



下飞机进厂门

昨天下午,上海浦东机场,浦东组织输送到沪就业的对口支援地云南怒江56人抵达。他们随即获赠红彤彤的暖心新年大礼包,直接赶往各用人单位。

本报记者 李茂君 摄

今年首批来沪务工人员抵达

京东、清美、外高桥造船等已准备好岗位

本报讯(记者 杜晨薇)昨天下午,2026年首批来沪人员抵达上海,标志着上海市稳岗留工送温暖服务行动正式开启。浦东新区零工市场祝桥服务站同步举行“百企千岗·春暖农民工”专场大型招聘会,帮助来沪的农民工兄弟对接合适的工作。

此次共有56名来自对口支援地区的来沪务工人员。怒江州人社局副局长、浦东援滇挂职干部宋松告诉记者,自2021年浦东新区对

口帮扶怒江州以来,浦东每年都会元旦过后组织一批来自怒江地区的劳动力,并为他们提供“出家门、上车门、进厂门”的一站式就业服务。此次到沪人员已经由浦东方面精准对接京东、清美、外高桥造船有限公司等优质企业,一方面深化了东西部就业帮扶,另一方面也为节日期间企业复工复产提供及时的人力支持。

当天,两地相关负责人赴浦东国际机场接机,及时为务工人员送上暖心新年大礼包。怒江务工人员和小

军告诉记者,这是他第一次来上海。“因为政策好,给我们车费全免,所以我们好多兄弟有机会来上海看一看、闯一闯。我也是做好了长期工作的准备,希望能在这里待上三五年,多赚点钱贴补老家。”

当天,浦东新区零工市场建设单位共同签订《浦东新区规范零工市场和零工驿站就业服务承诺书》;“怒放浦江”建筑工匠与“浦东新区特调咖啡师”两家上海市特色劳务品牌的创建单位,也分别与合作方签署了

共建协议。

此外,在零工市场还举办了“百企千岗·春暖农民工”专场招聘会,汇聚100家优质企业,精准推出千余个岗位,覆盖国有重点企业和新经济、新领域用工企业等。现场创新设置直播带岗、政策咨询专区,线上线下同步推介优质岗位,并提供职业指导、创业帮扶、技能培训咨询、就业政策解读等一站式服务,搭建企业用工与劳动者就业之间精准对接的桥梁。

据冬妹介绍,辖区内的上海新跃物流企业管理有限公司以“物流汇”“金山卫科创园”等为载体服务上海超8500家中小微企业。其中,“物流汇”平台服务货车司机3万人,意向合作的高德打车网约车司机达7万人,“两司”群体规模庞大。

在政府职能部门的支持指导下,该平台还试点为“两司”新就业群体购买工伤险,并叠加雇主责任险、团体意外险及工会互助基金,为新就业群体构建起多层次保障体系。

金山以“党建+平台服务”凝聚10万新就业群体 试点为“两司”买工伤险

了实实在在的温暖和关爱。

“卫城”爱司曲平台是上海新跃物流企业管理有限公司在金山区人社局、金山卫镇指导下,以“党建+平台服务”为纽带,以长三角地区货运企业及“两司”群体为服务对象,打造的一

个集就业促进、职业培训、劳动保障、纠纷调处等功能为一体的综合性服务平台。自2025年3月启用以来,平台已经汇聚了招聘服务企业20余家,签约司机500余人,并帮100余人找到工作。金山卫镇综合党委专职副书记

“人胰腺癌6基因突变检测试剂盒”通过备案 破解“癌王”诊疗困局

本报讯(记者 顾泳)近日,由复旦大学附属肿瘤医院院长虞先濬教授团队自主研发的“人胰腺癌6基因突变检测试剂盒”,通过上海市药品监督管理局备案。该试剂盒是国内首批获批的医疗机构自行研制使用的体外诊断试剂,也是全球首款适应证明确指向胰腺癌的医疗机构自研试剂。

胰腺癌恶性程度高、进展迅猛、早期症状隐匿,被称为“癌中之王”。临床数据显示,多数患者在确诊时已进展至晚期,错失手术根治良机,5年生存率始终处于低位,诊疗困境亟待破解。随着精准医学时代到来,如何设计一款高效、精准的基因检测方法,极为迫切。

“传统检测手段多针对单一或个别基因展开,无法全景式捕捉胰腺癌核心驱动基因的变异特征。”虞先濬说,检测靶点覆盖面不足,导致在检测复杂基因

突变特征时,较易出现漏网之鱼,影响后续个性化治疗方案的精准制定。此外,传统检测特异性、灵敏度有限,且检测周期冗长,这对患者来说时间窗口更小了。

为破解诊疗瓶颈,虞先濬牵头组建跨学科研发团队,以“中国人胰腺癌分子特征”为核心,由肿瘤医院精准肿瘤中心副主任胡欣教授,带领精准肿瘤中心技术人员,整合医院肿瘤分子生物学、生物信息学优势,全力攻克精准检测难题。

经过三年技术攻关,团队成功将新一代测序技术、超深度捕获技术与配对分析策略深度融合,靶向检测胰腺癌驱动通路中的6个核心突变基因,实现突变检出率的显著提升。如今,试剂盒就像为医生配备“精准导航系统”,能在确诊初期就为每名患者绘制出清晰的基因变异图谱。

上海歌剧院建院70周年 嘉年华首场演出三位新老院长将首度同台

嘉年华首场演出三位新老院长将首度同台

本报记者 吴桐

2026年首个工作日,上海歌剧院建院70周年艺术嘉年华启幕,以“70正当时”为主题,带来贯穿一整年的歌剧、舞剧、音乐会、艺术沙龙和人才培养计划。

这一天,恰逢男高音歌唱家石倚洁赴任上海歌剧院院长一个月。自称上海歌剧院“新员工”,石倚洁推出赴任以来首个艺术规划“明日星”,包含“中国青年歌剧艺术人才培养计划”与“熠熠生辉——杰出青年歌唱家”系列音乐会,希望能为中国歌剧舞台培养专业技能、舞台实践、国际竞争力兼备的青年歌剧人才队伍。

源于新安旅行团革命薪火,由多家革命文艺团体共同组建的上海歌剧院,在70年的岁月长河中,培养了一代代优秀艺术家,成为中国歌剧事业的中坚力量。1月10日,上海歌剧院建院70周年艺术嘉年华首场演出将在上海交响音乐厅上演。张国勇、魏松、石倚洁三位新老院长将首度同台,音乐会门票目前已售罄。

指挥家张国勇说:“新年音乐会曲目编排展现了上海歌剧院的实力,声乐、器乐、合唱、重唱样样俱全,这是很

多乐团难以企及的优势。”

石倚洁出生在上海,16岁时曾跟随男高音歌唱家魏松学习。魏松记得,当时的石倚洁声音条件好,“生活中他个性是很腼腆的,但是在舞台上会发光,我鼓励他出国深造,如今学成归来,这是歌剧艺术最好的传承。”

贯穿全年的艺术嘉年华中,将上演《江姐》《长征组歌》《黄河大合唱》等中国经典剧目。今年,上海歌剧院还将复排民族舞剧《小刀会》。这部1959年创排的经典之作,被誉为中国民族舞剧的奠基作之一,此次复排将以现代手法重新诠释传统题材,展现中国人民抗击侵略的斗争精神。

今年是普契尼歌剧《图兰朵》首演100周年,上海歌剧院力邀意大利著名指挥家丹尼埃莱·卡莱加里、斯卡拉歌剧院导演马尔科·甘迪尼,携手国际知名歌唱家与剧院艺术家联合演绎这部传世经典。此外,艺术总监许忠还将执棒上海歌剧院与英国皇家歌剧院联合制作的《弄臣》和《蝴蝶夫人》。11月,国际优秀主创团队将全新制作多尼采蒂喜歌剧《爱之甘醇》。无论新制还是复排剧目,除特邀国际阵容,上海歌剧院都会以公开选角的方式,激励剧院青年歌唱家们一展身手。

曾经,售卖种球与盆花为主;如今,走出产业升级之路

崇明水仙变出什么新“花”样

本报记者 茅冠隽 见习记者 曹景秀

又到了选购年宵花的时节。素有“凌波仙子”美誉的水仙,以其雅致清香,在上海年宵花市场上备受青睐。近来,“水仙之乡”崇明区向化镇已启动本年度水仙盆装工作,这标志着崇明水仙生产与预售旺季。

都说“中国水仙看漳州和崇明,崇明水仙看向化”,向化镇不仅有悠久的水仙种植历史,更坐拥全国最大的复瓣水仙花生产基地。曾经,向化水仙以售卖种球与盆花的传统业态为主;近年来,向化镇持续优化种植加工技术,系统探索文创赛道,积极开拓线上销售渠道,正稳步走出一条专业化、品牌化、数字化的产业升级之路。

尝试大面积露天种植

近日,走到向化镇南江村“向荣花”种植基地,数十亩露天水仙花田映入眼帘。田间,工作人员穿着雨鞋,拔除插在盛开的水仙旁用于辅助生长的小细棍。由于种植品种不同,田里一半的水仙还在“装蒜”,另一半已经盛放。寒风阵阵,吹不散水仙的清香。

这样的场景在两年前难以想象,当时业界普遍认为崇明水仙只有靠大棚种植才能长得大。“我们偏就不信,因为老百姓自己家的水仙都是露天种的,也能长得大、长得好。如果大面积露天种植成功的话,既为我们节省了种植成本,也可以把相关经验推广给农户。”上海向化镇农业发展有限公司负责人陈顺法告诉记者。为此,向化镇的“向芯花”和“向荣花”两个种植基地都大胆尝试,实现了水仙的大面积露天种植。

上海向化镇农业发展有限公司诞生于2023年,通过流转向化镇的零散土地,推动水仙花规模化种植,并专门负责销售、衍生产品开发和种质资源质量提升等工作。

三年来,“向芯花”通过对花种“提纯复壮”,优化了水仙花种源。同时积极对外交流,除了和水仙花协会、相关院校的专家教授联系之外,工作人员还前往福建漳州、浙江普陀等著名水仙花产地调研考察,与当地花农直接交流种植技艺。



水仙雕刻作品。

曹景秀 摄

明水仙质量标准”,标志着崇明水仙产业迈入标准化、品质化发展新阶段。

赏花赏叶还能赏根

优质的种球与盆花,只是产业化的起点,而非终点。要将向化水仙真正打造成一个“文化名片”,必须构建独特的品牌叙事与文化价值,这就需要多样的产品为载体。

向化镇南江村“向荣花”种植基地的一处大棚里,雕刻师们围成几堆,娴熟地运刀,对水仙种球进行加工。剥皮、去根、精准雕刻……这套从漳州引进的非遗技艺,需要三四年才能学透。基地的雕刻师从零起步,如今处理一个种球的时间已从三四十分钟缩短至十分钟。

基地的展厅里,陈列着“蟹壳芋”“孔雀开屏”“意凌波”等水仙雕刻作品。一个名为“破雾擎天”的作品,吸引了记者的目光。在长约50厘米的圆柱形容器内,水仙的根系垂到容器底部。一般水仙的根只有15厘米左右,“向荣花”的根系类产品基本根长都在35厘米左右。“消费者不仅可以赏花、赏叶、赏种球,还能赏根。”上海向化镇农业发展有限公司总经理李嘉熹说,这些产品都是对水仙花本身观赏价值的挖掘和呈现,也说明了水仙花在市场上可以有更多的形态。

展示厅里还陈列了今年“向荣花”基地与设计团队合作的系列文创产品,包括水仙造型泥塑摆件、釉彩瓷花套装、创意冰箱贴、异形便笺纸及综合

文创礼盒等。这些文创产品突破了水仙消费的季节性限制,“其实就是‘卖文化’,通过文创产品让人们更加了解、认可水仙文化,也能带动盆花、种球和水仙雕刻作品的销售。”李嘉熹告诉记者。

积极拓展线上渠道

要让水仙从“产品”真正跃升为“产业”,离不开全局性的统筹与协同。

向化镇党委书记陆庆佳告诉记者,“向芯花”和“向荣花”这两大集体经济项目的命名,是取“欣欣向荣”之意。“向芯花”主攻种源优化、标准化种植和规模化销售;“向荣花”则融合非遗雕刻技艺、文创开发与体验式旅游等模式,深耕品牌打造与文化传播。这样既避免了同质化竞争,又能优势互补,协同发展。

在销售渠道方面,向化镇在巩固原有线下批发、零售网络的同时,积极拓展线上渠道。今年推出了“向心臻选”小程序。陆庆佳告诉记者:“经过深度调研,我们发现越来越多的人购物模式已经从预约式、电话式购买变成了‘线上点单’,所以因时因势布局了数字化平台。”为此,镇里还特别招聘人员组成了电商运营团队。

打开“向心臻选”小程序,滚动着的海报是崇明水仙的照片,购买类别图标的第一排第一列也是崇明水仙。小程序里的十二种水仙花产品里,九种都配了水仙文创。陆庆佳说,现在“向心臻选”上的产品还是以实物为主,未来还打算把水仙花研学线路、民宿等文旅服务产品也放到线上销售。

2026 潮趣跨年!百联股份创新玩法解锁魔都消费新动能

上海冲刺国际消费中心城市的赛道上,商业企业的创新实践堪称“核心引擎”。作为上海商业生态共建者,百联股份紧跟城市发展步伐,以2026跨年迎新系列活动为突破口,从IP矩阵、消费场景、客群覆盖三大维度玩出新花样,不仅为魔都跨年注入满满元气,更以全国布局的前瞻视野,绘就企业与城市共生共荣的精彩蓝图。

元旦期间(1月1日—3日),百联股份旗下全国40多家门店客销两旺,销售与客流均同比增长五成;其中,奥特莱斯板块元旦当天全国9家门店销售与客流均创新高,假日期间百联奥特莱斯总体销售与客流同比翻倍;淮海755销售同比增长八成,客流同比提升九成;百联ZX造趣场销售同比增长六成;百联西郊·世博源、百联金山、百联曲阳等销售同比增长超四成;第一八佰伴、时装商店、百联南方、百联又一城等10余家门店销售与客流均实现双位数增长。

构筑IP矩阵 丰盈美好生活

消费升级浪潮下,IP早已成为商业与消费者之间的“情感纽带”,百联股份打破单一IP的局限,搭起“经典升级+打新晋”的多元IP矩阵,织就一张覆盖不同消费圈层的影响力网络。

享誉沪上23载的第一八佰伴经典IP“1231岁末嘉年华”,实现全面升级:联动东方卫视跨年晚会构建“商圈+荧幕”双现场,叠加跨年音乐会、治愈系IP展览、打卡集星等趣味活动,集结400家品牌,以17小时的跨年狂欢,进一步夯实“第一八佰伴1231”上海跨年消费标志性符号地位。

另一边,全国奥莱“销冠”青浦百联奥莱走出差异化路线,打造出新晋IP标杆——“2026跨年滨河音乐烟花秀”。这场市级重磅活动巧妙串联多重亮点:始祖鸟、乐高、耐克等热门品牌全国旗舰店全新开业,零点烟花秀惊艳绽放,更有潮汕英歌舞、滚灯、唐宫舞等非遗年俗。商品福利上,400+国际名品推出元旦限定折上折,低至1折起。



焕新消费场景 强化情感共鸣

上海建设国际消费中心城市的过程中,正全力推动消费场景从“买买买”向沉浸式、多元化体验转型。百联股份紧跟政策导向,以“情感共鸣+功能优化”为核心,打造了一批自带记忆点的消费新场景,让商业空间变身承载美好生活的温馨载体。

第一百货商业中心打造地标性跨年场景。2025年12月31日,在南京东路电子屏融入城市跨年倒计时盛典,标志性大屏的数字跳动与现场市民的倒数声交织,定格属于魔都的迎新瞬间。为了烘托节日氛围,商场还准备了消费满额抽奖、新会员专属福利,现场悠扬的萨克斯四重奏表演更是点睛之笔,搭配寄托新年期许的飞马城市装置,实现商业场景与情感需求的完美契合。

除了璀璨烟花,青浦百联奥莱还打造集浪漫、欢乐、温暖于一体的岁末欢乐集群,中心广场新年美陈则成打卡圣地……这些创新场景既响应了国家“打造沉浸式文旅消费新场景”的号召,也让商业空间成为连接美好生活的纽带。

精耕多元客群 践行包容增长

扩大消费群体、提升消费包容性,是上海建设国际消费中心城市的重要目标。百联股份打破传统客群边界,针对入境游客、银发群体、Z世代、爱宠家庭等重点群体精准发力,助力城市消费市场扩容,也彰显了企业的社会责任与人文关怀。

为让入境游客玩转魔都消费,百联股份持续优化离境退税环境,响应上海打造“国际消费友好型商圈”的号召。依托旗下25家离境退税服务门

店,全力推进“即买即退”服务升级,目前已有19家门店实现该服务,大幅提升游客消费便捷度。数据亮眼:2025年1—11月,百联股份离境退税开单金额同比增长81.78%,其中百联ZX造趣场同比增长1065.64%,第一百货同比增长260.97%。

瞄准Z世代潮流需求,2025年12月15日起,百联ZX造趣场作为B站独家战略合作核心阵地,携百万份次元消费券重磅开启跨年消费狂欢,贯穿元旦假期,活动覆盖场内36家二次元品牌门店。

针对爱宠家庭,百联西郊购物中心推出“萌宠暖冬会”主题活动,邀请宠物家庭齐聚一堂,参与趣味聚会、主题拍摄、宠物运动会等温馨环节。

百联繁花里聚焦银发群体需求,依托“2026年度黄浦有礼计划”,通过“文化传承+会员服务+主题沙龙”三维模式,推出海派剪纸、香囊制作等手工艺传承活动,智能手机应用、防诈骗讲座等智慧生活课程,中医养生操、营养膳食指导等健康服务,以及黄浦历史故事会、沪语金曲演唱等文化活动。更联合中国银联推出上海银发专属惠民活动:50周岁及以上上海地区金融社保卡持卡人,消费满10元享7折立减(最高30元)。