

ZONA20 MILANO

2025 秋冬系列“永恒之诗”全新呈现

“永恒”不是静止的符号，而是流动的可能。意大利慢时尚品牌 ZONA20 MILANO（第二十区）2025 秋冬系列“永恒之诗”（Timeless Tale）新品预览活动在上海举办，以作家马尔克斯笔下的魔幻诗意为引，将文字的浪漫与哲思编织成可穿戴的时光诗行。该系列以四大篇章为脉络：首章“文明溯源”以中世纪简朴美学为底色，垂坠天然织物缀图腾暗语；次章“吉普赛之歌”致敬探索精神，部落印花经前沿纳米技术重塑，展现全新姿态；第三章“黑暗文明”采用天然纹理绵羊皮皮革与 100% 初剪羊毛交织，通过无性别设计消融了刚柔界限；终章“归于尘埃”以未来先锋美学落笔，镂空设计、层次构造与实验性面料等共融匠心工艺。与此同时，ZONA20 MILANO 将可持续发展渗透进每一寸肌理，可持续的选材与工艺，让经典穿越潮流周期，慢时尚美学在岁月中沉淀出更厚重的生命力。



52TOYS

自有潮流 IP 矩阵亮相 QDF 潮玩展

在上海新国际博览中心举办的千岛 QDF 潮玩卡牌展上，52TOYS 带来了一场主题为“Sunshine Bistro”的盛会。风格迥异的 NINNIC 重磅登场，与 2022 年推出的 NOOK 共同组成 52TOYS 潮流 IP

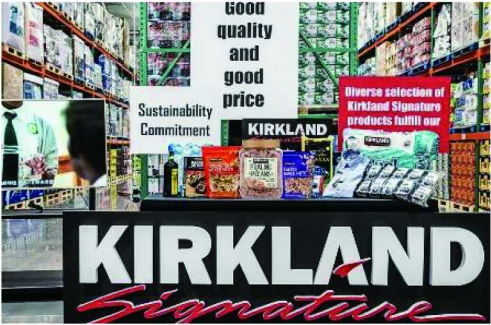
矩阵，集中展现了 52TOYS 布局自有潮流 IP 的阶段性战略成果。现场，52TOYS 沿用了玩心展的“海洋”设计理念，采用椰子树、鲨鱼、冲浪板等视觉元素，打造出一座充满度假氛围的海岛。此次推出的两款 CiCiLu 潮玩——“是乖仔吧”大体手办和“友谊的小船”萌粒手办，生动地讲述着海洋小信使者 CiCiLu 穿梭岛屿之间、为人们传递心愿、秘密和思念的故事。与此同时，Pouka Pouka 带来的是“喝杯咖啡吧”大体手办，小男孩 NOOK 则通过 100% 限定吊卡“咖啡续命”、150% 限定款“奶呼呼”和 200% 限定款“芭呐呐”展现出不同的生活横切面。从此前推出的 NOOK、Sleep、Lilith 等，到今年陆续推出的 CiCiLu、Pouka Pouka、NINNIC，52TOYS 旗下潮流 IP 热烈的市场反馈，印证了公司精准捕捉当代年轻人审美趋势，及通过创意产品打造原创 IP 的能力，给予玩家温暖的力量。

小马宝莉

“友谊盛典”启幕，共绘友谊新篇章

在国际友谊日到来之际，全球玩具与游戏巨头孩之宝公司（Hasbro Inc.）旗下小马宝莉（My Little Pony）品牌在上海潮流地标——TX 淮海 | 年轻力中心隆重举办“小马宝莉友谊盛典”启幕仪式。此次小马宝莉友谊盛典活动将持续一个月的时间，经典优雅的复古小马、风靡的第四代小马与活力的第五代小马将跨世代同聚，共同开启全新的“小马宇宙”。

在启幕仪式现场，孩之宝公司大中华区授权消费品负责人钱静女士揭晓了诸多重磅首发合作项目及亮点：携手知名腕表品牌卡西欧（CASIO），推出的联名 baby-G 系类腕表；同 KADER & SOCIAL TALENT 两个品牌合作的时尚饰品系列，一齐将小马宝莉带到了上海时装周等；名创优品作为孩之宝的授权及零售伙伴，在友谊盛典活动期间在上海全城 30 家门店同步上线活动，并将于 7 月推出新系列的联名产品。本次小马宝莉友谊盛典更是 2023 年小马宝莉 40 周年艺术展的延续，众多艺术家与艺术易购联手打造的设计作品，将 IP 的时尚延展属性体现得淋漓尽致。



Costco 开市客

王牌科克兰 30 年沉淀“质价比”

1995 年，Costco 开市客通过成立自有品牌的方式，来应对主流品牌商品价格持续上涨的趋势，从而确保以合理价格为会员提供高品质产品。为方便消费者辨识，Costco 开市客将旗下自有品牌统一标签，并用曾经的总部所在地命名——科克兰（Kirkland Signature）由此诞生。历经三十年的发展，科克兰在产品品质与价格竞争力上不断精进，为 Costco 开市客的会员提供价值和品质，印证了公司“以合理价格提供高品质产品”的承诺。比如，面对消费者担心超量添加保水剂等食品安全问题，科克兰严格筛选供应商并确保产品可追溯，其冷冻虾仁全系列产品均不含保水剂，生虾仁烹饪后也饱满弹牙。Costco 开市客通过“严选商品 + 自有品牌”的组合，确保会员安心购入高品质产品，其“优质 + 优价”模式所驱动的高复购率，不断在中国市场验证其成功价值。



ITO

官宣旅行生活方式代言人卢昱晓

2025 年，旅行生活方式品牌 ITO 迎来 18 周年里程碑，围绕“我去无限”主题呈现灵感大片，并欣然宣布演员卢昱晓成为品牌旅行生活方式代言人。这位在荧幕与旅途间自由穿梭的探索者，以松弛独立的姿态漫步世界，恰与 ITO“崇尚多元化、鼓励创造性、尊重独特性”的品牌基因自在共鸣。在“我去无限”灵感大片中，卢昱晓手拖 PISTACHIO 2 STRIPED TRUNK 开心果系列行李箱，背着 TRUFFLE2 松露系列双肩包，以“掺掺”这一别具特色的意象为起点，开启了一场探索未知的奇妙之旅。卢昱晓表示：“非常高兴能够和 ITO 携手，让我能够将这份时时‘去往无限’的勇气，传递给更多人。”从 2007 年创立于上海，到 2013 年荣获德国红点设计大奖，ITO 一直坚持“无形简约美学”，致力于为旅行者提供喜欢、好用的产品，寻求一种更自在的旅行方式。ITO 于 18 周年之际，呼吁更多人即刻从我出发，换个角度，开启无限探索，最终抵达更多可能性。