

八面来风

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



以歌声为纽带,以友谊为旋律。庆祝上海香港联会(以下简称“上港联”)成立 10 周年系列活动之首届沪港青年合唱节闭幕式音乐会近日在上海大宁剧院举行,上港联 10 周年会歌同步发布。本届合唱节为期 3 天,以“沪港同心唱响未来”为主题,汇聚沪港两地 30 支优秀青年合唱团队、700 余名歌者,其中 300 名青年歌者来自香港地区及在沪港人家庭、机构。合唱节通过开幕式、专场展演、大师班、新时代合唱艺术创新学术研讨会及闭幕音乐会,为沪港两地热爱音乐的青年搭建起开放的艺术对话平台。

为庆祝上港联成立 10 周年特

首届沪港青年合唱节闭幕式音乐会举行 上港联 10 周年会歌发布 为沪港青年歌者搭建“对话”平台



首发仪式现场



合唱节启动仪式

别创作的主题会歌《岁月同心》,在闭幕式音乐会上隆重首发。歌曲深情讲述了上港联与在沪港人 10 年来风雨同舟的深厚情谊,展现了沪港合作的丰硕成果。上港联携手上海 16 个区的百余位在沪港人、港人子女、沪港社团及香港大学校友合唱团代表同台献唱,用真挚歌声传递“沪港一家亲”的深厚情感。上海海外联谊会总干事蒋立、香港特别行政区政

府驻上海经济贸易办事处主任蔡亮、上海香港联会创会会长姚祖辉等嘉宾莅临现场,共同见证这一重要时刻。姚祖辉与上海香港联会会长姚珩向《岁月同心》创作团队颁发感谢状。

蒋立对活动的成功举办表示祝贺,同时向所有参与筹备的社团组织、支持单位、承办机构及合作伙伴表达诚挚感谢,特别向两地青年和艺术工作者致以崇高敬意。

姚祖辉表示,正是众人的共同努力,成就了上港联“服务港人、连系港心”的使命。上海香港联会首席副会长麦德铨认为,在上港联成立 10 周年之际举办这一活动意义重大。

在为期 3 天的沪港青年合唱节期间,香港台山商会中学合唱团参访上海音乐学院,感受这座百年音乐学府的深厚艺术积淀,并与学院专家亲切交流。合唱节还成功

举办新时代合唱艺术创新学术研讨会,知名指挥家、音乐教育专家及合唱团队代表齐聚一堂,围绕青年合唱艺术发展、香港无伴奏音乐的多样性探索、粤语入乐的演算法与人工智能、童声合唱现代音乐作品创作的机遇与挑战等议题深入对话。7 月 18 日,沪港两地社团代表共同出席启动仪式,30 支合唱团队轮番登台,展示风格各异、精彩绝伦的合唱作品。7 月 19 日晚的闭幕式音乐会上,沪港青年歌者打破团队界限,以最真挚的和声唱响对两地美好未来的共同祝愿,将整场活动推向高潮。

首届沪港青年合唱节的成功举办,是沪港两地深化文化交流合作的重要成果。700 名青年歌者齐聚上海,用纯净歌声传递友谊,以和谐韵律凝聚力量,生动诠释“沪港同心”的深厚情谊,共同谱写两地青年携手前行的崭新篇章。 记者 郭爽



嘉宾团队中福会少年宫小伙伴合唱团演唱《声无限》



上港联执委会与港人团体代表献唱《岁月同心》



台山商会中学合唱团来到上海音乐学院



新学术研讨会

江苏如东瞄准夏日消费新热点 特色产业赋能 激活文旅新“夜”态

7 月 20 日晚 9 点,伴随着舞台灯光渐渐熄灭,满街的欢声笑语缓缓散去,历经 10 天的“ZUI 美如东干杯燕京”2025 江苏如东燕京啤酒嘉年华圆满落幕。活动期间累计吸引市民和游客入场约 12 万人次,啤酒、美食现场销售额合计约 150 万元,线上直播平台观看量达 800 万人。

“这个夏天,不去青岛,家门口的啤酒节就够嗨!”一场酣畅淋漓的“限定狂欢”,给如东市民带来了前所未有的“夏夜震撼”。今夏以来,如东瞄准季节消费热点,应“需”而为,通过外部借力与内部深耕双轨并行,深入挖掘滨海特色文旅资源,加码构建“赛事+文旅”的县域消费生态,有效激发了夜间消费活力,丰

富了如东文旅市场夜间经济形态。

“我家就住在附近,啤酒嘉年华真是太热闹了,还有‘苏超’转播,每天都有惊喜,希望以后还能有更多这样的活动!”灯光渐熄,如东“90 后”市民曹旭雯带着孩子意犹未尽地走出广场,言语间满是期待。

“活动期间,日均接待人次破万,远超我们的预期,”江苏东和投资集团有限公司总经理徐敏笑着说,燕京啤酒(如东)生产基地项目已正式落户如东,而此次啤酒嘉年华活动的举办,无疑是特色产业赋能文旅市场的一次创新尝试,“活动的初衷不仅是让大家认识燕京啤酒,更希望能让更多人了解如东、感受如东的文化氛围与蓬勃活力。”

这个夏天,“苏超”是当之无愧

的“顶流”。据了解,“苏超”进行到第七轮,如东充分考虑人流量、配套能力与消费圈,常态化设置喜润城、上河印巷、栢茶古镇、文峰大世界 4 处“第二现场”观赛点位,同时动态联动特色活动,随机新增三河六岸青团组、小洋口旅游度假区体育场、县文化中心北广场等点位,让足球成为文旅市场的“引流金匙”。数据显示,五大观赛点累计吸引 1.5 万人次到现场看、逛玩、购物,带动周边消费超 500 万元。

如今,单一业态已难以满足市民们对高品质生活的追求,“夜经济”也已不再仅仅是夜市、吃夜宵那么简单,更是对城市整体吸引力的检验。今年以来,如东将“苏超”赛



事、重点文旅场所、特色主题活动等文旅商体资源相串联,发挥美食、文化、体育、假日经济的特色,融入“跟着苏超游南通”的全域布局线路,多场景联动营销,有力做强了夏季旅游产品体系。“接下来,我们还将举办一系列促消费活动,将城市之美与人文之美融入消费场景,吸引更多市民和游客共同体验滨城之美!”如东县商务局局长王锋表示,将继续创新探索夜间消费模式,丰富夜间经济业态,满足市民和游客多样化的需求。 徐书影

近日,全球智能包装技术和循环服务平台“箱箱共用”宣布完成超亿元人民币 F 轮融资。本轮融资由深圳市时代伯乐投资管理有限公司领投,旗下仙居时代伯乐新能源产业投资基金出资 1.3 亿元。作为长三角生态绿色一体化发展示范区重要组成部分,浙江仙居正通过政策引导加速绿色科技成果转化,“箱箱共用”等优质企业的落地为区域高质量发展注入强劲动能。

据介绍,本次融资将主要用于提升中国包装全产业链能力、构建细分行业金标准,加速 L4L(Local for Local)全球本地化战略实施,进一步巩固其在智能循环包装领域的领先地位。

在双循环战略与全球循环包装市场扩容背景下,“箱箱共用”近三年业绩实现跨越式增长。创始人兼 CEO 廖清新表示:“经过 12 年深

耕,我们已构建起‘全链无界’的服务能力和技术壁垒。围绕‘技术 IP 化、服务场景化、业务平台化’的战略协同持续释放动能,正式迈入可持续经营新阶段。”

自成立以来,“箱箱共用”已先后获得淡马锡旗下祥峰资本、领中资本、七海资本、绿动资本和中诺资本等机构支持。此次 F 轮融资充分体现了资本市场对其双循环战略成果和全球化布局的高度认可。

“箱箱共用”的核心竞争力源于“技术 IP 化、服务场景化、业务平台化”的差异化体系,实现了从“循环包装服务商”向“生产性服务平台”的跃迁。“技术 IP 化”通过全链路技

术集群塑造竞争力;“服务场景化”聚焦用户痛点,打造细分金标准,嵌入供应链形成高黏性;“业务平台化”则开放中后台能力赋能中小服务商,形成“聚沙成塔”的效应。业内认为,这三大支点构成正向增长飞轮,驱动企业持续发展。

依托产业深耕积累的经验,“箱箱共用”为 40 余个细分行业打造适配的循环包装解决方案,形成从产品定义到场景应用的完整闭环。目前已与中粮集团、博世、西门子、海尔、万华化学、海天味业等数百家行业龙头达成深度合作,近三年客户复购率保持 100%。通过服务具备 ESG 前瞻意识的链主企业,有效带动其上

下游供应商采用循环包装,实现从“点上突破”到“链式延伸”的跨越。

全球化布局是“箱箱共用”的重要战略支点。作为行业出海先锋,公司早年便启动“国内+国际”双循环路径,从“产品出口”升级为“产业出海”。秉持 L4L 全球本地化理念,以“中国标准+本地运营”模式在海外建立本地制造、营销与服务体系,已与多家海外头部租赁服务商达成合作,覆盖欧美日韩等主要发达市场。旗下国际品牌 HOREN 成为丘比、亨氏、雅诗兰黛等全球品牌的绿色供应链伙伴,海外营收占比稳步迈向 50%,成为中国“新质出海”代表企业之一。 郑小辉

台州仙居绿色科技成果转化增添新动能 “箱箱共用”完成超亿元 F 轮融资

神象推出三款即食新品 打造全天候「元气补给站」

7 月 21 日,“‘神小象’元气嗨嗨·北外滩 J·LIFE 养生集市”在上海北外滩金茂时尚生活中心正式拉开帷幕,活动将持续到 8 月 2 日。作为集市里的人气点位,中华老字号上药神象旗下萌系 IP“神小象”新品体验区人山人海,热闹非凡。当天,上药神象突破传统滋补方式,以“国潮养生”理念推出的三款即食滋补新品“乐 Le 蜜饯人参片”“亲 Qin 人参能量棒”“仙 Xian 黄精果”也在集市首发上市。

“这个黄精果糯得好像蜜饯”“人参片居然带蜜香,完全不苦”“没想到老字号这么潮”“口感好,携带方便,这才是年轻人要的养生啊”……“神小象”新品体验区里,消费者们一边试吃新品一边连连好评。

据上药神象的工作人员介绍,本次上新的三款新品,在设计上与 IP 形象“神小象”进行了结合,同时全部采用纸筒+铝盖的包装形式,充分体现了可循环再利用的环保理念。从清晨的人参蜜片到深夜的黄精果,首批体验官的反馈里藏着答案:“神小象”的“元气补给站”,真的让滋养成了随时随地的事。

