

从“展”到“节”，国际花卉节走出围墙融入城市，成为日常“转角”的相遇

沉浸式体验，上海春日美好触手可及



作为2026上海国际花卉节的核心活动之一，“东台好市·源怡花卉展”吸引了市民游客打卡。

本报记者 海沙尔 摄

本报记者 陈玺撼

巧妙地融入城市肌理，开放的草坪化身承载音乐会、市集、瑜伽与亲子时光的“城市客厅”，让每一位到访者都能找到属于自己的春天打开方式。

今年初，上海国际花卉节的目标定为：接待游客超过1000万人次，拉动文旅旅展消费额净增10%以上。“五一”假期，上海国际花卉节进度过半，主办方笑称目标“定得有些保守”。

数据显示，开幕9天，上海国际花卉节各会场累计接待市民游客851.9万人次，日均客流量达94.7万人次。黄浦区新天地商圈、浦东新区前滩商圈等34个核心商圈累计实现销售额数亿元。在苏河湾中心绿地，早早“出圈”的西高地白梗犬绿雕带来高人气，万象天地23家品牌商户业绩屡创开业以来新高。

上海国际花展创办至今已有20年。今年，正式更名为上海国际花卉节。从“展”到“节”，一字之变，蕴藏强大转型之力——花展不再是老百姓走进公园绿地才能欣赏到的限定版展品，它走出围墙，融入城市，是大家在日常生活中“转角”就能遇见的美好。

定格美好，激发消费增量

在浦东前滩，花卉节“编织”了一条超过2公里的沉浸式赏花动线，串联起前滩太古里、晶耀前滩、前滩公园巷与前滩滨江公共空间。在这里，高质量的景观设计不再局限于传统的集中展示，而是巧妙地融入城市肌理，开放的草坪化身承载音乐会、市集、瑜伽与亲子时光的“城市客厅”，让每一位到访者都能找到属于自己的春天打开方式。

正是这种伸手可及的美好，把赏花流量变成了消费和经济的增量。市民游客沉浸式赏花后，通过购买鲜花、文创周边、相关商品，将欣赏到春花的这种美好以“实物化”带回家。

花卉节还有刺激消费需求、引领消费时尚的魔力。

最近，GATE M西岸凤巢B1层的KUDDO咖啡和5层的快闪体育不约而同地提前开业并推出花卉节限定款商

品。KUDDO咖啡推出花卉限定特饮“泡芙耶加”，茉莉绿茶混合冷萃咖啡，目标客群是在商场一旁花海里欣赏完露天爵士演奏的游客。快闪体育的几位主理人相中了花海里的蓝紫色鸢尾，与合作的运动品牌设计了蓝紫色的运动服、网球拍、匹克球拍，放在门店内和商场底楼的醒目区域展示，这几天已卖断货。

“商户都不需要动员，纷纷主动追求国际花卉节这个大IP。”GATE M西岸凤巢运营负责人华瀚楚表示，花卉节开幕后的两个周末，商场的客流量和销售额比去年同期增长了一成左右。

花卉节还发挥了强大的拓客作用，给商场转型升级带来了底气。华瀚楚说，观察近两个周末花卉节引导到商场的客流，以女性、家庭消费者居多，餐饮、亲子游乐类商户的销售额因此增长最明显，这与商场“女性生活情绪地”的全新运营理念和签约入驻的商户高度契合。

共襄盛举，激活各界资源

今年的上海国际花卉节各个会场将展示各类景点349组，组织各类活动200余场次，景点数量和活动场次较去年同期翻倍。这场全城嘉年华，耗费的资源是巨大的。打破传统的园内办展模式，就是为了激活社会各界资源，共襄盛举。

举世闻名的英国切尔西花展就是全社会办展的范例，花展的资金来源非常多元化，包括企业冠名赞助、商业投资、私人捐助以及社区商业合作等，凝聚了广泛的社会力量。类似的探索正在上海国际花卉节上展开。

最近，万航渡路南侧的古墨铃木穿

上了鲜艳的新衣服。这是长宁区龙之梦商圈的商户SHOKAY用牦牛绒融合非遗技艺编织的巨型马甲。

景观背后是社会多元参与国际花卉节的核心。长宁区绿化市容局副局长王晔菲表示，上海国际花卉节“打破围墙”的最大优势就是成倍放大了IP的影响力，从而吸引、整合各方资源，让花卉节办得更加深入人心的同时，找到持续健康运转的“自我造血”模式。

去年的上海国际花展已开始探索市场化、社会化办展模式。黄浦区以“政府搭台、企业唱戏”的方式让瑞安集团、小红书、豫园股份、新世界集团等企业深度参与黄浦区主会场的布展和布展，区政府投入200万元，撬动企业以资金或实景搭建方式赞助了1100万元。

“以前是我们找合作方，去年花展成功后，受益的合作方主动抛出橄榄枝，碰撞出的创新火花相当多。”黄浦区绿化市容局副局长顾芳推荐位于新天地展区的“主理人花园”，这些“主理人”大多是小红书知名博主，通过社交平台合作，在市中心落地自己设计的生态、亲子、萌宠等元素的花园，探索出了一条“园艺粉丝经济”的新路。

上海国际花卉节告别传统的政府补贴模式，走可持续发展的商业发展路径，新设立的万花(上海)城市运营管理有限公司是一个缩影。

4月20日举行的上海花园经济大会上，作为花卉节市场化运营的核心平台，万花公司携手多家单位，发布了全国首个城市级花园经济机会清单，合作对象涉及长宁区15处公园绿地、奉贤区的城市公园群、金山区的12栋建筑等，合作方式包括冠名合作、场景共建、联名产品等。

“以前参与的企业叫赞助商，我们现在称呼彼此是合伙人，花卉节既是造福百姓的盛会，也是一场充满机遇的招商大会。”万花(上海)城市运营管理有限公司董事吕志华说。

种下探求欲的第一颗种子

林子璐

少年则国强。全球科技竞争不仅要聚焦当下，也要着眼未来。习近平总书记在加强基础研究座谈会上指出，弘扬科学家精神，加强科普宣传，激发青少年的想象力和探求欲，让投身基础研究成为更多青少年的追求。

“五一”假期，全国各地科技馆成为亲子游最热门目的地之一，这样的热潮近年已不是新闻；各类与高校和实验室深度合作以科学为主题的研学游、深度游，也给了青少年们更多机会亲身感知，让高精尖的科研利器转化为可感知、可参与的科普资源。当青少年们走进科技馆、高校实验室，感受到那些令人惊叹的科技进步和科学家们动人的事迹和高尚的品格，会在心中种下科研兴趣的第一颗种子。

知之者不如好之者，好之者不如乐之者。基础研究常被视作科研的“冷板凳”，本身具有周期长、难度大、不确定性高的特点，必须要由强大的意志和热爱作为支撑。要让更多青少年立志投身于基础研究，激发他们的想象力和探求欲，这颗感兴趣的种子十分重要。

不久前西湖大学校长施一公在接受记者采访时分享了一个很有趣的观察：许多本科生在刚入学时并不真正了解自己的兴趣。“如果你培养得好，会对科学产生浓厚的兴趣，把它作为终生的事业；如果培养不好，他可能就跟科学绝缘了。”在这位顶尖科学家眼里，兴趣对引导青年人才投身研究非常重要，而教育要起到的关键作用之一，就是发现、鼓励、培养青年的这份志趣。

培养青少年的科研兴趣，最关键的阵地在校园。当下的教育改革，特别需要保护、鼓励、激发学生追问“为什么”的那份好奇心和想象力。在新一轮的教育改革中，学校应当优化科教协同育人机制，给予学生更多探索科研、深度追问的可能性与空间。在这种意义上，学校可探索尝试除了科普讲座、科创大赛之外的更多机制，鼓励青少年在课堂内外探索和发现自己兴趣所向，点燃好奇心的火种。现有的教育成果评价体系也可进一步优化，对真正的创新灵感给予更多、更切实的奖励，从而形成正向反馈的有效循环，让更多青少年愿意追逐、发现真理之美。

对青少年科研兴趣的培养，也离不开社会心态的共振。基础研究的定力，需要社会给予科研人员足够的尊严感和价值感。这份尊严感和价值感，既来自对科研评价体系的进一步优化，给予科研人员更多的耐心和时间，用长期主义化解可能的噪音，也需要在社会范围内形成更加尊重科学、重视科学的共识，让科学家精神成为更多青少年的心之所向。

要让更多青少年走进科技馆等专业科普场所，科普设施、场所的可触达性还需进一步提升。一些科技馆、博物馆“一票难求”，一定程度上反映了科普资源供给的不平衡。科普工作要飞入寻常百姓家，需要更进一步创新，如将科普资源深度进入校园、下沉社区，让更多青少年便捷感受广博深邃的科技魅力。在AI飞速发展的当下，我们更应珍视想象力与探求欲之于人类的价值。技术实现的门槛越低，发现问题的能力就越稀缺、越重要。AI或许可以凭借高效的算力解决诸多执行时的繁重问题，但正是人类的想象力与探求欲，才能超越已知的一切，指引未来发展的可能。基础研究中的那些“颠覆性创新”，往往源于人类对科学奥秘与规律最原始的惊叹与思考。正因如此，当下我们更需要培养那些有判断力、敢于突破思维定式的“完整的人”。

科学的征途是星辰大海，而这一切的起点，正萌芽于人类最初的想象与好奇，诞生于人类最早的探究与求索。在更多青少年的心中种下科研兴趣的种子，会有助于培育源源不断的基础研究后备力量，实现高水平科技自立自强。期待全社会同心协力呵护青少年求知的火种，等其长成参天大树，会托举起一个充满无限可能、更具创新活力的中国。

虹桥口岸出入境公务机航班前四月总量全国居首

本报讯(记者 周显帆)日前，记者从上海边检总站虹桥边检站获悉，作为公务机年查验量位居全国首位的空港口岸，今年1月至4月，虹桥国际机场口岸出入境公务机航班总量约680架次，同比增长20%，位居全国首位。公务机出入境人员超5300人次，其中入境人员中近七成成为出席会议、展会等商务活动的外籍及港澳台人士。

“其中3月表现尤为突出，出入境公务机航班量达213架次，同比增长超36%，创下虹桥口岸单月航班量历史新高，增速位居国内城市第一。进入4月后，公务机数量继续保持高位运行，当月出入境公务机超180架次。”虹桥边检站执勤四队教导员靳倩说。

多重发展红利持续释放，推动上海公务机数量稳步增长。上海各类国际展会、高端赛事与商务活动密集落地，催生了大量高品质、高灵活度的商务出行需求；伴随长三角一体化持续深化，区域经贸协作与人员往来愈发频繁，以上海为核心的跨区域商务通勤需求不断攀升，进一步拓宽了公务航空的应用场景；依托登机及24小时过境免签政策优化升级，外籍商务人士入境通行更为便捷高效。



2026上海国际咖啡文化节正在举办。这几天，“咖啡脑袋”们接连奔赴北外滩，体验“咖啡+万物”的想象力。

本报记者 李茂君 摄

一杯咖啡千般风味太满足了

火热的上海国际咖啡文化节展现“咖啡+万物”的无穷想象力
全市16个区联动，文商旅体展融合，让“咖啡地图”遍布全城

本报记者 阮佳雯

“上海国际咖啡文化节让‘咖啡脑袋’太满足了！”2026上海国际咖啡文化节于4月30日开幕，江风裹着咖啡香漫过2.3公里滨水岸线，这几天，“咖啡脑袋”们接连奔赴北外滩，体验“咖啡+万物”的想象力。

一杯咖啡，千般风味。咖啡文化节的火热，让“在上海 品世界”的主题真实落地。鄂达克橘子气泡冰美式配国际饭店蝴蝶酥、提拉米苏拿铁配锦江饭店葱油饼……这些原本藏在酒店里的特别风味，在咖啡文化节期间集中“出摊”，吸引许多人来到“锦江国际”主题展位一探究竟。锦江旗下华亭宾馆、国际饭店等纷纷亮出各自特色咖啡与精致小食，玩出新意。其中，华亭宾馆以豆乳为

灵感，制成东方风味冷萃咖啡，搭配西班牙油条“吉事果”，将“豆浆油条”的经典搭配玩出新花样。上海虹桥宾馆将怀旧的“乐口福”与摩卡配伍融合，重现沪上经典，形成层次丰富的咖啡体验矩阵。

海派风味席卷北外滩的同时，其他地区特色咖啡也纷纷亮相，融入本地元素，打造专属味道。此前，贵州本土人气品牌“去茶山”走进上海，成为饮品界的“排队王”之一，此次咖啡文化节，去茶山、乔治队长、抹山序、花漫川、财神咖啡等贵州品牌参与锦江的联合布展，以“一杯咖啡一座城，一份情怀一群人”的在地表达，呈现贵州咖啡的特色与文化内涵。铁狗咖啡摊位特别推出“西湖醋鱼咖啡”，口感微酸微甜，添加夏日甜品“面鱼”丰富口感，配上深烘咖啡豆，复刻西

湖醋鱼这道名菜的独特风味。“西湖醋鱼和咖啡混搭，还是太‘超前’了。”

咖啡文化节不止于北外滩，全市16个区联动，文商旅体展融合，让“咖啡地图”遍布全城。虹口特别推出4条“啡”玩不可”虹口主题漫游线路。每条线路均以咖啡节主会场为起点，串联起白玉兰广场、友邦大剧院等区内打卡点、宝藏美食、特色演出和品质酒店，一站式搞定“食、游、购、娱、宿”。值得一提的是，“咖啡虹口·巡游专线”主题定制班线特别开通，线路全长约10.7公里，设置5个停靠站点，覆盖北外滩来福士、太阳宫、鲁迅公园(凯德虹口)、今潮8弄、白玉兰广场等点位，有效连接咖啡品鉴、文化体验、休闲购物等多功能场景，提升节日体验的连贯性。

咖啡文化节临港新片区分会场汇聚

Tims天好咖啡、朵云书院等众多品牌，AI咖啡品鉴、文创手作、潮流美食等多元业态集中亮相。非遗鱼灯巡游、上体大非遗舞蹈轮番上演，传统文脉与现代城市风貌交相辉映。5月1日晚，全新编排的《水舞光影秀》在滴水湖畔上演，水幕随旋律起舞，光影与夜色交融，展现临港“年轻的城，年轻人的城”的独特气质。

“最江南”2026青浦咖啡嘉年华亮相朱家角镇大淀湖畔，融合江南文脉与赛车激情，首次联动上海汽车文化节，老爷车主题展、BABYCAR咖啡车体验、汽车文创专区等特色场景落地，搭配AIGC双IP互动视频，开创咖啡文化与汽车文化融合全新模式，让市民游客在江南水乡邂逅“速度与激情”。市民游客可同步领取青浦文旅消费券，覆盖住餐、景区门票、精品游玩玩乐等，实现全场消费闭环。