

在上海见证“繁花似锦”的能量

焦点

本报记者 杜晨薇 沈思怡 唐辉

12.5万、25万、30万、37万，这是4月18日上海国际花卉节开幕首日，静安分会场苏河湾万象天地、黄浦主会场上海新天地、古城公园“花花大豫园”、浦东新区分会场前滩四地的到访人次。

开幕首日，一个并不特别的周六，却创造了以往长假里才能见到的大客流，仅仅是因为“花开了”，听起来有些不可思议。更难想象的是，花卉节开幕后，赏花风尚仿佛在网上网下形成一场“人传人”的热潮，全市各会场5天接待市民游客429万人次，其中有3天还是工作日。不少市民一边吐槽着“半小时还没找到停车位”，调侃着“人山人海人山人海人山人海”，却还是义无反顾地加入这场狂欢。

连锁效应持续发生。前滩商圈开幕日营业额同比增长超过127%；苏河湾万象天地开幕日营业额增长231%，23家品牌商户的业绩创开业以来新高。中国人春日赏花的浪漫，此刻竟衍生出不可估量的经济价值。一个发人深省的问题已摆到台前：当人人可及、全民共享的城市公共产品与公共空间被打磨至极致，能否激发更深层消费潜力与产业内生动能？

在上海国际花卉节这个试验场上，答案显而易见。

拉动消费显著 商户从旁观者变共创者

晶耀前滩蓝蛙店门口，一个用花瓣塑造的半人高的蓝色小青蛙吸引了不少市民驻足打卡。人们不知道的是，这个有机融入分会场布置的“小家伙”，是门店自己出资打造的。

店长赵新富说，去年上海国际花展期间，门店身处浦东分会场，创下开业以来的最高销售额。“今年升级版的国际花卉节筹备期间，我们做好一切准备：增加备货、更新外摆设施、新增7名服务人员、优化排班，还购买了大量鲜花进行门店周边环境布置，目的就是承接好这一波客流高峰。”

社会活跃度、市场参与度、群众融入度，常常被视为衡量城市治理现代化程度的关键指标。近日发生在黄浦新天地、浦东前滩、静安苏河湾等分会场的故事，不约而同地让理论观点具象化。从去年到今年，不少商户已主动从旁观者转变为参与者、共创者。

苏河湾一家主打内蒙古融合菜的有机牛餐厅，主动配合花卉节主题做了不少文章。主厨夏天介绍，花卉节开幕后客流增长约80%，为营造氛围，餐厅研发了草原花草巴斯克蛋糕、有机水果奶冻等应季甜品，与花卉元素形成呼应。

运营多个海外高端香水品牌的颖通集团，今年有4家门店与上海国际

上海国际花卉节5天接待市民游客429万人次，带动商圈营业额大幅增长



花卉节深度联动。“除原先的两个门店，赶在花卉节开幕之前，我们又在新天地落地了玛丽之香、MEMO PARIS两家品牌店。”相关负责人透露。此外，集团不仅在新天地街区布设花艺橱窗与装置，旗下嗅觉艺术IP——noseidea纳诗地还在太平桥公园主会场推出“闻见花开 | 情绪感官共生特展”。

真金白银投入，换来了客流量与销售额的强反馈：蓝蛙晶耀前滩店近期营业额同比增长130%。颖通旗下有门店创下比去年同期销售额增长27%的亮眼成绩。在苏河湾万象天地，某餐饮店负责人代小书透露，自花卉节开幕以来，门店客流创下近三年新高。

更让商家感到欣喜的，是花卉节的拓客能力。“过去我们的客人主要是周边商务白领和居民。花卉节期间，银发族占到消费人群的三分之一，还有不少游客和家庭型客人。他们的消费能力十分可观，除了咖啡、果茶，还会点一些点心，最近门店客单价已被拉高到30至35元之间。”代小书表示，“花卉节带来的客群结构与平时不同。以往我们的顾客多在30至35岁之间，这次多了很多家庭客和老年人，真正做到了全年龄段覆盖。”

“来上海的理由” 市民线上线下造梗传播

如果说以往的节展、球赛、演唱会等大客流活动，是细分人群的庆典，那么今年的上海国际花卉节，无异于一场全民狂欢。

一方面，主办方从活动设计上，除了安排上海植物园和黄浦区两个主会

场之外，全市16个区及临港新片区的主要商圈和公园绿地也全部参与进来，让整座座城市化身为流动的“花海”——在闵行文化公园，八大主题花艺景点一步一景；张江将AI科创基因深度融入自然花艺肌理，用数万株鲜花铺设近20处花艺装置；杨浦复兴岛百年船厂变身“赛博花园”，连绵花廊蔓延在钢构间，工业与繁花碰撞。另一方面，依托市民在线上线下链条式图文推介，开幕仅一周，社交媒体上有关上海国际花卉节的各种分享已铺天盖地，甚至还有人开启现场直播带全国网友“云游”花卉节，共同完成一场城市大美育。

就拿那只高达5.2米的“潦草小狗”来说，它是一个用真实植物打造的西高地犬绿雕，其毛发由细叶针茅、紫叶狼尾草、银叶菊等7种植物拼接而成。设计团队负责人冯瑞说，原本团队想利用现代花艺技术塑造西高地犬造型，贴合苏河湾绿地“宠物友好”的特点。万万没想到，从开始搭建到完工，从刚种上去的鲜绿整齐到风吹日晒后的凌乱微黄，网友都要“云监工”，并给它起了个“潦草小狗”的昵称。更有意思的是，“潦草小狗”绿雕居然还成了社交的引子，不久前，101只西高地犬跟随主人从全国各地赶来团建，成为引爆全网的新热点。冯瑞说，后续团队将充分尊重网友建议，为这只“潦草小狗”定期换装，更新植物形态，让它在市民的参与中不断生长。

“萌宠花海”走红，则是在网友脑洞中实现的。许多市民逛完花展，立马就在社交媒体上分享自己的幽默和想象力：喜茶门店上方的奶牛装置被解读为“牛奶现挤，绝对新鲜”；小熊手中的“菌子拼盘”，被戏称是从背后的云南餐厅端出来的；一家服装店门头上的孔雀装置，引得网友配文：“人类，全都拜倒在我孔雀的裙下吧”；银行门口的豹子造型，则被戏称为“金钱豹”……如今，打卡打的不再是风景，更是一种与他人心灵神会的默契。

城市发展史上，花卉绿化从来都扮演着兼具生态价值、美学价值、情绪价值的公共品。不少网友和游客在互联网

上：上海复星艺术中心露台上的巨型花艺装置吸引市民游客打卡。

右：豫园商城化身“古典花神的梦境花园”。市民游客刚步入片区就被满眼的繁花惊艳，纷纷拿出手机拍照留念。

均本报记者 海沙尔 摄

右下：“齐聚前滩里”两公里沉浸式赏花动线，串联起前滩太古里、晶耀前滩、前滩滨江。

本报记者 李茂君 摄

嘉路街道也将低碳理念融入生活场景，打造人人“看得见、摸得着”的低碳项目。“我们邻居参与设计的垃圾箱房融入科技时尚元素，还加盖太阳能光伏板供给小区部分夜间照明。”铭庭小区居民任钰峰说，“如今低碳理念践行者还可以获得‘优享卡’，在近百家环境虹商享受折扣”。

在内外滩，超低能耗和近零排放成为全域推广的“金标准”。当前，虹口正以张江高新区虹口园为北外滩绿色服务特色产业园区的重点承载园，积极申报市级产业园区，助力绿色低碳产业发展。

“新时代的产业竞争，很大程度上是能源利用效率、绿色低碳发展水平的竞争。”上海市能效中心主任汪海表示，预计未来5年内，绿色低碳产业将迎来高速增长的时间窗口。这恰好与虹口区“十五五”规划的窗口期重合。

从效果看，厚板业务盈利能力提升明显。2025年上半年，宝钢厚板产品的毛利率已超过宝钢产品平均水平，较前一年同期提升了7.5个百分点。

宝钢厚板的实践，折射出钢铁行业不断探索的一条突围路径，即通过技术、服务、管理等多方面改革，推动产品高端化升级，走出行业内卷。

宝钢利润水平一直居国内钢企首位。2025年前三季度，宝钢股份归母净利润达79.59亿元，同比增长35.32%，仅用三个季度就超过2024年全年利润。在钢铁行业整体承压的背景下，宝钢希望打造更多高端化的产品线，破除行业内卷，走向产业转型升级的正循环。

这条路不会轻松。高端产品的研发周期长、投入大、见效慢。以水电钢为例，从600兆帕到1000兆帕，宝钢走了近二十年，其间经历多次市场起伏。然而，当钢铁行业从规模扩张转向价值创造，高端化的转型已不是一道选择题，而是中国制造业打开增长新空间的必答题。



网上分享对上海的印象，必不可少市中心街区成片的郁金香和高架桥上绵延几公里的芬芳。然而今年国际花卉节，显然不满足于“片面”的美感。随着这段日子苏河湾的“潦草小狗”，前滩的“萌宠花海”现象级出圈，城市美学的底层逻辑得到剖析解构——真正的美，不单单可以用来观赏，还可以成为交互、共情的锚点，甚至成为城市认同的切入口。

花卉节开幕前三天，明廷酒店管理

提升新就业群体获得感幸福感安全感

（上接第1版）《意见》还要求，针对不同类型新就业群体的工作方式、活动范围，发挥属地、企业、行业优势，创新党组织设置和活动方式，持续扩大党的组织覆盖和党的工作覆盖。探索采取流出地流入地相配合、线上线下相结合的方式，加强和改进新就业群体中流动党员教育、管理、监督和服务。深入开展新时代岗位建功系列活动，定期举办行业职业技能大赛，提升新就业群体职业荣誉感和认同感。

建立健全涉新就业群体权益重要事项常态化协商机制，协商结果通过适当形式向新就业群体公开。依法依规查处不合理收费摊派、不公

乒乓小将挥拍，有球就有快乐

（上接第1版）如今，巨鹿路一小为了能让孩子们随时随地都能打乒乓，定制了缩小版的乒乓球桌面。巨鹿路一小校长周珏介绍，两张课桌拼在一起，放上特制的桌面，就能让孩子们打个“小比赛”。而这一张张课桌乒乓球桌，正是巨鹿路一小乒乓普及工作最生动的缩影。

“小版樊振东”横空出世

在青浦区体育中心，上海乒乓球嘉年华城市个人冠军赛（校园组）西区进行的是9岁男子组和9岁女子组的比赛。来自杨浦区世界小学的程之最终夺得9岁男子组冠军。

程之的乒乓球之路，源于父亲程远对这项运动三十余年的热爱。程远说，自己中学时就是在水泥台子上练球，平时参加各类业余赛事，也想把这个爱好传承给儿子。2023年5月，刚满6岁的程之开始练球，被送入杨

（上海）有限公司的总经理柯跃健（Jorgen Christensen）就来了两次。他沿着新天地太平湖一组组装置看，一张张照片拍不停，还将照片发到工作群，“强烈推荐大家去参观，看点十足，体验超棒。”

上海阿根廷总商会主席艾伟平（Alejo Fernández Parral）毫不掩饰对上海的喜爱：“因为花卉节，我的朋友正计划来上海旅行。我对他们说，在这里你们能感受到城市的精致与活力。”

社交平台上，外地网友的艳羡夹带着“包袱”扑面而来：“上海的审美真的一骑绝尘”“大‘沪’人家的浪漫太让人羡慕”“‘还得是上海’我已经说腻了”……更有网友表示，心动不如行动，“立刻买机票，五一就来赏花”。一场花的盛宴，终于演变成海内外游客来上海的又一个理由。

花卉融入节庆 城市治理产业能级提升

花很美，“驯服”花的过程却不易，更何况要把花融入一场需要高度组织化的大型人类活动。

今年花卉节开幕时，上海鲜花港的大片郁金香花海，已过盛花期。而前滩滨江大片的冰岛虞美人在历经多次风吹雨淋和个别市民为出片带来的无情踩踏后，不得不围上隔离带。这多少有点无奈，但也客观上反映了都市花卉产业的发展阶段。

前不久在上海鲜花港举办的花卉文旅产业交流会上，业内专家指出，伴随鲜花消费不断升级，最终要靠花卉育种、种植能力，以及设计能力、服务能力等多重托举，这对上海整个花卉产业链的高质量发展提出了更高的要求。

今年，上海有意培育和挖掘更多花卉种植、设计的下沉服务力量。在花卉节开幕前，徐汇区就面向全市园艺爱好者公开招募，许多市民踊跃参与，共同在徐汇滨江3公里漫步道上搭建了8座展园。

奉贤分会场设于上海之鱼湖泊公园与鼎丰酱园两处，大大小小的展园与花卉景点不下30个。搭建主体十分多元，不仅有来自长三角14所高校的学子、市农科院专家，还有当地幼儿园的老师和孩童和多家企业负责人、员工，大家希望通过一场节庆带动花艺服务的普及化。

这场花卉节，更是一次对城市治理能级的考试。在前滩，大客流首先带来了大车流。开幕当天被“挤爆”的周边几大停车场，如果不是依靠现场有序的引导和疏散，很难顺利承接。

在新天地，花卉节开幕的周末，涌入的客流是平时的4倍。黄浦区淮海中路街道联合相关部门提前上线了数字化监控平台，实时了解人流情况，并按照一般客流、大客流与超大客流三种情况做好疏导预案。其中，沿太平湖区域是花卉装置最多的区域。在27个可能出现人流堆积的点位，围绕人员如何进出、如何排队，出现大客流、超大客流时如何疏导，街道都进行了提前安排。安保力量常态化达到50多名，高峰时增至90多名。

游客来了，势必也要打卡拍照。前滩设计了长约两公里的赏花动线进行人员分流，拍照打卡点多到数不过来，让游客自然分散。路程较长怎么办？主办方开通“前滩游”园艺小火车，让孩子们沉浸式感受春日繁花美景。新天地空间有限，很难通过拉长观赏“战线”疏导人群，街道就提前招募了100多名志愿者，为游客指引路线和拍照，效果好、速度快，有效避免了人流堆积。

“五一”假期将至，花卉节的热度持续上升。通过精细化治理，人山人海的“花花世界”将继续浪漫美好，尾韵悠长。

（上接第1版）2025年以来，虹口已推动《工业副产氢碳排放核算方法》《零碳园区创建与评价技术规范》等14项绿色低碳相关团体标准发布，填补了相关空白。

一方面厘清绿色低碳产业的底数，一方面构建产业发展的良好生态。

北外滩绿色低碳服务产业联盟由上海环交所、三峡上海院、蓝晶微生物、中国质量认证中心等60家企业于2024年组成，如今联盟单位已超百家，磁吸效应持续放大。

2025年，同济科技园虹口园企业产值约6亿元，其中绿色低碳相关企业产值达到约3.9亿元。园区负责人介绍，同济大学水污染控制与资源绿色循环全国重点实验室提出，有意共建前沿概念验证中心，向区内绿色低碳企业开放共享。

（上接第1版）

既卖产品也有支持

要想做好高端厚板，技术是“敲门砖”，而具备协同研发和技术服务能力则是关键护城河。这一点，在1000兆帕水电钢的首次工程应用中体现得尤为典型。

浙江天台抽水蓄能电站拥有目前国内在建水头最高、单机容量最大的抽水蓄能机组，水头达到724米，对钢材承压能力的要求极高，1000兆帕意味着每平方米要承受约10万吨的重力。宝钢1000兆帕水电钢研发成功后，机组制造和安装企业花费了很大力气才掌握了焊接工艺诀窍。

“按照800兆帕高强度钢套成熟焊接工艺去做，焊缝质量就是过不了关。”张汉谦说，焊缝内部始终疑似存在细微缺陷，通过反复调整参数都无济于事，最终采用实时记录电流、电压、送丝速度的数字化焊机，把焊工每一秒的操作数据全部采集下来，一条一条分析，才发

虹口：抓住绿色低碳产业“新风口”

这类企业在区内可谓“藏龙卧虎”。北科创生物技术产业园里，蓝晶微生物企业的研发人员用合成生物技术“构建”并“筛选”出极其微小的最有用菌株，让它们产生“改变世界”的用途。其中的核心用途是供工厂规模化量产塑料替代品——被誉为“绿色塑料”的可降解生物聚合物PHA。

有“硬实力”，也有“软抓手”

如果说产业基础是虹口绿色低碳的“硬实力”，那么场景应用就是“软抓手”。一个覆盖产业、单位、社区、商圈的全域绿色低碳生态圈，眼下在虹口形成。

位于虹口的上汽·花园坊，一场零碳空间试验正加速推进。这个曾经“高能耗、高污染、高排放、高噪声”的上海乾通汽车

宝钢发力高端厚板打造新利润支柱

现问题出在焊接热工艺参数控制上——1000兆帕钢对焊接热输入的敏感度远超800兆帕，焊接工艺的容错空间几乎为零。找到症结后，团队调整气体配比、电压电流参数，还专门培训焊工适应新的操作节奏。“以前800兆帕钢焊接评定一个月能做完，1000兆帕钢首次焊接评定花了将近两个半月。”张汉谦说。

除了焊接，水电钢从实验室走向工程应用，还需要闯过切割、卷制、水压试验等多道关口。天台抽蓄项目金属构件评价和施工期间，研发团队往返制造基地、哈尔滨焊接研究所、昆明钢管制造厂、浙江工地现场近20次，与每一方都仔细进行技术交流，解决出现的异常情况。“我们卖的不仅是钢板，更是让用户能用好这块钢板的所有技术支持。”张汉谦说。

管理端产销研改革

高端产品的价值逻辑变了，内部管理

附件厂，如今成为中心城区节能环保产业园的标杆。

令人期待的是，花园坊正在建设一系列新型绿色能源设施：8.3千瓦钙钛矿叠层光伏组件、两台总功率5.76千瓦的智能折叠追光发电装置、一台600瓦磁悬浮发电机，整套新能源系统一年可发电约1.67万千瓦时，相当于年减碳13吨。这些设施预计今年6月底竣工，届时花园坊将成为中心城区零碳空间的重要示范窗口。

这些技术大多来自园区入驻企业——分布式光伏由安悦节能投资建设，智能充电站由安悦充电运营，AI智能照明系统由迈阳新能源提供，实现“园区搭台、企业唱戏”的良性互动。

市首批“双碳”试点建设单位之一的

的逻辑也必须跟着变。过去，宝钢厚板的研发、销售、生产分属不同单元——研发人员由中央研究院考核，销售人员由营销中心统筹，生产由各基地负责。这种架构下，跨部门协调成本高，市场信息向研发端传递存在时滞，难以匹配高端产品对快速响应和深度协同的要求。

2025年10月，宝钢股份推进厚板事业部产销研一体化实体化改革，对原有管理模式进行调整。此次变革的核心是强化事业部的统筹职能。在研发端，厚板研究所人员的评价激励主导权划归事业部，意在让研发更直接地响应市场需求；在销售端，五大区域公司分别成立厚板工程部，销售人员半数以上长期驻扎一线。

宝山基地主攻高端品种和“卡脖子”材料，湛江基地侧重面向华南和东南亚市场，各基地合计产能超过1000万吨，由总部层面新设经营企划部，负责基地间的资源协调与品种分工。