

## 妙可蓝多发布“13434”生态战略

日前,妙可蓝多合作伙伴发展大会在上海临港文化中心举行,以“聚力启新程,妙绘新蓝图”为主题,庆祝“中国奶酪第一股”成立十周年。蒙牛集团副总裁、妙可蓝多董事长陈易一,妙可蓝多总裁蒯玉龙等嘉宾,与三千余名经销商、导购员代表及员工齐聚一堂,共话产业发展。

陈易一强调,在蒙牛全力赋能下,妙可蓝多将接入其全球奶源、研发、生产、渠道等资源,实现“1+1>2”的协同效应。蒯玉龙则发布未来五年“13434”生态战略,提出打造中国首家奶酪生态型企业,同时官宣妙可蓝多成为2026年FIFA世界杯全球官方奶酪。

“13434”战略以消费者为中心,锚定百亿营收目标,聚焦三大品类、构建四大营养体系,以三大业务为增长引擎,打造四大核心能力,旨在推动企业从产业链链主升级为网络中心化企业,联动全产业链伙伴共建生态、共享红利,赢得经销商广泛认可。

会上,妙可蓝多相关负责人解读了2C、餐饮端战略,强调“ToB、ToC 双轮驱动”,强化品牌心智。30名金牌导购代表登台,分享一线坚守故事,彰显品牌“家人”文化。

此次大会标志着妙可蓝多从“企业领奏”向“产业



合唱”转型,依托蒙牛赋能、生态战略及顶级IP加持,妙可蓝多将引领中国奶酪产业迈向千亿规模,开启高质量发展新征程。

## 金茂大厦 88 层观光厅激活夜间经济

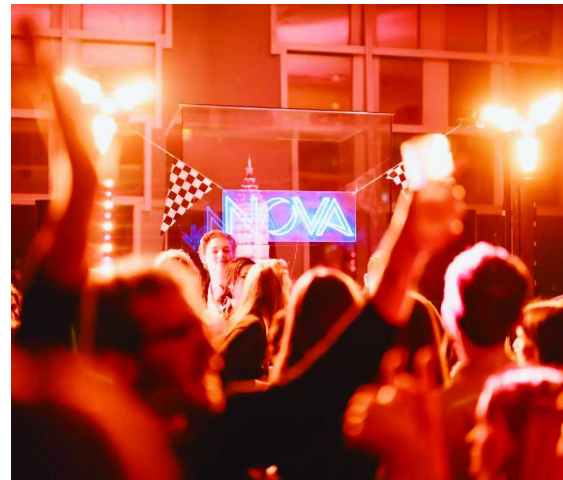
日前,浦东陆家嘴金茂大厦 88 层观光厅举办“POLE POSITION”决赛前夜派对,在 340 米高空融合高空观光、国际电音、赛车文化与社交体验,展现中国城市夜间经济活力与开放姿态,也是上海建设国际消费中心城市、打造“中国入境游第一站”的创新实践。

作为浦东开发开放地标,金茂大厦跳出传统观光模式,以“赛事经济+高空体验”打造新型消费场景,通过“门票+酒水+体验”模式,将赛事流量转化为文旅消费增量,精准响应发展夜间经济、培育消费新增长点的政策。

随着我国免签“朋友圈”扩容,金茂大厦 88 层作为境外游客必到之处,以场景革新展现中国魅力。本次活动邀请多国国际 DJ 登台,吸引在华外籍人士、入境游客及本土年轻群体相聚,以音乐为媒搭建民间国际交流平台,传递中国城市的包容与活力。

上海正全力打造“中国入境游第一站”,本次活动以赛车元素布置沉浸式场景,推出定制酒单、VIP 套餐及多层次票价体系,门票含赠饮,形成“体验—消费—复购”良性闭环。2025 年上海接待入境游客超 600 万人次,此类高品质夜间活动成为吸引国际年轻客群、提升消费频次的重要抓手。

据悉,本次派对是金茂大厦年度创新活动的开端。未来,其将围绕“观光+”战略,推出艺术展览、时尚发布等更多活动,打造“云端经济”样板,以地标转型折射中国城市发展韧性,向世界讲述开放、活力的中国故事。



## 上海持续打造外资投资首选地

第 42 批跨国公司地区总部和研发中心颁证仪式于日前举行,向 30 家跨国公司地区总部、15 家外资研发中心颁发了证书。

此次获颁证书的跨国公司地区总部和外资研发中心,大多来自生物医药、集成电路、高端装备、汽车、时尚消费品等上海重点发展产业领域。领军企业多,8 家世界 500 强企业设立地区总部或研发中心。能级水平高,包括 4 家亚太区总部、4 家大中华区总部、3 家事业部总部和 1 家全球研发中心。

2025 年,上海新设外资企业超过 6300 家,同比增长 6.8%,实际使用外资超过 160 亿美元,新认定跨国公司地区总部 60 家、外资研发中心 45 家,至今年 2 月,累计分别达到 1084 家、647 家,上海仍是外商投资的首选地之一、是跨国公司全球产业链和供应链布局的首选地之一。

今年是“十五五”开局之年,站在新起点上,上海将持续打造制度型开放高地,持续优化国际一流营商环境,支持外资扩大在沪投资,提升跨国公司地区总部和外资研发中心能级,拓展研发创新、财务管理、供应链管理等功能,进一步立足上海、布局全球,实现更好更大发展。



## 百事集团旗下品牌 Sting 唤能进入中国



在中国式现代化建设中,“数字青年”“斜杠青年”等新一代奋斗者兼具机遇与能量提振需求。百事集团旗下 Sting 唤能正式进入中国市场,同步与 F1 达成深度合作,

并在上海北外滩举办上市发布会,中国首位 F1 车手周冠宇亲临现场,将赛道专业势能转化为日常“即刻唤能”体验。

Sting 唤能以“能量汽水”定位突破传统品类边界,融合汽水劲爽口感与能量饮料属性,添加 B 族维生素与人参成分,精准匹配当代青年多元生活需求。百事国际饮料姚炜炜表示,恰逢百事入华 45 周年,Sting 唤能上市是深耕本土的重要里程碑,将全球成熟产品力与中国市场洞察结合,带来全新饮用体验。

作为风靡亚洲、东欧的成熟品牌,Sting 唤能呼应当代青年奋斗情绪,以劲爽口感与充能属性,陪伴其考试、工作等关键场景。同时,品牌通过红色视觉、独创听觉符号,打造全方位感官体验。

与 F1 的合作及周冠宇的代言,强化了品牌精神与本土共鸣。F1“毫秒级决胜”理念与品牌“即刻唤能”内核高度契合,周冠宇的逐梦经历为品牌注入中国叙事,搭建起与年轻消费者的情感连接。

Sting 唤能锚定青年奋斗场景,发布会现场展现了校园新生代、城市新蓝领等青年缩影。百事姜海英表示,品牌将以创新产品满足青年功能与情绪需求,成为其生活赛道的唤能伙伴。此次入华,既是百事深耕中国市场的体现,也是对消费趋势的前瞻布局。

## RortiX 全球首秀“翼展新章”

2026 年作为中国低空经济迈向常态运营的元年,科技品牌 RortiX 在上海新国际博览中心 E7 追觅馆,举办“RortiX Dream Fly- 翼展新章,X 领苍穹”主题活动,全球首秀其“AI+ 具身智能”全场景飞行生态,宣告 AI 定义的低空飞行时代到来。

此次活动恰逢政府工作报告将低空经济定位为“新兴支柱产业”,RortiX 的首秀既是对国家战略的响应,也是“十五五”开局之年为低空经济注入的强劲动能。活动通过裸眼 3D、真机展示、动态飞行等环节,为观众打造沉浸式未来飞行体验。

作为全球领先的智能飞行机器人品牌,RortiX 此次完整呈现全场景飞行生态,涵盖 1 款 eVTOL、1 款明星飞行机器人及 5 款 RX 家族产品,并揭幕与清华大学共建的



“X 实验室”,构建产学研闭环,同时推出双重适航体系保障产品安全。

活动设置四大首秀板块,eVTOL 真机首次公众展出、明星产品完成“盲飞”挑战,直观展现 AI 自主飞行技术实力;七大必看亮点则全方位解码其硬核技术,涵盖氢能无人机、超高层灭火机型等特色产品。

展会期间,RortiX 收获资本青睐,四场签约累计达成 40 亿元产业基金规模及 2000 万元产品订单。未来,RortiX 将加速 eVTOL 适航取证与全球商业化布局,以核心技术引领低空经济全领域发展,勾勒 AI 与物理世界融合的未来蓝图。

