

# 水乡古镇奏响文旅融合新乐章

## 第二十九届“同里之春”文旅推广活动启幕

最美人间四月天，文化深厚之地、著名江南水乡同里古镇，于本月26日，举办第二十九届“同里之春”文旅推广活动，并于4月18日在同里湿地公园澄湖畔举办了开幕式。本届“同里之春”紧紧围绕“文化保护传承、文旅创新发展”两个关键词，充分诠释“世界同里”的新内涵。

整个活动设有第17届同里油菜花赏花活动、退思园140周年纪念系列活动、“竹”够有趣畅玩湿地春笋季主题活动、番茄小说网红作家书画邀请展、第39届“同里杯”中国围棋天元赛挑战赛、“探湿地寻飞羽”同里国家湿地公园摄影展、第四届“探湿地寻飞羽”观鸟大赛、



2025“同里之春”长三角地区评弹演唱会、中法“遗产之村”——青年学术驻地计划等。

苏州吴江同里，自宋元起就是江南重镇，物阜民丰、文教兴盛，是国家5A级旅游景区、中国历史文化名镇，拥有世界文化遗产——退

思园。近年来，以文旅融合丰富和完善产业链条，加强项目建设，促进消费扩容，先后培育出现代农业、湿地公园等6张国家级名片，实现了千亿级产业与千年历史文化交相辉映、现代化园区与田园式生活和谐相融。

“同里之春”活动已经成功举办28届，持续唱响“江南水乡，世界同里”品牌，着力构建与水共生、淡雅精致的“新江南”风貌是其目标。当地加快打造“最文化”“最生态”“最宜居”的具有世界影响力旅游目的地，依托宝贵的物质遗存和精神文脉，不断拓宽文旅消费增长空间，围棋天元赛、暮鼓晨

钟、油菜花节等活动常办常新，古镇水上夜游、直升机观光、机器人大赛等业态首发首秀。2024年，古镇游客实现两位数增长，接待外宾数量增长3.6倍，带动文旅消费近20亿元，今年一季度，已接待游客超130万人次。作为省级生态文明建设示范镇，同里以绿色发展理念引领乡村振兴，特别是聚焦环澄湖协同发展，统筹推进河湖生态、绿色农业等方面重点项目建设，走出了一条生态和旅游深度融合发展的新路子。以同里国家湿地公园为例，这里的生物多样性保护成效显著，湿地鸟类从最初的91种增加到244种，人与自然和谐共生的美丽图景正在加速绘就。

### 八面来风

责任编辑：颜静燕  
邮箱：yanyanan-gela@sina.com  
热线电话：22897274



### 美国进口芝士粉面临断货 国产「平替」爆发 华东最大奶酪生产基地全力加大产能

“这几天我的手机快被打‘爆’了”，电话那头，上海乐芙娜食品科技有限公司总经理李如兵告诉记者，受到对美进口商品加征关税的影响，从上月开始，公司不断接到求购国产芝士粉的电话，“最近客户咨询和订单量激增，让我们有些应接不暇。”

乐芙娜奶酪工厂位于松江小昆山镇，是目前国内奶酪产品种类最为齐全的生产基地，产品系列涵盖原制奶酪、再制奶酪、成熟型干酪、干酪制品等。“根据市场反馈，目前受加征关税影响较大的是一款美国进口芝士粉，同类产品恰好也在我们的产品线中，完全可以‘平替’”，李如兵透露，“据不完全统计，去年中国市场上这款美国进口芝士粉的需求量在500—600吨，乐芙娜的产能可基本满足。”此外，乐芙娜生产的2款白青霉成熟奶酪（卡蒙贝尔奶酪、布里奶酪）也达到了欧洲进口同类产品的标准，并具备了量产能力，未来有望替代进口产品。据悉，作为国内首家能同时生产上述奶酪产品的企业，乐芙娜已投入运营的生产线正全力加大产能，预计下月将全面上市，届时将有力填补国内奶酪消费市场的缺口。

从2022年8月开工建设，历经2年多，如今5万多平方米的标准厂房、设计产能2万吨的奶酪生产线已建成投入使用。新工厂的顺利运行，源于乐芙娜在奶酪行业多年的积累。2004年，李如兵的父亲、乐芙娜董事长李天福创办了专门从事奶酪制品进口的贸易公司“中厨”，其销售的奶酪源自全球20个国家和地区，种类多达150个，通过1200家经销商组成的销售网络覆盖全国20个省市，成为国内较大的奶酪进口经销商之一。

多年从事进口贸易积累的海外技术资源和客户基础，为乐芙娜奶酪生产国产化提供了技术储备和市场支撑。李如兵介绍，技术方面，乐芙娜引进了美、意、德、法同款先进奶酪生产设备，并邀请欧洲资深奶酪专家带队研发；市场方面，与多家知名商超连锁供应商及国内食品企业代理、批发商形成稳定合作关系。

李如兵表示，此次加征关税是中国对美国单边关税措施的反制，虽然短期可能对中美奶酪贸易造成一定影响，但从长期来看，也为中国奶酪产业转型升级提供了契机，特别对头部企业提升产能具有积极意义，有望促进中国原制奶酪的快速发展。

记者 颜静燕

## 江苏如东：65位艺术家的精品力作亮相中国美术馆

近日，由江苏省南通市人民政府主办，中共南通市委宣传部、南通市文化广电和旅游局、中共如东县委、如东县人民政府承办的“如东县美术书法作品晋京展”在中国美术馆举办。本次展览以“薪火赓续翰墨耕海”为主题，集中呈现如东县65位艺术家的67件精品力作，是如东县首次以县级创作群体名义在中国美术馆集体亮相，向全国观众全景呈现江海文化的独特魅力与新时代基层文艺创作的蓬勃气象。

全国政协副秘书长、民盟中央副主席、中国美协副主席、中国美术馆馆长吴为山为展览题写展标，并在观展后对这次展览和展出的作品给予高度评价。他认为，南通如东人杰地灵，培养了很多知名书画家，如东县委、县政府高度重视文化建设，文化事业繁荣发展。

**江海沃土育精英**  
南通人文底蕴深厚，先贤名人辈出，形成了“人才辈出、名家迭现，佳作纷呈、成就卓著，融通中西、多元发展”的“中国美术南通现象”。

南通市委常委、宣传部部长陈冬梅表示：“作为‘中国美术南通现

象’的兴盛地，如东县把具有地域特征的‘扶海文化’融入中国美术坐标体系，展现出江海儿女耕海图强、生生不息的奋斗精神，不仅具有极大的艺术观赏性，也具有浓厚的文化价值。”她希望艺术家们继续深耕江海热土，创作出具有家国情怀、地方特色和个人风格的优秀作品，传承好“中国美术南通现象”的江海气魄、文化传统、地域基因。

**文化赋能显担当**  
如东县始终坚持文化强县战略，通过政策扶持、阵地建设、人才培养等举措，推动美术书法事业与乡村振兴、产业转型深度融合。如东县涌现出以方冰山、王冬龄、吴元奎、丛志远、任平、丁杰、康荣、管怀宾、罗拥军、潘金美、潘金玲等为代表的一大批书画艺术家。他们用作品证明：地域从来不是艺术发展的局限，而是连接人类共同情感的桥梁。

本次展览中，中国美术学院教授、博士生导师王冬龄的书法作品《乱书晏殊词》，洒脱恣意、气势豪迈。中国国家画院国画院原副院长、



博士生导师范扬的《智女掘港》《抗倭英烈小扣郎》，用画笔为勇敢奋斗、英勇坚韧的如东掘港儿女立传。清华大学美术学院教授戴顺智带来作品《牧童何处去 牛背一鸥眠》，谈及画牛，表示如东海子牛很有特点，未来有机会将其作画。中国文联美术艺术中心原主任、中国美术家协会理事丁杰展出的水墨长卷《如东三河六岸新貌》全长21.8米，将三河六岸的花草树木、桥廊道路和人们对自己的思念之情、热爱之情一一呈现在画卷之中。

扶海大地火热的发展实践，是艺术家取之不尽、用之不竭的题材宝库。南通市政协副主席、如东县委书记陈慧宇表示，希望艺术家们继续以如东县为灵感源泉，用笔墨描绘江海气象，进一步提升如东县知

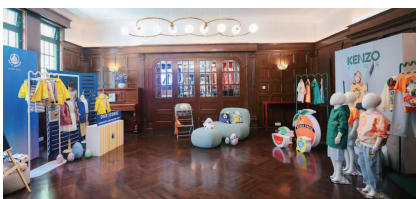
名度和影响力，让更多的人了解如东、走近如东，关心支持如东经济社会发展，携手共创美好未来。

**时代精神共交响**  
本次展览特设“如东农民画精品展”板块，精选16幅反映百姓生活、渔家风情的民间绘画作品，以鲜活笔触描绘南黄海风情。这些凝结着海盐结晶的佳作，让观众既能触摸滩涂渔港的淳朴之美，也能感悟人类命运的宏大叙事；既可见民间艺术的鲜活气息，亦能睹当代艺术的先锋魅力。

如东农民画源自清代桃花坞年画，融合灶头画、木雕等传统工艺，以鲜活笔触描绘《渔姑》《欢乐渔家》等南黄海风情，600余件作品曾亮相国家级展览，多件被国内外馆藏。此次参展作品既传承传统技法，又注入时代精神，与书法、国画、当代艺术同场辉映，构成一部“流动的地方美术史”。

本次展览，既是对如东县美术成就的总结，又是一次关于“何以中国”“何以当代”的艺术探索，也是一场关于传承与创新、本土与世界的美学思考。  
顾艳 徐继康

## 2025 法国婴童行业产品推介会在沪举办



近日，由法国商务投资署主办的“2025 法国婴童行业产品推介会”于巴黎别墅启幕。这场以“岛屿的秘密”为主题的行业盛会，将活动现场幻化为充满法式浪漫的奇幻岛屿，汇集儿童时装、婴幼儿家具、玩具等多元领域，邀来宾沉浸式体验

法国婴童产品的卓越品质与创意美学。

活动现场，14个代表法国婴童行业最高水准的品牌惊艳亮相，产品矩阵覆盖服装、玩具、食品、母婴用品及护理产品等全品类。据行业数据显示，法国儿童用品市场近年保持稳健增长，2024年市场规模达42亿欧元，未来年增长率预计维持在4%—5%。作为中法婴童贸易的典型代表，高端母婴品牌 BEABA 自2013年通过天猫国际叩开中国市场大门，截至2025年已布局全国超400个销售网点，

服务逾60万中国家庭，其产品以环保材质、人性化设计与法式优雅风格，持续引领育儿生活美学。

此次推介的法国婴童产品，将“安全耐用”与“艺术质感”完美融合：从采用有机棉料的新生儿服饰，到融入自然元素的木质玩具，再到符合人体工学的婴儿家具，每件展品均承载着法国工匠对细节的极致追求。主办方表示，希望通过这场跨越国界的“岛屿之旅”，让更多中国消费者发现法国婴童产业在品质把控、设计创新与可持续发展方面的独特优势，为全球育儿家庭带来兼具温度与格调的成长陪伴。

### 迅销集团上半年营收创新高 将持续深耕中国市场

优衣库母公司迅销集团再度刷新业绩峰值。2025年上半年财报显示，集团营收同比增长12%至约909亿元人民币，毛利率达53.3%，净利润同比激增19.2%至118.68亿元人民币，三项核心指标均创历史新高。财报显示，日本、东南亚、印度等市场均实现收益与利润的大幅增长，中国大陆市场收益较上年同期略有减少。中国大陆市场作为迅销集团最大的海外市场，该集团正通过积极调整战略布局持续深耕。

据悉，优衣库西南首家城市旗舰店——成都万象城店将于5月16日焕新开业。该门店将作为LifeWear品牌“个店经营”转型的标杆，除呈现国际前沿设计的品质服饰外，还将推出地域特色城市限定商品，并以融合现代美学与零售服务的空间设计，打造沉浸式艺术化购物体验。此外，优衣库还计划于今年秋季在长沙开设湖南首家城市旗舰店，通过加码区域投资深化本土化运营，精准满足消费者对品质生活的多元需求。

## 飞利浦旋护式剃须刀全球首发 周杰伦出任代言开启理容新境

近日，飞利浦全新一代“旋护式”剃须刀在上海举行全球首发仪式，并正式宣布华语乐坛巨星周杰伦出任品牌代言人。自1939年发明全球首款旋转式电动剃须刀以来，飞利浦持续深耕男士理容领域，此次首发的新品以“净护一体”理念突破传统，结合智能科技与人性化设计，为全球用户带来“锋芒尽在掌控”的理容新体验。

新品突破传统剃须刀功能单一局限，创新实现“剃净”与“护肤”双重升级。凭借0.08mm皮下净剃技术深入须根，带来长达24小时持久净须效果；搭载Skin IQ Pro5 重定制模式，可根据肤质智能调节剃须力度；更配备深度清洁及紫外线杀菌功能，兼顾高效与卫生。在位于上海丰盛里的全球定制体验馆内，产品通过触觉



(人体工学握感)、听觉(静音马达音效)、视觉(流线型金属机身)、嗅觉(专属香氛氛围)四种感官的场景化展示，打造沉浸式理容体验空间。