

北外滩变身限时潮流地标



五一黄金周，北外滩成为上海活力焦点，新晋潮流地标 SMP 上海白玉兰广场强势“出圈”，以一场限时 4 天的“街头潮流嘉年华”，点燃全城年轻势力。与此同时，2026 上海国际咖啡文化节、2026 上海虹口花卉节同期登陆，三股潮流交汇，让假日热度再攀高峰。

嘉年华现场，60+ 潮流摊位云集，涵盖潮流服饰、原创品牌、二手古着等多元品类。摊主们身份各异，有乐队主唱、网络博主、独立设计师，个个个性鲜明。巨型涂鸦电视机、复古洗车站等装置，洋溢着年轻街头气息。两位涂鸦艺术家 XER 雪儿与 Lucky Lasagna 亲临现场创作，涂鸦元素随处可见，张扬又吸睛。

今年五一，北外滩滨水区域人流突破 100 万人次，创历年新高。SMP 潮流嘉年华与咖啡节、花卉节形成强大合力，让白玉兰广场成为活动交汇枢纽，一站式体验让年轻潮流能量全面释放，激活了虹口滨江的城市活力。

SMP 上海白玉兰广场正加速向年轻力潮流地标转型，作为北外滩标志性商业综合体，有潮流运动空间和观景台加持，承接文旅资源，辐射滨江客流，未来必将成为年轻人来北外滩的必访第一站。

中山公园龙之梦点亮夜经济

作为上海“五五购物节”重要部分，长宁区紧扣“文商旅体展”融合主线，推动重点商圈提质扩容。中山公园龙之梦商场推出系列活动，打造城市消费新地标，彰显长宁担当。

活动期间，龙之梦商场消费者全场消费满 550 元，可获赠价值 550 元的“中山公园 + 龙之梦 1 日游套票”，涵盖多个沉浸式体验项目，覆盖多元场景。此举降低市民“微度假”门槛，将购物与城市休闲深度绑定，实现消费场景延伸，是长宁区推动消费供给侧结构性改革的缩影，为区域经济增长注入动力。2025 年，龙之梦整体销售额达 135 亿元，日均客流 20 万人次，成为促消费标杆。

“百姓大舞台点燃夜间消费，构筑城市温暖烟火气”。夜间经济体现城市活力与民生温度。今年购物节，龙之梦创新推出“龙之梦夜市大舞台”，免费开放，人人可登台展示才艺，有机会赢取大奖。该舞台丰富了夜间消费场景，将夜间经济从“消费行为”升级为“文化体验”，推动区域夜间消费体系化、品牌化发展，也是社会治理的柔性延伸。此外，商场四楼游戏街区推出“免费玩游戏兑好礼”活动，丰富夜间消费供给。

“AAA 级景区嵌入商圈，打造‘可游可购’新地标”。长宁区推动商旅文体融合，支持商业体向文旅场景延伸。2026 年 1 月，龙之梦“IP 潮玩乐园”获评国家 AAA 级旅游景区，EX 机器人剧场吸引大量游客打卡。同时，长宁区培育“中山公园 + 龙之梦”一日游精品路线，提升商圈文旅附加值，回应市民对高品质休闲生活的向往。

中山公园龙之梦以文商旅体展深度融合为路径，在 2026 年“五五购物节”展现活力与担当。未来，长宁区将继续支持商圈创新，打造优质场景，为上海建设国际消费中心城市贡献力量。

港汇恒隆以艺术奔赴浪漫之约

在一片红色华丽场景中，音乐剧《梦断花都》世界巡演卡司登陆上海。剧中男女主角维瑞蒂·汤普森与内特·兰兹克罗纳唱响《Firework》《Roxanne》，点燃全场，拉开上海港汇恒隆广场 2026 “LOVE OUT LOUD 全城猎爱” 520 特别活动暨恒隆成立 66 周年庆的序幕。

活动期间，商场化身炙热主场，打造沉浸式红色绮梦之旅。外广场“寻爱迷径”复刻红磨坊风车装置，设迷宫探索真



理、美丽等命题；北座一楼“乐动 CAN-CAN”跳舞机，可挑战舞王舞后赢取入场券；南座二楼“定格心动”照相馆，用限定相纸定格炽热瞬间；内街“鎏金幸运屋”让顾客抓住幸运；南座三楼“绮丽珍宝屋”，完成三站任务可兑换限定周边。商场观光电梯也以《梦断花都》主题焕新装点。

每年 520，上海港汇恒隆广场都带来重量级演出与浪漫体验，传递“爱”的力量，成为承载温情与爱意的理想空间。



伊利三十而“励”，以“三价融合”绘就可持续发展新蓝图

2026年，是“十五五”规划的开局之年，也是伊利集团上市 30 周年的里程碑时刻。面对科技迭代、产业调整与气候变化等全球性课题，伊利给出了自己的答案：实现社会价值、商业价值和资本价值的“三价融合”，以此作为企业可持续发展的核心要义。

伊利集团董事长兼总裁潘刚表示：“对于一家健康食品企业而言，‘三价融合’的最终指向，就是守护人的需要，服务社会的发展，敬畏自然的规律。”

守护人的需要：
从基础营养到精准健康

品质的意义，不仅在于实验室里的数字，更在于每一个生命的真实感受。为回应不同年龄、不同体质人群的营养需求，伊利持续深耕科研领域。截至目前，已累计获得国内外专利授权 5585 件，其中发明专利授权 1049 件，并将科研成果不断转化为更优质的健康产品。

在奶粉业务方面，伊利已形成强大竞争力。2025 年，公司奶粉整体销量稳居中国市场第一，婴幼儿奶粉夺得中国市场份额第一。针对乳糖不耐受人群，伊利历时四年研发 0 乳糖奶粉；借鉴中医“药食同源”理念，开辟养生乳品新品类；针对老年人健康痛点，推出高钙易



吸收、低 GI 等精细化营养方案。除了产品创新，伊利更聚焦“一老一小”等特殊群体，开展营养改善、心理关怀与健康支持项目，并依托“伊心向阳”志愿者团队，通过“近场景公益”的方式，将营养与服务精准送达需要的人身边。

服务社会的发展：
跨界协同，生态共治

企业的成长，只有嵌入社会发展的时代坐

标中，才有更加坚实的未來。当前，人口老龄化等社会议题日益复杂，“跨界协同、生态共治”正成为新趋势。

伊利紧密围绕国家“健康中国”“乡村振兴”等战略，一方面通过产业合作、技术支持与产业链金融等方式，与合作伙伴共享发展成果。2025 年，伊利为产业链伙伴提供融资支持 249.25 亿元。截至 2026 年 2 月底，累计提供资金扶持超 2000 亿元。

另一方面，伊利跨界联合腾讯、联想等头部企业，发起成立“可持续社会价值生态圈”，以协同机制系统性回应社会议题。“当更多力量汇聚在一起，改变才会发生。”潘刚强调。30 年来，伊利累计缴纳税款超 800 亿元，创造数十万个就业岗位。

敬畏自然的规律：
绿色发展融入经营全过程

面对气候变化、生物多样性丧失等挑战，伊利将绿色发展深度融入经营全过程。“我们在 2012 年就已实现碳达峰，并承诺在 2050 年前实现全产业链碳中和。”潘刚透露。

截至目前，伊利已建成 45 家国家级“绿色工厂”、1 座碳中和牧场及 4 座低碳牧场。在生态保护方面，伊利开展了保护亚洲象、种植梭梭树等“伊利家园行动”。2026 年，是伊利签署联合国《企业与生物多样性承诺书》10 周年，伊利正以实际行动回应全球环保公约的号召。

新五年战略：
三大增长曲线打开新空间

站在上市 30 周年的新起点，伊利已规划好未来五年的发展方向。潘刚披露，未来伊利将围绕 ToB 乳制品深加工、成人营养品、国际化这三大核心方向，打造新的增长曲线。

在乳品深加工方面，伊利计划未来五年实现国内与国际市场“双百亿”规模突破。成人营养品业务将围绕基础营养、功能营养及专业营养三个层次搭建产品体系。国际化方面，伊利产品已登陆五大洲 80 多个国家和地区，未来将持续深化布局。

根据规划，2026 年伊利计划实现营业总收入 1215 亿元，利润总额 136 亿元。一季度公司营收、扣非归母净利润双双再创新高，实现“开门红”。

三十而励，载恩前行

过去的 30 年，是中国乳业实现“从追赶到超越、从引领到定义”的 30 年，也是伊利与中国经济腾飞同频共振的 30 年。30 年间，伊利营收增长超 500 倍，盈利规模跃升超 700 倍，市值提升近 400 倍。

“展望未来，我们深知一家企业存在的意义，不仅在于自身的强大，更在于为世界创造了多少真实的美好。”潘刚表示，伊利将继续书写“全面价值领先”的责任篇章，向着更加可持续的未来，阔步前行。

文/李悠然

