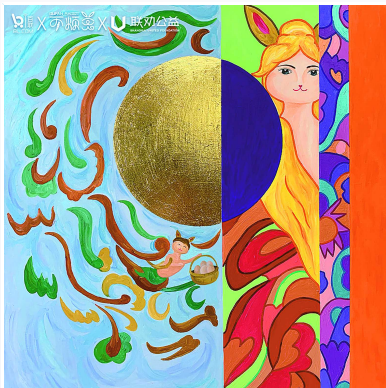


i百联数智化公益之旅 让爱意与慈善跨越时间



让偏远乡村地区的孩子得到充分的蛋白质保障，让爱意与慈善跨越时间与空间在全社会流动，是i百联在这个新年格外关心的事。作为国企百联集团旗下聚焦本地生活的数字平台，i百联在兔年新春，携手“不烦兔”IP创始人、知名艺术家罗晶晶和“一个鸡蛋”项目发起方上海联劝公益基金会，发布“生生不息”、“日升月恒”2款新春公益数字藏品，旨在为偏远乡村地区的孩子优化膳食结构，以冬日温暖开启孩子们新的一年更加明亮和美好的生活。

此次i百联新春公益活动中，“生生不息”和“日升月恒”2款数字藏品取用“不烦兔”系列作品中《春生》、《日与月》展开创意设计，色彩鲜亮、充满生机的藏品画面，蕴藏了i百联对乡村地区孩子们最真诚的关心，同时也凸显了i百联致力成为美好社会+1力量的坚定决心。在联劝公益项目负责人看来，

此次i百联新春公益数字藏品运用备受当年轻一族期待的数字化形式，在为公益扩充年轻受众的同时，也创造了公益项目更多的可能性。

近年来，随着百联品牌全面焕新行动的推进，公益化、艺术化、数字化等一系列全新的品牌标签日渐深入消费者心智。i百联新春数字公益项目负责人表示，此次活动，选择艺术IP“不烦兔”进行数字化再创作，除了增加兔年新春元素之外，还基于对“不烦兔”专注美而不烦的生活理念的考量，希望借助“不烦兔”向偏远乡村地区的孩子们送出不断、幸福的新春祝福。而上海联劝公益基金会“一个鸡蛋”项目经过十余年的积累和沉淀，已经成为具有社会知名度和影响力的公益IP。此次三方合作，是集聚各方优势资源，传递社会温度的创新尝试。

大白兔推出点亮城市计划 癸卯兔年点亮东方明珠

2023 卯兔年，秉承“快乐分享”的品牌理念，践行“新的一天从光明开始”的使命。大白兔推出「快乐无界大白兔」兔年主题快闪活动，点亮城市、点亮新的一年希望与快乐。

即日起至 2023 年 2 月 15 日，大白兔携手上海城市明星地标东方明珠广播电视塔，联合呈现“大白兔点亮东方明珠”新春活动，希望在兔年之际，用快乐和甜蜜来点亮城市精神，赋能城市文明建设，带动老字号品牌的传承与创新。

此次大白兔与东方明珠的携手，推出了“大白兔 x 东方明珠”跨界奶糖礼盒，在原味的基础上增添咖啡和红豆两种新口味。不仅凝聚了大白兔的快乐记忆与东方明珠的文化情怀，也无疑是一份极富匠心的上海礼物，秉承着品牌年轻化战略，双向赋能，这是属于大白兔与东方明珠的“双向奔赴”。

两个善于把握时代脉搏、积极拥抱变化与潮流的上海品牌，通过这样一场打破次元壁的跨界合作，强强联合，传承上海城市文化与经典，也为打响“上海服务”、“上海制造”、“上海购物”、“上海文化”四大品牌贡献出一份坚实力量。同时，通过“大白兔点亮东方明珠”主题活动，双方合力，用绚烂的灯光点亮上海、为这座城市带来了别样的视觉冲击，展现出企业与城市互动互融、赋能城市精神文明建设的全新模式。

近 1000 平米的大白兔新春游园灯会，不仅有首次亮相的京剧大白兔装置和丰富的游园打卡场景，更是在春节、元宵、情人节带来了有趣有料的活动，希望给游客和市民带来一个甜蜜快乐的新春佳节。本次活动，大白兔还在东方明珠的零米大厅开设了快闪店，正式首发与光明乳业的 2023 跨界新品，为消费者带来从身心到唇齿的幸福与甜蜜。



French House 味蕾旅程 点亮法式意趣生活

日前，法国农业与食品部推出法国美食国际推广项目 Taste France，引领美食爱好者们体验了一场别具法兰西风情的味蕾旅程。专注于美食美酒推广的 SOPEXA 中国区总经理 Richard Krystkowiak 介绍，活动希望向中国消费者展示法国的美食美食和法式文化，带给中国消费者一个沉浸式的体验。同时，通过法国的美食美酒，和中国的食谱进行一个巧妙的混搭融合，可以让两种文化有更多的一些交流跟对话。

Taste France 一直致力于分享自然、本真的法国味道与丰富多样的优质法国美食，全天候 5 场定制的明星品牌 Workshop，让嘉宾们从早到晚，沉浸式感受法式生活，切身体会法式美食带来的满足感与曼妙滋味：法式手工传统面包店 PainChaud 百丘品牌以维纳西里面包与乡村面包为主，制作多款经典法式早餐，开启元气早晨；百年时光沉淀诺曼底乳制品经典 Isigny 伊斯尼，带来了明星奶酪与乳制品；萦绕醇酿清香的 JP. CHENET 香奈品牌午餐，以葡萄酒主角，在大厨的出色烹饪技艺下展现法式美酿的绝佳实力；下午趣味飞扬的 DIY 互动，嘉宾们在欧洲水果



加工行业领导者 Andros 安德鲁引导之下，亲手制作巧克力树莓塔和草莓班戟小蛋糕，让缤纷新年愈加甜美；还有源自法国的欧洲领先熟食品牌 Aoste 欧食特，介绍美味诱人的系列产品法式干香肠，进行美味创意的冷盘制作。

随着中国消费者消费升级，Richard Krystkowiak 介绍在中国市场需求量最大的，一个是葡萄酒、以及烈酒等，另外就是奶制品和乳制品。目前，法国的这些食谱正在和中国食谱进行融合对接，很多餐厅也在做这方面的尝试，将一些中国特色的调料和法式菜肴进行一个混搭。

蒙牛为上海养老护理机构 捐赠营养物资

结合老年人的普遍情况和实际需求，全面调动各子公司力量，为老人捐赠 5348 箱蒙牛纯牛奶，作为“康护有我”公益行动首批爱心物资，驰援养老护理机构。

蒙牛与真爱梦想成立工作组，从需求整合、产品备货、数量分配、物资装车、物流运输、物资分发，双方在每个环节都配合得有条不紊、迅速高效，圆满落实了此次物资捐赠工作。截至目前，该批物资已装车完毕，陆续送达位于全上海的 811 家养老机构和 13 家护理院。

据了解，2022 年上海疫情期间，蒙牛及旗下妙可蓝多、每日鲜语、冠益乳低温酸奶，以及合作品牌鲜非乐等全力驰援上海，向抗疫一线及养老院、儿童福利院以及各大高校等机构多批次捐赠物资，为打赢上海保卫战做出了重要贡献，充分彰显了乳业“国家队”的社会企业的责任与担当。



国潮主题市集拉满兔年氛围 上海世茂广场玩转“新春季”

日前，“SSS 集”新春潮市活动热闹开市，将极具新春仪式感的市集引入商场内，打破空间局限，对话传统文化，为本土消费者与来沪游客带来“SSS”级别的新春游玩绝佳去处。

步入上海世茂广场 L3&L4 楼层，新年气氛扑面而来。潮市以“新年红”为基调，融入斗拱、灯笼、扇子等中华美学元素，复刻了一座原汁原味的中国传统市集。

猫舍、兔子花灯、窗花剪纸……一系列传统摊位瞬间将顾客拉回儿时记忆。本次潮市活动汇聚了近 20 个特色摊位，涵盖传统工艺、传统美食、潮流文创、手作饰品等，好吃、好玩、好逛。如果你是文创爱好者，一定不能错过世茂海上丝绸之路博物馆和故宫博物馆所在摊位，琳琅满目的文创产品让消费者们目不暇接，也为“魔都潮流枢纽”注入了满满国潮活力。

随着国潮文化的兴起与中国力量的崛起，越来越多

“Z 世代”对中国传统文化产生了浓厚的兴趣与认同感。作为商业空间潮流引领者的上海世茂广场，选择以一场别致热闹的潮市活动喜迎新年，尽显“魔都潮流枢纽”与传统文化的“破圈”相拥之美，激发年轻人的文化自信与自豪感。

今年，上海世茂广场仍将持续探索“Z 世代”年轻化生活方式与实体商业的结合方式，聚力打造多元文化输出平台、价值认同的消费场景，以新动能引领商圈加速走进“消费春天”，唤醒城市久违的盎然生机。