

奥乐齐把“美食家”和“好生活”搬进超市

日前，全球连锁硬折扣社区超市奥乐齐联合昆山金鹰国际购物中心开启“街区美食节”线下市集，全新自有品牌 ALDI GOURMET 美食家与 ALDI GOOD LIFE 好生活同步亮相，以“好食材便宜吃，健康美味更简单”为核心，让消费者直观感受高性价比品质饮食。

自 2019 年 6 月进驻上海以来，奥乐齐已在中国开设 84 家门店，融合全球基因与本土化策略，通过严选原料、精研工艺与实在价格，践行“好品质，够低价”承诺，让优质饮食融入日常三餐。未来将持续拓展品类、优化品质，助力消费者实现“好品质自由”。

ALDI GOURMET 美食家系列主打“高标准好原料”，把高档餐厅食材搬上市民餐桌：马达加斯加香草软心唱片可颂添加“香草王国”馅料，意式红烩安格斯牛肉酥采用“世界四大名牛”安格斯牛肉，有机核桃油由贵州高山有机野生核桃冷压榨而成。此次率先上新 20 款热门餐厅同款即食食品，如复刻“2025 必吃榜”的烟熏三文鱼牛油果芝士可颂三明治、日料店热门的日式蒲烧鳗鱼谷饲肥牛拌饭等，部分产品更搭配精研工艺，如小磨黑芝麻香油恪守非遗小磨工艺，锁住本真风味。

该系列打破“优质即高价”认知：100 克纯开心果酱仅 39.9 元，4 枚黑松露安格斯牛肉烧麦售价 12.9 元，消费者以日常预算就能享美味大餐。同时严格把控食品安全，让品质清



晰可感。

ALDI GOOD LIFE 好生活系列则聚焦健康，以“减少加工、无食品添加剂、控糖控盐”为标准，配方精简干净。包装正面清晰标注配料表，不玩健康文字游戏，通过升级配方让零食、饮料等品类实现美味与健康兼得，且具备同品质高性价比，真正实现“健康无溢价”。奥乐齐始终以消费者需求为核心，深耕选品与供应链，让好品质触手可及。

环贸iapm“咚”日雪境开启冬日童话狂赛季



今年冬日，环贸iapm商场以瑞士雪国为灵感，将冰川雪境、童话木屋、浪漫缆车等瑞士风情景致搬入场内，人气 IP Flying Dong Dong 携伙伴化身“雪境玩家”。消费者可邂逅漫天飘雪，在 VR 滑雪区体验雪场极速快感，开启温暖浪漫的冬日童话旅程。

活动期间，精彩互动与节日惊喜轮番上演。Flying Dong Dong 人偶、圣诞老人欢乐巡游带来趣味互动；南昌路沿街设咚咚集章纪念站，可获限定版画套章明信片；购物即赠限量香氛蜡烛。12 月 20 日 -1 月 4 日，南侧中庭 Flying Dong Dong 限时快闪店发售特别产品，惠及全国爱好者。

高品质艺术演出同步登场：俄罗斯芭蕾国家剧院演绎《胡桃夹子》，重温经典；元旦伊始，阿根廷马科斯·阿拉拉舞团献演《魅影暗舞》，打造美学盛宴。此外，联动蚂蚁音乐空间、街艺歌手罗小罗及邻家乐队带来多场演出，12 月 31 日晚更有百人音乐狂欢跨年派对，点燃仪式感。

商场还联动上海文化广场推出“剧划算”票根福利，持指定剧票根可在iapm商户享专属折扣与礼赠，延伸剧场体验至商业空间。双节期间同步开启暖冬礼遇与限定旅客到场礼，打造购物盛宴。

此次「“咚”日雪境 Snowy Wonderland」主题活动持续至 2026 年 1 月 4 日。消费者可打卡瑞士风情场景，在咚咚度假屋感受节日氛围，与芝士火锅灵感圣诞树合影，乘缆车俯瞰雪景，在集章站定格美好，收获冬日专属记忆。

立邦共享公益平台让善意跨越

2009 年发起的立邦「为爱上色」公益计划，秉持“回馈家乡、助力教育”初心，从墙绘美化起步，构建起彩色校园涂刷、ART+ 墙绘创作、快乐美术教室与大学生农村支教奖四大核心项目生态。日前，2025 分享会暨第九届中国大学生农村支教奖颁奖典礼在上海启幕，以“爱的坐标”串联 16 年公益叙事。

截至 2025 年，项目覆盖全国 32 个省级行政区，累计美化 464 所校园、捐建 405 间美术教室，支持近 2000 支大学生支教团队，直接受益儿童超 12 万人，影响人群近 8500 万。16 年间，立邦以“难而对的事”为信念，足迹遍布 200 余个城镇，完成 275 幅大型墙绘、培训 493 名美术教师，用色彩与责任书写公益答卷。

成果背后是多方力量的凝聚：基层教师深耕美育，艺术家以画笔赋能乡土，大学生支教团队践行担当，让公益成为双向奔赴的温暖互动。其独创的开放共享公益平台模式是关键，已吸引 58 家企业团体、154 名艺术家和设计师、近 6000 位志愿



者及近 2 万名大学生加入。

企业伙伴各展所长：陶氏 14 年携手，研发超耐候外墙漆提升校园墙面耐久度；宝钢支持湛江小学体育设施建设，三一重工开展科学素养教育；巴斯夫、益海嘉里等长期联动，形成“硬件 + 软件”多元公益体系。艺术家将地域特色融入墙绘，支教团队如天津大学“拥抱纳咪”十五年接力、江西财经大学“江新比心”串联非遗与民族团结，让公益落地生根。

分享会上，乡村教师、企业、支教团队分享实践感悟，颁奖与文艺环节点燃现场。十六年坚守证明，公益是多方同心同行：开放平台打破壁垒，让善意跨越地域行业，凝聚成乡村教育的温暖动能，为孩子们带去对美与未来的憧憬，也为企业公益打造了可复制的实践范本。

恒基中国以艺术共创焕新城市生活想象

近日，第七届上海国际艺术品交易周重点项目——2025 西岸艺术与设计博览会开幕，展览面积创历届之最。新增主力场馆西岸国际会展中心作为西岸文化艺术群落全新地标，将与另外三个场馆共同汇聚全球艺术资源，点亮沪上金秋艺术盛景。

同期，恒基中国联合北上广重点项目开启第三届公益艺术活动，上海项目以「Flying On Air 空气漫想」为主题打造多元体验。同名艺术装置由 LUMINA ART 联合艺术家徐国峰，邀请上海六座商业项目租户白领共创，将先后亮相艺博会与星扬西岸中心。作品以“女孩与飞鸟”为核心符号，回收办公旧物重组创作，融合环保公益与城市生活美学，呼应“艺享生活”愿景。此外，青年艺术家罗鸣装置《跃一天骏云霓》及即兴戏剧演出等，为公众带来新鲜互动。

恒基（中国）上海租务总负责人陈家俊表示，自 2023 年星扬、星瀚项目投用后，上海项目以人文为核推进艺术公益生态升级，今年希望让白领从观众变为共创者，凝聚城市力量探索工作生活融合可能。依傍西岸文化艺术群落的星扬西岸中心、星瀚广场，借区域艺术能级提升拓展展示窗口，活动期间邀请 LUMINA ART 过往合作艺术家齐聚。作为星系列艺术阵地，LUMINA ART 多年来举办主题展逾 30 场，通过个展呈现艺术家对时代议题的思考，以群展搭建对话现场，让艺术走进生活。其合作范围从中国青年艺术家拓展至国际力量，展陈空间延伸至多层公共区域，成长为连接多元场景的价值平台，为城市艺术注入活力。

恒基中国上海项目秉承可持续战略，以商业空间为纽带，融入艺术人文、公益等实践，打破工作生活边界。未来将持续携手伙伴，推动社区共融、文化共振、生态共生，引领都市生活新范式。



东方美谷美妆科创新动能

日前，以“向新而行 美力共生”为主题的 2025 东方美谷国际化妆品大会召开，大批美妆科创项目集中亮相，“超感美妆实验室”前沿成果发布，为中国化妆品产业高质量发展注入动能。大会由中国香料香精化妆品工业协会指导，上海市多部门与奉贤区政府联合主办，旨在打造全球影响力的产业交流平台。

会上，“上海东方美谷化妆品审评核查前置咨询服务”等两大服务平台揭牌，新一批东方美谷成员企业获授牌，《2025 东方美谷蓝皮书》同步发布。奉贤区委书记刘平介绍，十年间东方美谷汇聚上百家知名企业，形成完整产业链，创造数千亿元产值，已从产业品牌升级为综合品牌体系，正迈向“世界化妆品之都”，未来将推动更多民族品牌出海。目前其出海成果显著，从泰国展览到法国大会，从海关十条支持政策到全国首票出口化妆品“远程属地查检”落地。

科创是大会核心亮点。自然堂研发极地酵母喜默因突破原料“卡脖子”问题，上美集团展示自研环六肽 -9，资生堂推出医美品牌“律曜”实现械妆联合，耀速科技以器官芯片结合 AI 重塑研发规则。“超感美妆实验室”聚焦四大核心内容，汇聚欧莱雅、爱茉莉太平洋等头部企业及美创科技等创新企业，结合投资机构搭建“技术 - 产业 - 资本”对接桥。欧莱雅“BIG BANG 美妆科技共创计划”展示耀速科技类器官芯片、美创科技植物细胞外囊泡等孵化成果。

政策与行业洞察同步释放：上海市及奉贤区均出台化妆品产业高质量发展措施；中国工程院院士钱旭红探讨超限制造与美妆融合，欧莱雅兰珍珍提出“三驾马车”发展关键，百雀羚蒋丽刚、传音余扬灵等也分享专业见解，共同为美妆产业升级指明方向。



广告

