

# “氛子药局”重构城市“身心共养”的价值升维

衡复历史文化风貌区的梧桐掩映下,复兴中路1180号迎来蜕变——百年医药品牌第一医药倾力打造的复合型健康生活空间“氛子药局”正式亮相,以“Pink Christmas·点亮松弛之夜”为主题的亮灯仪式引爆社交热议。两层楼高的粉红圣诞树璀璨亮起,灯光与建筑共鸣,象征传统医药基因与当代生活哲学的温柔碰撞,也标志着全国首个“轻健康+生活美学”复合型健康空间的诞生。

作为第一医药年轻化转型的里程碑,“氛子药局”打破传统药店边界,融合健康茶饮、微醺社交、美妆体验、轻养生服务与情绪疗愈工坊五大场景。第一医药相关负责人表示,这里不仅是消费场所,更是回应

都市人精神焦虑、让人重拾松弛感的城市休憩站。

其首创的“早茶晚醺”模式精准契合Z世代生活节奏:晨间推出阿胶玫瑰奶茶、人参美式等药食同源饮品,将中医“治未病”理念融入日常,经营营养师科学配比实现“养生无负担”;夜间切换为轻社交空间,引入恪守德国《纯净酿造法》的巴兰德真味啤酒及“沁啤”系列,满足年轻人“微醺不醉”的社交需求。

在肌肤护理与心灵疗愈方面,门店配备专业皮肤检测仪,联合芙清、敷尔佳等品牌提供定制方案,独家引进长白山植物护肤品牌“蓝润”与澳洲香氛品牌Ausbelle澳思蓓,实现身心双重滋养。二楼国潮手作

空间定期开设中药香囊编织、草木染布等课程,以手作疗愈重建内在秩序;智能体质检测与健康顾问团队则提供个性化调理建议,推动健康管理从“被动治疗”向“主动预防”转变。

创新的“线下试用、线上复购”闭环,让消费者可即时体验跨境商品并便捷复购。业内人士评价,“氛子药局”打破了药店刻板印象,证明健康产业可兼具温度与社交价值,完成了从“卖药”到“养人”、从交易场所到“情感容器”的转型。

未来,第一医药将深化“轻健康+科学调理”双轮驱动战略,拓展更多城市健康节点,打造覆盖全生命周期的健康支持网络,让传统医药与现代生活美学持续共生。



# 正大广场融合“文旅商体展”打造“Happy Mall”

日前,上海正大广场发布2026品牌升级战略,以“融合文旅商体展,塑造Happy Mall”为核心,现场与22家多元业态创新品牌完成战略签约。此次升级将通过引入常

态化沉浸式文化演出、体育赛事、主题市集与跨界展览,实现“商业赋能文旅,文旅反哺商业”双向循环,打造“可游、可览、可购、可娱”的城市目的地。同时,广场自创IP家族新成

员——快乐使者“THAIMAIMAI”活力首秀,标志着这座运营23年的陆家嘴商业地标,正式从“商业综合体”向“城市共生体”转型,迈入“文旅商体展”深度融合新阶段。

浦东新区商务委副主任曹磊、陆家嘴管理局副局长周海东、泰

国正大集团资深副董事长罗家顺及夫人谢榆等领导嘉宾出席活动。正大集团中国区商业地产创新事业部首席执行官周佳璇阐释战略蓝图,她表示,面对市场新需求,正大广场以升级主动破局,打破传统商业边界,将广场打造成“潘多拉魔盒”与“精神乌托邦”。未来广场将锚定国家3A级旅游景区标准,把“幸福和快乐”融入品牌基因,通过多元业态融合,成为兼具体验感与吸引力的城市地标。

罗家顺与谢榆女士共同为IP新成员“THAIMAIMAI”揭幕。作为吉祥物小象“FUNFUN”的妹妹,“THAIMAIMAI”以活泼亲和的形象,成为连接广场与消费者尤其是年轻客群的情感符号。此次签约的22家品牌涵盖多元领域:非遗草市、Change Pro申驰健身中心等带来文化创新与运动潮流体验;TOPTOY超级IP华东旗舰店、耀境数字

艺术新空间打造沉浸式娱乐场景;蔡澜臻选、北海宴等餐饮品牌升级味蕾体验;影石、BUTESSE等则聚焦生活设计与科技体验,彰显“首店经济”与“旗舰店效应”。

活动同期举办“文旅商体展融合,共创首店经济新生态”圆桌论坛,由品牌星球创始人赖永锋主持,多位行业嘉宾围绕内容塑造、业态融合、IP赋能等议题深度探讨,一致认为商业空间应成为品牌叙事与体验共创的场域。

从2002年开业至今,正大广场始终与上海同频发展。2026年升级是践行“三利原则”、响应城市战略的关键举措,通过硬件重塑、内容再造、生态共建与情感运营,广场将构筑彰显浦东气派、融汇国际潮流的“世界级商业地标”,持续书写商业向善、价值共生的新篇章。



员——快乐使者“THAIMAIMAI”活力首秀,标志着这座运营23年的陆家嘴商业地标,正式从“商业综合体”向“城市共生体”转型,迈入“文旅商体展”深度融合新阶段。

浦东新区商务委副主任曹磊、陆家嘴管理局副局长周海东、泰

# 健康科普结硕果 淞南镇社区卫生服务中心获评市级示范标杆

近日,2025年上海市健康科普服务百姓贡献榜发布活动传来喜讯,淞南镇社区卫生服务中心获评“2025年上海市社区卫生服务健康科普服务百姓贡献引领单位”,这份荣誉是对中心深耕社区健康科普、推进医防融合的高度认可。



“健康普及一小步,全民健康一大步”,中心始终将健康科普作为落实“健康中国”战略的核心工作,以完善的机制保障科普实效。中心成立由主任、书记挂帅,各科室负责人参与的健康促进委员会领导小组,为科普工作筑牢组织基础。2024年12月启用的“三馆一基地”,不仅成为淞南镇红色教育与健康文化地标,更成为科普核心阵地,累计接待参观者800人次,依托阵地开展多场专题讲座,扩大科普覆盖面。

围绕居民需求,中心打造多元化科普活动矩阵。联合镇文化中心开设“非遗淞南传”市民夜校,12场趣味活动让市民轻松学健康知识;在党群服务中心每月开展2场讲座+1场义诊,全年32场活动精准提升居民保健能力;针对老年人在淞南区每周开展科普活动,累计26场广受好评;创新推出“24节气科普小讲堂”,将传统养生与诊疗结合,让科普融入就医全程;在中心及社区站点持续更新科普折页,实现健康知识“触手可及”。此外,通过脱口秀培训、

科普比赛及社区巡演,让专业知识更具吸引力,同时深入社区、学校拓展科普场景。

科研与传播双向赋能,提升科普质量与影响力。中心两项科研项目分别入选上海市、宝山区科委健康科普专项计划,为科普创新提供理论支撑,同时斩获宝山区视觉健康科普讲解比赛优秀奖等多项荣誉。线上方面,充分运用公众号、视频号等平台,推出“舌尖上的美味”等专栏,全年发布科普文章86篇、原创短视频121个,开展科普直播1场,构建起“线上+线下”立体传播网络。

未来,中心将以此次获评引领单位为新起点,持续探索科普服务新模式,进一步提升服务可及性与有效性,在筑牢社区健康防线、提升全民健康水平的道路上继续发挥示范引领作用。

# 学科德育微项目赋能 浦东新区清源小学育人显匠心

为响应“学习”双新、“落实”双减”号召,推动学科德育与微项目学习的深度融合,近日,浦东新区清源小学举办“源馨杯”学科德育微项目案例演讲比赛。活动聚焦“学科德育视角下微项目学习活动的设计与实施”,旨在以赛促研,助力教师成长,书写学科育人新篇章。



各学科教师精心设计,呈现了丰富多元的育人案例。语文组中,张英老师以《以诗为礼,感恩母爱》引导学生创作诗歌,感悟母爱深情;朱金莲老师借助《猎人海力布》传递无私奉献的传统美德;侯亚男老师通过中国美食探索,让学生体会汉字智慧与劳动价值。

数学组亮点纷呈:陈露露老师以时间管理为核心,培养学生守时习惯;张琳老师围绕对称美,构建“观察—感受—创造—表达”的审美闭环;孙微微老师通过挂彩旗实践,融合数学思维与团队责任;宋乐乐老师结合端午采购活动,渗透统计知识,增强文化自信;仇程老师挖掘圆的特性与美感,实现知识学习与审美教育的融合;徐天逸老师以大扫除为场景,将抽象数学概念转化为责任与协作的培养载体。

英语组创新不断:王佳婷老师以“My Future Plan”激发学生职业理想,培养责任感;张敏老师通过“儿童节,世界乐!”让学生感受文化多样性;顾梦婷老师设计“动物身份证”活动,传递关爱生命的理

念;周英老师将语言学习与生态保护结合,提升学生的环保意识。

综合组成果丰硕:瞿丹丹老师在体育动作创编中锤炼学生的坚韧意志与团队荣誉感;奚况池老师以《少年中国说》等作品为载体,实现音乐实践与爱国主义教育深度融合。教育科研专家吴为民肯定了教师们的教学创新,赞扬学科知识与德育目标的有机融合,以及“目标—问题—步骤”的清晰设计,使德育真正“活”起来。他建议进一步聚焦德育主题,强化步骤逻辑、构建微项目群,推动实践成果向课程体系转化。

本次大赛是学科德育与项目化教学融合的生动实践,教师们践行“做中学”理念,实现了知识传授与价值引领的统一。期待全体教师以此为契机,深化德育项目化教学研究,推动学校育人工作再上新台阶。

# 奥乐齐被称为“世界上最会省钱的生活家”

2025年,奥乐齐全面兑现“够低价”“新低价”承诺,全年最高降幅达45%,推动超700款产品长期降价,其中600余个品类低至9.9元及以下,真正实现“日常常购也省心”。依托百年全球供应链与本土优质供应商的深度合作,奥乐齐优化成本结构,不仅做到单品低价,更让消费者“买一筐都便宜”。目前,200余款迭代升级的超值系列产品,覆盖饮食、清洁、个护等多品类,满足全方位采购需求,成为众多家庭首选,上海消费者更赋予其“ALDIMANIA”称号,寓意“世界上最会省钱的生活家”。截至2025年底,奥乐齐在华门店超80家,4月成功进军江苏市场,稳固平价优质零售领先地位。



在坚守低价的同时,奥乐齐重磅推出三大全新自有品牌:美食家系列主打高端美味,黑松露安格斯牛肉烧卖、海胆鱼籽虾仁福袋云吞等产品兼具品质与性价比;好生活系列倡导健康饮食,严控成分与营养配比;有机系列聚焦高品质有机产品,让绿色生活触手可及。所有产品均源自全球及本土优质产地,经全链路严格品控,实现“好品质不贵,好生活不远”。此外,时令水果遴选升级为“金标果2.0”,优化糖度与质地指标,打造兼具口感、安全与风味的平价水果标杆,品牌还将携手上海滩初代“网红”面包房指定供应商,还原正宗烘焙风味。

华东扩张,加密上海核心区域门店,同步拓展江苏市场。1月24日南京“四店齐开”,跨年期间已启动预热打卡活动;年内还将进驻镇江、扬州,织密华东门店网络。未来,奥乐齐将融合全球品牌基因与本土化策略,以供应链、产品力与门店网络领跑折扣零售赛道,让更多人享受“好品质,够低价”的美好生活。

凭借高性价比与可靠品质,奥乐齐积累深厚口碑,中国忠实消费者形成专属社群“ALDIMANIA”。年末品牌上线主题互动活动,推出马甲包、小票围巾等限量周边,深化品牌文化与消费者情感连接,从单一零售品牌向强归属感社群生态迈进。

2026年,奥乐齐将加速

