

2025-2026上海零售风云榜



关键词:奥运、灯塔、卡脖子

牵手奥运亮相国际舞台、智能工厂打造行业灯塔、自主研发打破国外垄断——2024年的蒙牛，形象更新了、内力更强了。

2024年，蒙牛首次以 TOP 赞助商的身份登上巴黎奥运的舞台，除了协同 18 位火炬手传递“要强”火种，还联合“双奥”导演张艺谋发布《开幕》大片，强势传播品牌主张。奥运期间，蒙牛在塞纳河畔举办“中国之夜”活动，呈现中华文化风采、嘉奖平凡人的要强。

彰显品牌力量的同时，蒙牛也在科技创新领域硕果累累。1月，蒙牛入选工信部“2023 年国家技术创新示范企业名单”，成为乳制品行业唯一上榜企业；6月，

获奖寄语

2025年，蒙牛将继续锚定“再创一个新蒙牛”战略目标，立足大健康、全营养持续培育新质生产力，让丰富多元的乳制品，成为国人高品质生活的必需品。

蒙牛集团总裁 高飞

蒙牛作为主要完成单位提报的“优良乳酸菌种质资源挖掘与产业化关键技术创制及应用”项目获得“国家科技进步奖二等奖”；8月，蒙牛控股的虹幕生物科技(上海)有限公司自主研发的母乳低聚糖(HMO)，获得了美国食品药品监督管理局(FDA)的 GRAS 认证，一举突破国外垄断，解决了行业“卡脖子”难题；12月，蒙牛主办的“2024 年乳业科技及营养健康产业创新大会”，携手科研生态圈和上下游企业共同发布《乳业及营养健康产

业创新中国乳都·呼和浩特宣言》，号召各方以创新驱动，坚守品质、营养、绿色与合作理念，推动乳业及营养健康产业的发展。

在生产领域，蒙牛全球首座全数智化工厂宁夏工厂再获殊荣，成为世界经济论坛(WEF)批准的液体奶“灯塔工厂”。截至去年底，蒙牛更有 37 家工厂获评“国家级绿色工厂”，为实现“2030 年碳达峰、2050 年碳中和”的企业目标打下了坚实的基础。



伊利

内蒙古呼和浩特

伊利文化是健康产品、健康运营、健康愿景三位一体的健康文化。它护航伊利和谐发展，引领行业健康成长，更引擎人类美好未来。

伊利集团稳居全球乳业领先阵营，也是中国规模较大、产品品类较全的乳制品企业。同时，伊利为 2008 年北京奥运会提供服务的乳制品企业；为 2010 年上海世博会提供服务的乳制品企业。在发展历程中，伊利始终坚持“国际化”和“创新”两个轮子，固守“质量”和“责任”两个根本，以高品质、高科技含量、高附加值的多元化产品，赢得了消费者的高度信赖。

伊利将品质视为生命，致力于生产 100%安全、100%健康的乳制品，将质量管理工作战略升级为“质量领先 3210 战略”，聚焦“全球最优品质”，持续升级全球质量管理体系，将严苛的质量管控标

准贯穿于全球产业链，保证零食品安全事件。

国际化是伊利集团的重要战略。目前，伊利在亚洲、欧洲、美洲、大洋洲等乳业发达地区构建了一张覆盖全球资源体系、全球创新体系、全球市场体系的骨干大网。

伊利一直坚持和推动创新战略，已经建立了多个领先的技术研发和产学研合作平台，持续推动行业创新。并紧紧围绕国际乳业研发的重点领域，整合海内外研发资源，开展全产业链创新合作，先后研发和推出了安慕希、金典、QQ 星、畅意 100%、金领冠、畅轻、巧乐兹、伊利牧场以及冰工厂等众多明星品牌，赢得消费者高

度信赖。

伊利始终致力于推动中国母乳研究，引领中国乳制品行业在针对中国人特别是中国母婴营养研究工作上进入了系统化、规范化的发展时代。并且建立更前沿、更准确的母乳成分检测方法，形成具有伊利自主知识产权的母乳科学研究数据。

伊利秉承“平衡为主、责任为先”的伊利法则。2017 年 11 月 6 日，伊利对企业社会责任管理体系进行全新升级，将“健康中国社会责任(CSR)体系”构筑为面向未来的“共享健康可持续发展(CSD)体系”，英文翻译为“World Integ rally Sharing Health”，简称“WISH”体系，意为“美好生活”。



蔻驰 Coach

关键词:真我新奢,自我表达,循环时尚

Coach 将始终陪伴在当代年轻消费者身边，激励生活的每一种可能，鼓励消费者坚定走向表达真我之路。

源自纽约的时尚品牌，Coach 长久以来以精湛工艺享有盛誉，产品涵盖奢华皮具、服饰、鞋履、香水及眼镜等现代配饰与生活方式类产品。以“真我新奢”理念持续与消费者对话，旨在以包容、真诚的精神与创新设计，赋能消费者自信表达。连续七年参与中国国际进口博览会，Coach 见证了与中国市场及年轻一代的“双向奔赴”。

品牌开创性地推出“One Coach”战略，彻底打破零售渠道的传统界限，坚持以消费者为中心，而非以渠道为中心，

获奖寄语

蔻驰(COACH)秉承“真我新奢”理念，将精湛工艺与当代设计相融合，持续助力消费者勇于求真、向心而行，旨在将这份自信表达的勇气拥抱多元的时尚未来。

COACH 亚太及澳新地区市场副总裁兼负责人 张淳瑜(Judy Chang)

致力于让消费者在任何触点都能获得统一、高品质的品牌体验。与此同时，产品策略也从“单季时尚”转向打造经久不衰的标志性系列，让消费者口碑成为定义经典的标准。此外，Coach 通过打造全球旗舰店与沉浸式体验空间重塑零售场景，并成功携手“大白兔”等本土文化符号展开现象级跨界合作，以创新体验深度触动中国 Z 世代。

基于“成为全球最具包容性、最受喜爱的时尚品牌”这一愿景，Coach 不仅将中国视为核心市场，更视其为重要的灵感

源泉。品牌与东华大学的产教合作，堪称这一理念的典范；而“青年画师计划”则将共创维度进一步拓宽，系统性赋能青年人才，让他们的创意反哺品牌，真正实现了“品牌与青年双向成就”的良性循环。

这一切的基石，始终是 Coach “勇于求真”的品牌精神。如今，品牌正通过持续的产品创新与积极的数字化探索，开启与年轻一代更为真诚的对话。这不仅仅关乎商业增长，更是一场源远流长的价值共鸣——赋能每一位消费者与青年勇敢表达真我，共同书写属于这个时代的风格故事。



高择专业运动眼镜店
(新天地店、前湾联友路店)

关键词:运动时尚、专业验光

Ready to gozem! 戴着眼镜去运动

高择专业运动眼镜店是百联集团旗下三联公司的创新品牌，聚焦中高端运动眼镜市场空白，以“运动时尚+专业验光”双核驱动，构建“零售+体验”的服务空间。

高择秉持“戴着眼镜去运动”的品牌理念，依托三联光学中心的专业背书，让专业光学解决方案与运动生活方式的有机衔接，打造兼具专业性能与时尚表达的运动装备新范式，重新定义运动眼镜消费场景。

获奖寄语

全民健身浪潮中，高择以“专业+时尚”破局，将运动视觉需求升维至场景化解决方案，用科技与美学重构运动眼镜新生态，为行业树标杆，为运动者启新章！

上海三联(集团)有限公司党委副书记、总经理 辛觉慧

展示区，直观传递技术革新。更推出“运动友好眼镜补给站”，为跑者、骑友等提供免费清洗、调整及家庭式验光，并与运动俱乐部签约，护航竞技安全。

2026 年元旦，高择助力第十二届“蒸蒸日上迎新跑”，以专业光学技术助跑者“看得远、跑得燃”，让运动眼镜从功能单品升级为“第二装备”，为赛事注入高燃活力，续写“专业守护，运动无界”的新故事。

2026