他们组织了一场特殊的“团圆饭”——来回揉搓、擀皮、包馅儿,一排排烤得金灿灿的月饼让

人不禁胃口大开。这些至今仍与家人失散的受助人员,感受着另一种“团圆”。

做月饼、制花灯……救助管理站里的丰富活动,填补着受助人员的心灵空缺。虽然相比于漫长的生命旅途,救助管理站或许只是受助人员短暂停留的“驿站”,但工作人员依旧希望,每时每刻都能让他们感受到“在家般”的温情暖意。

正摆着碗筷,工作人员祁巍眼前浮现出一个熟悉的身影。那是一位曾经在站里住过一段时日的小男孩,名唤陈金琪。每次工作人员摆碗筷,小陈都会发出一声“dui”。初时,工作人员不知这是何意。后来他们脑海里闪过一个念头,便以此为线索,在全国各地方言中搜索比对。最后,竟在闽南话中找到了类似说法。原来,在当地方言中,筷子

被称为“箸”(闽南语中发 dv 音),与小陈的发音类似。靠着仅有的一点点线索,救助站最终帮助小陈找到了家。

上海市救助管理二站副站长计琼表示,甄别寻亲的过程就好比一次次“探案”,只有从只言片语中抽丝剥茧,才能寻找到关键线索,解码身份之谜。

为此,救助管理站专门设置了名为“类家庭”的功能室。与宿舍式样的起居室不同,这里更符合“家”的样子——从客厅、餐厅、厨房到卫生间,种种功能空间一应俱全。工作人员期待,温馨的布置能唤起更多像小陈一样的受助人员的情感记忆,哪怕是“万分之一的可能,他们也希望‘救助一个、送走一个’”。据介绍,今年以来,上海市救助管理二站已成功寻亲27人。中秋节前夕,两支护

送小队辗转多地,见证了多个家庭的重聚。

回归家庭只是第一步,更重要的是帮他们重新接续社会关系。在护送张建明返家后,计琼顺道去看望了一位挂怀许久的受助人员阿春。一年多前,护送小分队开车将阿春送回家,阿春妈妈神情激动,喊了一声:“你终于回来了!”在等待阿春回家的七年里,阿春父亲去世了,但母亲与姐姐始终没有放弃寻找。找到阿春后,姐姐忍痛舍弃了在大城市的生意,返家照顾阿春。

在护送、回访受助人员的过程中,计琼也看到了寻亲的另一面。大多数走失者存在智力或精神障碍,照看他们已成家庭负担。计琼说,他们尽最大可能与当地政府部门对接合作,为受助人员寻找各种资源,打通寻亲“最后一公里”。

“上海:创业者沃土”系列报道

“新型职业农民”黄震有着自己的农耕创业梦——

用“潮”工具助特色农业高质量发展

■本报记者 史博臻

“种点田、养小羊”是黄震的微信签名,也道破他的职业属性——农民。背靠世界级生态岛的好生态,他在崇明区创立上海万禾农业科技发展有限公司,围绕“菜篮子”“米袋子”“肉盘子”生产和探索,重点发展“两无化”大米和蔬菜、白山羊等崇明特色生态农产品。

在很多公开场合,大家都把他归类为“新型职业农民”——有文化、懂技术、会经营、熟悉市场,带动当地增产增收。

推进乡村振兴,人才振兴是基础。如今,像黄震这样的新型职业农民,正在用更“潮”的工具让特色农业实现高质量发展,推动实现从“土里刨食”到“土里刨金”的嬗变,成为现代化农业建设的生力军。



“新型职业农民”黄震。

坏,棚膜风化,棚架生锈断裂。

当时从未种过田的黄震并没有气馁,请来农科专家一同钻研。针对实际情况,专家给出两种方案:一是从其他地方运土过去,把盐碱地全部覆盖;二是把盐碱地深耕后利用淡水进行反复过滤。因考虑别处运土覆盖不现实,他唯有选择后一种方案。每翻一遍地,浇一遍淡水,然后再上一层有机肥……两年修复土地,一年试种,经过整整三年转换期,土地终于达到种植有机蔬菜标准。

“触网”让农业贴紧需求

新农民与新技术的结合,正在乡村这片希望的田野上,播下金色的种子。2012年,黄震注册成立了万禾农业科技开发有限公司,就此“触网”的脚步从未停止。万禾使用机械化自动育苗,进盘、下种、压穴、覆土等一套流程后,工人便将一辆秧盘摆上育苗床培育。以前靠人工,一小时只能完成50个秧盘的播种;现在在机械化的,同样时间轻松搞定1000个秧盘、7万棵有机菜的播种。66亩大棚,只需两个劳动力。

农场采用一套智能化系统进行管

理,不仅能展示农产品种植计划、农产品实时产量、采收库存等信息,会员客户也能借此对农产品质量进行监督。只要扫描对应二维码,便能获取相应产品的详细信息。基地里一共种植了150余种蔬菜,每年会淘汰客户最不喜欢的10%,然后换上新品种。渐渐地,“万禾”在客户心中成为了响当当的绿色蔬菜放心品牌,先后获得中国有机蔬菜认证、欧盟、日本、美国等的权威有机蔬菜认证。

随着消费需求增长,原有300亩规模的有机菜已满足不了客户需求。规模扩大到1700亩后,有机肥需求量增大,每年农场用于购置羊粪的费用就有十几万元,蔬菜秸秆问题也亟待解决,怎么办?万禾开始饲养崇明白山羊。2015年,占地300亩的万禾崇明白山羊扩繁场落户中兴镇。眼下,万禾正在自主研发“羊脸”识别智慧养殖系统,力图用摄像头自动辨识实现高效管理。

黄震说,种子是农业的芯片。在崇明花博会上看到了世界各地优良的花卉、蔬菜品种,万禾会进一步深入发掘种源发展。同时,还看到了低碳高质量种养循环发展农业的未来方向,是后花博时代农业的新一轮奔头。

在衡复历史文化风貌区安福路上,由互联网企业“多抓鱼”创办的二手商店成为网红

算法决定价格,好东西值得买两次

■本报记者 周辰

一把剪刀,一筐“拷边”废布条当作绑书带,一页打包教程,静静地搁置在绿色铁艺窗下——在衡复历史文化风貌区安福路上,有一家开业不久的“多抓鱼”循环商店,大部分顾客买单后都选择自己打包,买二手书的仪式感丝毫不亚于任何一家精品书店。

轮到任笛时,她的打包手法略显生疏:“这是我第一次来线下店,但我对‘多抓鱼’很有感情。”2018年,小任首次接触“多抓鱼”小程序,一口气卖出了13本书,收入140.2元,她用这笔钱又在小程序上买了一些二手书。有买有卖的三年里,小任从本科生变成了硕士研究生,毕业时整个寝室通过“多抓鱼”小程序卖出了两大箱旧书。

这个中秋小长假,小任选择在上海市区逛逛,首站便选在“多抓鱼”线下商店。用惯了小程序的她,对线下商店充满好奇,“网络虚拟大书库成了一个真实的地方,琳琅满目的书触手可及”。在这座老洋房里,清洁消毒后的旧书陈列在“菜篮子书架”上,顾客只需拿出手机扫码,即可获得价格和品相信息;三楼二手服装区,近乎全新的各类品牌服饰排布整齐,有心人都能在这里买到心仪的衣服。店员从不插手顾客选购过程,“希望在这家舒适随意的店里,每个人的体验都很有趣”。

“我们的客户群并不都是年轻人”

“相比新书,我其实更喜欢二手书。”小任说,一本经人翻阅过的书,从质感上就有变化——书页变得蓬松,手感舒适;如果有前主人的涂涂画画则更是令人惊喜,这样一来“看书就能和一个陌生人产生奇妙的情感联结”。

这恰是“多抓鱼”对循环经济的



中秋小长假期间,顾客在“多抓鱼”线下店选购二手书。本报记者 周辰摄

理解:真正的好东西值得购买两次。

“我们的客户群并不都是年轻人。”店员小鱼介绍,偶尔进来闲逛的游客,爱读书的学生,带孩子消磨周末的父母,或是一人独自看书选书,或是三两成群交换讨论,一齐构成了这个书店包罗万象、容纳更多可能性的特质。

开业之初,“多抓鱼”希望将店铺设计成一个好逛的小市场,而不是嘈杂严肃的图书馆,所以并未摆放椅子。不久后有客人提出,逛久了还是希望有地方能歇歇脚。在墙角摆放椅子后,客人坐在那里看书,与绿色水磨石马赛克的墙面包框构成了一幅和谐“画作”,为书店增添动人一角。

“进门就打消顾客购买二手商品的疑虑”

作为一家线上买卖二手书起家的互联网企业,从诞生之初便跑在新业态赛道前列,“多抓鱼”为何还执着于开设线下门店? “线上业务触及面广,而线下用户忠诚度更高。”小鱼说,一个书店,一本书出现在客人眼前,对他们产生了具象的影响。因此他们在门店消费后,不论是线

下复购率还是线上转化率都很高。

决定二手商品购买率的关键在于定价。“多抓鱼”采用大数据算法,根据供求关系决定二手商品价格,“如果一本书卖的人多,买的人少,那么价格就会相对低廉”。线上线下一个价,几百元就能买到名牌古着,成为很多用户趋之若鹜的原因。

为了将客人吸引进门,“多抓鱼”从选址到店铺设计都颇费思量。与上海城市气质相契合,“多抓鱼”选择了位于衡复历史文化风貌区安福路上的一幢老洋房。由于一楼空间狭长,“多抓鱼”干脆将其用概念展示与展陈空间,墙壁上播放着“多抓鱼”如何循环二手商品,以及清洁消毒的流程,“在进门就打消部分客人对于购买二手商品的顾虑”。

设计之初,老洋房还保留着旧式墨绿色铁艺窗,从这些高挑窗户看出去的风景,让来自南地北的员工印象深刻。于是,不仅窗户被保留,整个书店更是相应地设计为绿色主题,由工人打磨出圆角,一块块长度不足1厘米的水磨石马赛克拼贴在门框和墙壁转角,配以暖黄色地面、家具和灯光,一个舒适、惬意、友好的购物环境就此诞生。