

# 上海旅游纪念品设计大赛收官

## “上海礼物”展现沪上风情

本报讯(记者 王延)2018“老凤祥杯”上海旅游纪念品设计大赛颁奖典礼及纪念趋势发布会日前在沪举行。今年大赛的主题为“上海礼物”,分设计类与商品类两个参赛组别,历时6个月,共收到参赛作品近千件,最终评选出14件设计类获奖作品以及15件商品类获奖作品。

红色文化、江南文化、海派文化共同铸就了上海这座城市特有的历史底蕴和迷人

的内在风情。荣获本次旅游纪念品设计大赛设计类最具商业价值奖(一等奖)的守白艺术海派创意纸雕灯就很好地用优美而精致的具象,展现了上海礼物的文化内涵。

该系列纸雕灯《光辉岁月》《魔都印象》《艺品江南》,分别呈现了3个主题的内容:红色文化、海派文化、江南文化。这个系列的纸雕灯将光源安装于底座,灯罩采用有机玻璃,实现多面观赏,突破了传统叠影纸

雕灯画面呈现的局限性,兼具了美观性与实用性。据悉,“守白艺术海派创意纸雕灯”已经和上海东方明珠进行了意向推广签约,有望很快与市民游客见面。

以上海著名的外滩万国建筑群为蓝本,上海外滩万国建筑群冰箱贴,荣获商品类最具商业价值奖。作品将18幢历史建筑通过合理优化和缩小制成冰箱贴,同时还附有二维码说明书,人们可通过扫码

了解每幢建筑背后的传奇故事,实现“建筑可阅读”。

陆家嘴“四高”作为上海地标,总是为旅游纪念品设计大赛的参赛者带来设计灵感。《上海回形》创意文具将陆家嘴“四高”建筑特征与回形针的功能特性结合,整体既简单明了又富有现代时尚感。《上海小姐姐》车载摇头饰品体现的则是上海礼物的生动性。这组作品通过旗袍、云纹

等古典元素,加之由东方明珠造型衍生出的诙谐感丸子头,以及小眼、细眉、红唇等塑造出海派女性形象,展现上海女性美丽、俏皮、自信的风采。

2019年旅游商品流行趋势预测报告也同期发布。专家团认为,数字化、文创型、实用性的旅游商品将继续引领产业。未来一年的色彩谱上,中国红再登榜首,墨绿和金黄也将在2019年成为流行色。



游客正在观看白鲸表演。 □本报记者 潘永军 摄

## “上海海昌”吸引游客逾30万人次

本报讯(实习生 陶毅雯 记者 潘永军)今年11月16日正式开园的海上海昌海洋公园,以其数量庞大的海洋生物和独有的极地动物,正成为上海的又一标志性地标。记者从园方获悉,自公园开园起,目前已吸引游客逾30万人次,千余元一张的年卡,也已售出1万多张。

12月22日,上海海昌海洋公园启动“极地冰雪节”,在接下来的两个月里,将举行系列活动吸引游客,如企鹅“生蛋”科普展、虎鲸科普秀、海豚花式芭蕾等。冬季是企鹅的繁殖季节,今年冬天,公园将迎来属于自己的企鹅宝宝,游客可近

距离观看小企鹅破壳而出的瞬间。

被誉为“冰雪公主”的自由式滑雪世界冠军李妮娜再次与公园结缘,担任爱心大使。活动现场,李妮娜分享了她的冰雪人生,也诚邀全国各地的朋友们,共同探寻奇幻海洋的奥秘,踏上极地冰雪之旅。

“极地冰雪节”期间,公园推出优惠门票,游客可通过公园官方网站、微信平台以及各大旅行社线上平台购买。元旦小长假期间,公园还首度开放夜场模式,游客在观赏夜晚极地海洋动物生活状态的同时,还可感受星空下海洋梦幻烟花巡游的魅力。

启幕仪式上,中国水产科学研究院还为上海海昌海洋公园授予“生命长江研究和科普基地”称号。未来,双方将强强联合,致力于生命长江流域的相关研究及保护工作,并将通过系列科普展示、科普小课堂等寓教于乐的形式,让游客更深入地了解长江大保护的科研成果及科学知识,提升全民对于珍稀物种保护、生态平衡维护、栖息地保护的意识及热情。

上海海昌海洋公园总经理李绍君介绍,今后,公园将为游客带来更多沉浸式海洋体验,每年吸引游客有望突破400万人次。

## 长三角铁路春运方案出台

### 12月27日起推出候补购票服务试点

本报讯(记者 李继成 通讯员 许文峰)2019年春运火车票昨日起开售。记者从中国铁路上海局集团有限公司获悉,长三角铁路春运方案已经出台,预计发送旅客7470万人,增开客车251对。同时,铁路部门还推出多项措施提高旅客春运购票体验,其中,候补购票服务将从12月27日开始试点。

据了解,铁路12306网站(含手机客户端)仍将发挥售票主渠道作用。新版12306网站页面,优化12306互联网购票流程,增加用户扫码登录功能,减少旅客无效点击,方便旅客快速购票;进一步优化验证策略,最大限度减少旅客在购票环节出现验证码;对需办理常旅客会员激活和身份信息核验的旅客,可通过网上刷脸认证进行身份核验,无需再去车站窗

口核验证件,实现全部流程网上自助办理。

进行候补购票服务试点,提升旅客购票体验。据介绍,旅客在铁路12306网站(含手机客户端)购票如遇无票时,可提交购票需求,并在预付票款后,售票系统自动安排网上排队候补。每位用户可提交1个候补订单,每个候补订单可预订3张车票。在12306网站注册的用户须在网通过刷脸认证的方式,进行人证一致性核验后,方可获得该项服务。12月27日起,铁路部门将选取春运能力部分紧张方向列车的长途区段开展试点。试点的车次为:节前北京、沪宁杭、广东地区始发,终到四川、重庆地区的所有列车;节后四川、重庆地区始发,终到北京、沪宁杭、广东地区的所有列车。

## 星巴克推出线上新零售智慧门店

本报讯(记者 王延)近日,星巴克在国内市场推出线上新零售智慧门店,这是星巴克与阿里巴巴自今年8月宣布战略合作以来又一项消费体验创新。据悉,星巴克线上新零售智慧门店汇集了星巴克三大数字化创新服务:“专星送”“用星说”及星巴克天猫旗舰店。

全新的星巴克线上新零售智慧门店,是一个操作简便的集成式页面,消费者通过星巴克App、手淘、天猫或支付宝任一终端均可访问,无需切换不同应用,便可打开原本基于不同平台研发的“专星送”“用星说”和星巴克天猫旗舰店,跨平台开启数字化的星巴克体验。

这个线上新零售智慧门店集成了“会员”功能,通过打通星巴克与阿里会

员系统,顾客通过上述任一App均可累积星星或兑换会员好礼。星巴克线上新零售智慧门店将成为第一个以单一化使用路径,提供跨终端多元化服务的平台,并以此再次提升顾客的星巴克体验。

这是阿里集团首次对外向品牌方开放其全面贯通的生态系统,依托集成式智能中台系统,双方超过6亿的月活跃用户将通过星巴克App以及淘宝、天猫和支付宝等阿里旗下应用,在星巴克线上新零售智慧门店一站式畅享数字创新带来的体验升级。此前,阿里和星巴克已经联手推出了专星送、盒马星厨等业务,其中专星送在3个月内实现了全国30个城市超过2000家门店的全覆盖。

## 天猫开设全球首家奥运官方旗舰店

### 冰雪消费成新趋势

本报讯(见习记者 张诗欢 记者 许素菲)日前,国际奥委会宣布在天猫开设全球首家奥林匹克官方旗舰店,售卖奥运全线周边商品。这是百年奥运史上国际奥委会首度以官方名义开店,也是首度借助于互联网,实现奥运商品不分周期、无国界的全线售卖。

在这家奥林匹克官方旗舰店内,在售商品包括奥运赛事、奥运经典和奥运品牌三大系列,覆盖了徽章、服装、贵金属、文具、陶瓷等多个品类。从1896年第

一届雅典奥运会的官方宣传海报,到2022年北京冬奥会的多款纪念品,店铺内有近300款商品可供消费者选择,其中50余款是首次在中国发售。

另据天猫同期发布的《2018天猫冬季冰雪消费趋势报告》显示,尽管天气寒冷,但冰雪运动开展得如火如荼,冰雪消费正成为冬季全新的生活方式。报告显示,“运动”“进补”“饱口福”是冬季消费的三大关键词,18-24岁的消费者在这方面表现出了强劲的购买力。具体商品方面,滑

雪服销量增长90%、运动装备销量增长93%,冬季滋补海鲜销量增长1060%。

有趣的是,在冬季运动消费方面,“贫雪”的广东人成为了消费的主力军,在滑雪运动消费金额、滑雪运动消费增速、购买冰雪旅游省份方面,广东全部位列前5名。据介绍,阿里巴巴集团于2017年1月加入奥林匹克全球合作伙伴赞助计划,成为“云服务”及“电子商务平台服务”的官方合作伙伴,双方的合作延续到2028年。

## 文化育人,做高职体育的“领头羊”

### 思博学院勇夺上海市第十六届运动会高校篮球联赛季军

近日,上海市第十六届运动会圆满落幕,作为大赛的一部分,2018第三屆上海市校园篮球联赛(高校组)同期举行。41所高校为了学校荣誉奋勇而战,思博学院力克群雄,夺得大赛A组男子季军,再次创造思博篮球的辉煌。

作为学校特色体育项目,思博篮球队有着良好的传统。持续而密集的训练,让师生们从技术到心理都快速成长;艰苦的备战中,教练到球员每个人都不计回报默默付出;赛场上攻者得分,守者坚毅,每一位全心付出者都被作为核心球员得到球队认同;不骄不怯,面对强队,球队依然敢拼敢抢,气势如虹。昂扬的拼搏精神是思博篮球根基所在,团结、奉献、拼搏,敢于亮剑的思博篮球精神正不断沉淀,成为校园文化极具特色的一部分。

思博学院致力于体育文化建设,鼓励学生“用身体活力带来精神活力,用场上动力带来人生动力”,努力成为一个有激情的人、勇于奋斗的人、善于协作的人

和充满自信心与竞争力的人。学院通过体育课程改革,构建“10+X”体育健康与拓展训练课程体系,“10”指包含篮球、足球、羽毛球等课程在内的10门体育选项课,“X”指在课程体系中融入身体素质练习、健身教育和拓展训练;营造体育文化氛围,每年一度的体育文化节,包括吉祥物征集大赛、环校荧光夜跑、素质拓展团队PK赛、校运会等系列活动,在增强师生凝聚力的同时也弘扬公平竞争、拼搏进取的体育精神;开展体育文化类讲座,举办体育精神文化论坛,邀请足坛名将来校与学生互动交流,引导学生追求健康的生活方式;鼓励竞技体育发展,积极参加各类赛事,目前,学校足球、篮球、体育舞蹈、啦啦操、健美等赛项在各类赛事中收获了39枚奖牌,其中金牌24枚,篮球、足球更代表上海走向全国赛场,成为上海高职的体育文化名片之一。

一直以来,思博学院在加强专业内涵建设的同时,也高度重视校园文化建设,在体育文化培养之外,以优美的环境与建筑文化感染人,以多样的人文课程丰富人,以社团与实践锻炼人,以庄严的仪式教育净化人,以高雅艺术熏陶人,以多元的校园活动发展人。努力构建德智体美劳全面发展的教育体系,思博一直在路上。(袁朝)



## 大拇指广场“搭”出亮丽新年季



证大大拇指广场迎新年活动日前正式开启。 □见习记者 黄日阅 摄

本报讯(见习记者 张诗欢 记者 许素菲)伴随着一曲轻快的童声独唱,证大大拇指广场迎新年活动日前正式开启,色彩亮丽的积木“美陈”、青春活力的舞蹈、精彩纷呈的乐队演出,为即将到来的新年增添了无穷乐趣。

积木是大拇指广场新年“美陈”的重要元素,为了让前来休闲购物的消费者们零距离感受到动手搭建的快乐,商场方还特别设计了一个“圆顶小屋”,小朋友们可以在小屋内的大幅乐高积木墙上肆意发挥想象,搭建心目中的新年模样。即日起

至1月1日的每个周末,大拇指广场还会举行自制贺卡、马克杯手作等活动,为消费者欢度周末亲子时光提供好去处。

除了吸引眼球的特别装饰,大拇指广场还推出了多项冬日购物消费优惠活动。例如购物消费满298元、498元,可分别获得30元、50元抵用券一张,抵用券可在2019年1月4日前的周一至周五使用。在大拇指广场消费满298元的消费者,还可参与“冬日惊喜礼遇”抽奖活动,商场方将在12月23日和12月30日分别抽出幸运的“大拇指锦鲤”,送上丰厚礼品。