

上海特色街区美食缤纷季火热启幕

为推动本市餐饮消费业态、模式和场景创新,促进文旅体展联动与餐饮业高质量发展,近年来上海市商务委持续推进特色餐饮集聚街区培育建设工作,并结合“上海环球美食汇”这一特色IP,市服务消费促进会联动全市十条特色餐饮集聚街区于5月15日在老外滩正式启动“2026第二届上海特色街区美食缤纷季”,并将该活动作为“上海环球美食汇·美洲风味季”重点活动之一,实现双向导流与话题共振,共同为本地市民与外来游客精心营造一个体验美洲风情、尽享环球缤纷美食的绝佳好去处。

活动由市商务委指导,以“味聚特色街区·食享美洲风情”为主题,5月15日至6月30日采用“1+1+10+N”框架:1场启动仪式、1套优惠政策、10大街区“一街一品”特色活动及N个美洲风情餐厅套餐。启动仪式上,桑巴舞开场,十大街区发布主题活动,美洲风味商户推荐限定套餐,银联与农行发布惠民福利,现场设置墨西哥、古巴、巴西等国美食体验区。

本届美食季呈现五大特色:一是美洲烤肉狂欢,老外滩举办“美洲烤肉节”汇聚超10国品牌,丰盛里推出美洲限定双人餐,前滩公园巷集结64家多国风味打造沪上最大规模肉肉节。二是非遗国潮文化化篇,七宝古镇推非遗甜甜蜜蜜体验与敦煌游园会,南



翔老街设30余个市集摊位,新天地融合大湾区非遗与现代市集。三是环球漫游美学融合,夏都小镇打造“放风大会”,EKA天物推出“美食万花镜”及音乐节。四是青春花食甜蜜食光,大学路推毕业季“千人散伙饭”,鸿寿坊打造花食街区与花厨快闪。五是金融惠民助消费,银联发放满200减40等券,农行满300返80元刷卡金。

活动期间,市服促会将推动美食与文化、娱乐、购物多元融合,打造一站式城市微度假新体验,让市民游客漫步街区尽享环球美味。

全球美妆产业正式进入“上海时间”



日前,由商务部批准的30届CBE中国美容博览会在上海新国际博览中心举行。本届以“三十向新,当潮而上”为主题,展览面积超23万平方米,汇聚40多个国家及地区的3200家企业、超10000个品牌、80000多款新品,预计吸引121个国家及地区的专业买家,同期举办167场筹备活动。

中国贸促会轻工行业分会副会长顾东芳指出,CBE作为亚洲规模领先的化妆品专业贸易平台,始终致力于搭建高水平开放合作桥

梁,推动技术互鉴与务实合作。CBE执行主席桑莹表示,30届前CBE以300个展位起步,如今已成为全球美妆全产业链的商贸价值平台。创始人桑毅民宣布,第30届CBE让全球美妆产业正式进入“上海时间”。

作为“首发上海”系列美妆重磅首秀,本届启动了第二届“首发上海·2026CBE全球美妆节”。上海市商务委二级巡视员刘伟表示,上海将享受放大“首发经济”效应,全力支持CBE做大做强。

开展首日人潮涌动,121个国家及地区的专业观众竞相采购。从欧美买手团深躬溯源到东南亚客商批量下单,从覆盖全国31个省市的渠道下沉到直播间即时种草销售,多元需求在此碰撞。CBE以“全域+全球”的超强链接力,站上全球美妆产业链高效对接的“C位”,成为世界美妆的“会客厅”与全球美妆生意增长的新引擎。

本届供应链规模超1500家展商,将展出32000+美妆科技产品与成果。在中国美妆从“规模扩张”转向“价值创造”的进程中,CBE始终与各产业基地同频共振,搭建资源对接桥梁,推动中国原料引领全球创新。

以赛促学强技能 科技赋能护安全

——第18届闵行区防震减灾科普技能竞赛在浦江二中圆满举行

2026年5月10日下午,在第18个全国防灾减灾日来临之际,第18届闵行区防震减灾科普技能竞赛活动在闵行区浦江第二中学举行。本次活动由上海市应急管理局、上海市地震局指导,闵行区应急管理局、闵行区教育局联合主办,闵行区青少年活动中心、浦江第二中学承办,区医疗急救中心、浦江镇教育委员会等单位支持,多位市区级领导专家莅临现场,共同见证这一科普盛会。

活动启动仪式在浦江二中报告厅举行。浦江二中校长肖明华在致辞中表示,学校作为“国家防震减灾科普示范学校”和“国家防震减灾科普教育基地”,始终将防震减灾科普教育作为重要育人工程,学校通过建设科普馆、开展知识竞赛与应急演练等活动,将“居安思危,有备无患”的理念深植师生心中。启动仪式上还举行了小学组知识竞赛颁奖仪式,以及无人机表演和舞蹈表演,科技与艺术在舞台上交相辉映。

启动仪式后,各项技能竞赛同步展开,涵盖中学组知识竞赛、抗震建筑制作、紧急救护和无人机搜救四大项目。知识竞赛中,选手们沉着应答,展现出扎实的知识储备;抗震建筑制作比赛中,学生运用结构力学搭建出稳固而富有创意的模型;紧急救护比赛聚焦心肺复苏,选手操作规范娴熟;无人机搜救成为全



场焦点,参赛选手操控无人机穿越障碍、精准定位,充分体现了科技赋能安全教育的成果。

上海市地震局信息中心副主任刘子一指出,18年来,超过5万名中小學生通过这一赛事平台系统学习了地震科学知识、参与了应急技能实战演练,这种“政-校-社”联动的模式是落实“以防为主、防抗救相结合”方针的生动实践。

本届竞赛帮助同学们将知识转化为面对危险时的冷静判断力与自救底气,同时推动了“人人讲安全,个个会应急”理念在全社会的普及。展望未来,浦江二中将继续深化防震减灾科普教育,创新活动载体与形式,让更多青少年在实践中求真知、长本领,为构建平安闵行、守护生命安全贡献坚实力量。

守护生命 “救”在身边

——记上海市市光学校心脏急救安全实训

5月11日下午,上海市市光学校邀请上海市AED救援课程导师陈杰,为四、五年级部分学生开展了一场心脏急救安全实训,旨在提升师生的急救意识和自救互救能力。活动由大队辅导员黄薇静主持,小学部体育教师、卫生教师一同参与实训。

本次实训聚焦日常生活与校园场景突发状况,围绕心脏骤停识别与心肺复苏操作展开。陈杰首先讲解了心脏骤停的概念及危害,强调黄金救援时间仅为4至6分钟。同学们重点演练了胸外按压技术,并学习了完整的急救流程:识别紧急情况并拨打120,进行心肺复苏,使用AED,等待专业救援。

在实操环节,陈杰详细示范了操作规范,施救前需确保环境安全,轻拍双肩判断意识,观察呼吸5至10秒;胸外按压位置为两乳头连线中点,深度约5厘米,频率为每分钟100至120次,保持垂直连续按压。他用直观演示教学,帮助学生掌握了“先判断、快呼救、守规范”的应急处置流程,树立了“珍惜



生命、科学避险、正确施救”的安全理念。

实训最后,陈杰鼓励同学们将所学知识分享给伙伴和家人,并了解家中及社区AED的存放位置。此次培训让同学们掌握了关键急救技能,为构建安全校园与家庭环境奠定了良好基础。

活动尾声,黄薇静提出倡议,希望同学们在日常学习生活中形成“守护生命”的共识,提醒大家不做危险动作,并将所学知识运用到实际中,在心中埋下一颗“守护生命”的种子。

“香港·艺术自在嘢” 登陆上海 YOUNG 剧场

香港特区政府驻沪办支持上海 YOUNG 剧场举办“香港·艺术自在嘢”活动开幕式,邀请4家香港艺术团体于5月至6月献演多场话剧、音乐剧、音乐会及舞台映画,其中不乏上海首演甚至首次冲出香港。

驻沪办主任黄凯怡致辞表示,沪港渊源深厚,都是中西文化交融的典范。今年驻沪办首次与 YOUNG 剧场合作,邀请4家不同类型的香港艺术团体来沪,并特别邀请在沪攻读艺术专业的学生与剧团成员演后交流,促进沪港艺术专业层面的深度互动。她表示,未来将继续推动香港与华东地区的文化交流,并深化经贸、科创等领域合作。YOUNG 剧场总经理王洁介绍,今年是品牌升级呈现的重要一年,剧场携手驻沪办、香港艺术发展局,以更丰富的节目矩阵把香港原创艺术带到上海,搭建沪港艺术交流平台。

本次选演的4部剧目各具特色:香港话剧团《都是龙袍惹的祸》由名编剧潘惠森创作,司徒慧焯执导,以清宫太监安德海的故事剖析人性与权欲;同流剧团音乐剧《移家女孩》首次亮相上海,讲述三个夜班女员工跳出舒适圈的“出走革命”;乡村《村声回响》首次走出香港,采集村校校歌、劳动号子等编成“声音地图”,重现香港乡村记忆;压轴剧目林奕华《非常林奕华舞台映画》首次在上海展映5部精选舞台剧的影像版,将转瞬即逝的舞台转化为经典影像。

演出期间,乡村还将举办村校校歌收集旅程展览, YOUNG 剧场亦推出“开放剧场”艺术教育体验活动,将沪港文化交流延伸到台下。

驻沪办将继续在华东五省市举办展览、文艺及经贸活动,向内地区民众全面推广香港多元文化面貌,巩固香港作为中外文化艺术交流中心的地位。



梦龙 Pleasure Store 寻找时髦夏日

立夏时节,梦龙冰淇淋公司旗下高端冰淇淋品牌梦龙携其主题快闪店 Pleasure Store 登陆杭州西湖湖滨商圈,品牌全球代言人王嘉尔惊喜现身,正式拉开“寻找时髦夏日”快闪活动序幕。作为深耕中国市场逾三十年的领军品牌,梦龙始终将国际化视野与本土化创新相融合,以艺术化场景、创意新品与潮流互动为核心,持续升级沉浸式消费体验,进一步激发市场消费潜能。



梦龙冰淇淋公司亚洲首席市场营销官徐宇凉表示:“梦龙 Pleasure Store 快闪店的每一次亮相,都是我们与中国消费者的一场真实的相遇。西湖湖滨的热烈反响,让我们再次感受到消费市场的蓬勃活力和消费者对品质体验的深层渴望。自1993年进入中国市场以来,我们始终相信好的品牌体验不只关乎味觉,更关乎情感与记忆。面向未来,我们将加速产品研发和场景的双重革新,深度融合全球智慧和本土洞察,持续为中国消费者创造美味与情感共鸣,践行‘冰淇淋,让生活更美好’的使命。”

此次快闪店以金色镜面构筑“无限幻境”主题空间,将品牌装置融入沉浸式打卡场景,营造光影流转的独特美学体验。王嘉尔在经典 MMM DIY 吧台亲手制作融入西湖美学意象的专属冰淇淋,尽显全球化与本地化的深度融合。

本次快闪通过“顶流艺人+城市地标+沉浸式体验”的复合模式,精准锚定年轻消费群体对品质感与情绪价值的需求,打造集味觉、视觉与情感共鸣于一体的沉浸式消费社交空间。自2025年从联合利华拆分上市以来,梦龙将中国作为全球战略支点,亚洲总部落户上海,持续以消费者需求为驱动,深耕中国市场,拓展产品边界,携手合作伙伴为城市消费注入更多活力。

