

# 淮南日报

## 长三角新闻

HUAINAN RIBAO

淮南日报社出版

国内统一连续出版物号 CN34-0006

网址:Http://www.huainanet.com

2026年3月31日 星期二

丙午年二月十三

总第15817期 今日8版

A1



国辉地产 家屿地产

CHARM CHU GRACE YANGTZE

地段可以共享 品质方可私藏

在一线城市为生活奋斗 回淮南享受一线品质生活

约1.3万方实景园林示范区 148-226m²墅境洋房热销中

0554 628 8888

项目地址: 民祥街与玉兰大道交汇处(淮南市妇幼保健院对面)

## 2026 全国精品首发季暨“首发上海”系列活动发布仪式举行

### “首发上海”从集聚地向策源地跃升

文汇报记者 徐晶卉 通讯员 项欣

### 长三角观察

2026 全国精品首发季暨“首发上海”系列活动发布仪式3月28日举行。活动期间,上海将推出“1+5+50”系列活动,包括1场发布仪式、5场国际性首发展会、50场高能级首发首秀。

上海市商务委主任申卫华透露,上海将对亚洲及以上级别首店给予100万元一次性奖励,对首发经济集聚区、首发中心、高规格首发首秀等给予最高100万元补贴,大力支持“首发上海”从品牌集聚地向策源地跃升。

#### “首发上海”好戏连台

市商务委消费促进处处长居新平介绍,2025年,上海新增首店1093家,其中高能级首店占比达16.8%,数量质量稳居全国首位。自2018年以来,上海已累计引进首店8472家。

发布仪式上,梅森马吉拉、泰格豪雅等集中发布一批首发首秀首展和首店。梅森马吉拉将于4月1日在沪举办2026秋冬系列全球首秀;泰格豪雅将借创立166周年契机,开启“毫秒之竞”高级制表展,带来碳纤维材质中国首秀。

“首发上海”活动好戏不断。欧莱雅北亚及中国企业事务与公众联动总监陈佳昕介绍,欧莱雅将带来“1+1+1”首发组合,包括一场顶级发艺首秀、一项全球发艺赛事和一个首发新品快闪。汉高沙宣品牌业务负责人周一旭介绍,4月20

日,上海沙宣美业亚洲首店将启幕。全球设计师集合品牌 Fabrique 将以“首展、首发、首店”三大核心动作,集中释放时尚消费新活力。记者获悉,在首发层面,该品牌携手 Vera Wang 打造的独家联名成衣系列,在纽约完成全球首发后,将在上海实现国内首发。在首店层面,品牌将于5月在兴业太古汇落地上海首店,打造成为面向公众开放的“全球设计师灵感工坊”。

优衣库品牌公关经理刘逸珉介绍,换季消费热潮即将到来,优衣库推出超百款2026春夏新品,涵盖迪士尼、F1赛车、集英社100周年联名等UT系列新品。西班牙鞋履品牌 CAMPER 将带来 JUNCTION 系列新作,同时首次推出系列限定 AI 相机。

#### 游园会打造融合新场景

作为“首发上海”IP 从2.0向4.0升级演进的展演样本,“驭春风·游园会”在张园启幕。

游园会以“春风策马·游园探新”为内核,汇聚90个国内外品牌,其中首发首展首店品牌42个,集中呈现上海定制、新锐设计、智能科技、美妆香氛等梯度首发阵容,以中式美学赋能首发经济,打造文旅商旅深度融合的新型消费场景。

记者在现场看到,游园会打造六大主题叙事空间,形成“移步易景、一城一主题”的游园式观展体验。开篇场景“走马入市”中,玉兰花瓣悬浮于机械展台,为空间注入春日的灵动生机。近30个品牌在此集结,薰邦将珠宝腕表作品的精

妙巧思应用到眼镜系列的设计之中,新品搭配萧邦定制圆形钻石切割莫桑钻,高级定制服务呈现仪式感满满的精品。

“青云游”区域集结一批以东方美学为基底的品牌,共同呈现东方气韵的多元流动。之禾首发2026春夏户外胶囊系列,这是品牌运动线2026新品的首次亮相,相关负责人介绍,该系列产品将于4月上市。

“踏花影”区域是一个五感体验的沉浸空间。艺术羊绒品牌沙清现场还原匠则羊绒缁造工坊、果洛牦牛绒缁造工坊的织机操作,匠人以双手穿梭,在经纬交错间演绎“高原的温度”,消费者可近距离观看从捻纱到成坯的全过程,感受这一非物质文化遗产的匠心精神。该品牌负责人介绍,公司将首发羊绒睡袋系列、马年主题哈尼绣系列以及羊绒艾德莱斯家居毯等作品,展现传统工艺与当代生活美学的融合。

#### 让“上海定制”成为新名片

《打响上海定制品牌促进消费提质扩容总体方案》日前发布,将推动“上海定制”成为具有全球辨识度的城市新名片。发布仪式现场,“上海定制”IP——“上海定制 专属于你”发布,标志着上海在服务消费、体验经济领域的战略布局进入新阶段。

记者注意到,游园会也特别设置定制体验核心区。中国工艺美术大师、老凤祥金银细工第六代传承人沈国兴现场展示一对定制龙凤呈祥对杯,对杯以“龙吟”“凤鸣”为主题,通过细致的绘整技术

勾勒出栩栩如生的画面,一只金壶和一组对杯的制作周期长达一年。沈国兴介绍,“金银细工”技术与宝石镶嵌、珐琅相结合,定制出别具一格的工艺美术产品。

在上海,定制已成为一种风尚。男装品牌卡利斯特在上海拥有多家门店,其中4家A类店都提供定制服务。卡利斯特第一八佰伴店定制师傅于建军在浦东已有20多年,微信上积累了大量定制客户,一年仅定制收入就超过150万元。“大部分客人是上海人,长三角其他城市客人占比三成,外籍客人占比一成,近年来有增多趋势。”

作为上海本土品牌,于建军对自家的工艺十分自信:“我们的打版师是从杰尼亚引入的高端人才,客人可以自由选择杰尼亚、皮亚琴察、切瑞蒂1881等高端面料,定制价格从5000元到10万元不等,定制周期在25个工作日左右。”他透露,前段时间一位卡塔尔王室成员来沪,一口气定制了3件衬衫、1套西服,他上门去量体裁衣,去年12月完成定制后由翻译带回卡塔尔,对方反馈“超级满意”,表示还会来上海定制。

“门店定制占比在30%左右,每月定制订单在30套左右。”LAMPO 蓝豹定制大师陈爱刚告诉记者,定制客人大约有几种类型,一类是中外高端商务人士,一类是年轻人婚庆刚需,还有一类是出国留学。据他观察,定制客户一旦下单,忠诚度非常高。他曾接待一位德国的大学教授,每年来沪停留几个月。“只要来上海,必来定制几套西装,前后下了十几万元,还推荐给其他朋友。”

## 上海环交所碳管理体系(南京)服务中心揭牌

新华日报讯 3月27日,2026 企业碳中和峰会暨第五届碳中和行动联盟成员大会在江宁开发区举办,标志着江宁开发区与上海环交所合作迈入全面深化的新阶段。

会上,上海环交所碳管理体系(南京)服务中心正式揭牌。该中心未来将聚焦长三角区域企业、园区的碳管理需求,提供碳排放核算、碳减排方案制定、碳资产管理等全链条专业服务。以此次揭牌为契机,江宁开发区将以双碳集聚区为载体,持续推进与环交所、高校院所、金融机构、头部企业的合作,聚力发展新型电力、新型储能、新型材料、新型环保产业,整体打造零碳单元、低碳企业、绿色建筑等示范场景。

本次大会现场同步发布了新版碳管理体系标准,为各行业开展标准化碳管理工作提供了明确的执行指引。此外,多种零碳实践场景在现场正式发布,覆盖牛首山零碳文旅景区等,这批已经落地的实践样本将为全国不同领域的碳中和建设提供直接参考。

立足双碳战略推进与区域绿色发展实践,与会专家分别从地方产业发展、行业顶层规划等角度,肯定了碳中和领域近年来的实践成果与创新突破,同时结合区域发展实际与行业转型需求,为下一阶段的工作方向提出了指导。大会设置两场主题圆桌讨论,

来自浦发银行、延长石油、倍耐力等20余家单位的代表,分别围绕“零碳园区建设与产业绿色转型”“碳足迹与绿色供应链管理”两大行业热点议题展开深度对话。

值得一提的是,大会全程践行零碳办会理念,活动产生的碳排放全部通过核证自愿减排量进行抵消,闭幕式上主办方为本次大会颁发了活动碳中和证书,切实发挥了行业活动的示范效应。

本次大会的成功举办进一步打通了政产学研用的协同通道,彰显了南京江宁开发区在双碳目标下的积极探索与实践。下一步,江宁开发区将依托环交所的平台优势和资源优势,围绕绿色产业全链提质、智慧碳碳全场景应用、生态空间全域开放,引入社会资本助力低碳产业商业化运营,构建从低碳智库、项目运营到生态打造市场化运营体系;同时推动场景设施建设和绿色产业引培双耦合,全面提升经济发展和城乡融合的“含绿量”。

碳中和行动联盟作为具有广泛行业号召力与深远影响力的综合服务平台,已凝聚起多方力量,在碳管理体系建设等方面取得初步成效,推动产业绿色转型迈出了坚实步伐。未来,联盟将进一步深化协作,聚焦行业减碳需求,在标准落地、技术赋能等方面持续发力,推动碳中和目标务实落地。

(记者 李 锐 毛欣悦)

## 用二氧化碳“造”英雄钢笔? 全球唯一,在闵行起步!

### 今日闵行

经典 EF 铱金笔尖、红白配色的笔身,躺在礼盒里的这支“英雄”钢笔看似并无不同,但你能想到这是一支由二氧化碳“制成”、生物含量超90%的钢笔吗?

从磁吸玩具到食品保鲜膜,上海肆兀科技有限公司(以下简称“肆兀科技”)的产品展示区陈列着各式日用品,它们无一例外都由生物基材料制成。

这或许是一个有些陌生的概念。肆兀科技副总裁袁子鹏习惯从一段35亿年前的故事讲起:那时的地球还笼罩在黑暗中,蓝细菌通过光合作用释放氧气,为好氧生物创造了生存环境。如今,通过对蓝细菌进行重新设计和改造,它们能以二氧化碳为底盘,生产出材料、燃料乃至药物,“以生物造万物”已经步入现实。

走进肆兀科技位于中春路1088号的办公楼,仿佛置身于一座科技馆。去年,这个覆盖公司1至5层的沉浸式科普体验空间正式对外开放,成为“负碳生材”生物基材料创新科普基地。来到这里的参观者可以提取各种颜色的生物基材料小粒子,亲手用注塑机制成一枚“小星球”挂件。

这是一颗完全由可降解塑料聚乳酸(PLA)构成的“星球”。而每生产1公斤这样的PLA,就能固定约1.8公斤二氧化碳。

背靠上海交通大学的实验室,肆兀科技于2022年落地“大零号湾”科技创新策源功能区,是目前国际上唯一实现直接利用二氧化碳在细胞体内一步法合成PLA的企业。该种材料被认为是具有前途的“绿色塑料”之一,已广泛应用于饮料容器、食品包装、3D打印等领域。

在此前的采访中,肆兀科技创始人陶飞曾以“种庄稼”作类比:如果说庄稼吸收二氧化碳,利用阳光长出粮食,那微生物细胞就是一棵更微小的植株,“从二氧化碳到塑料的整个过程,都被封装在微米级的细胞内”。

“从传统化工制造的石油转向二氧化碳,生物制造改变的不只是原料,也推动生产方式由高温高压迈向温和可控。”袁子鹏觉得,这也代表着生活方式的变革,“消费者正在寻求更绿色

健康的产品供给”,即“我所使用的产品更加生物友好、生态友好”。

一边是商业机会与市场需求的驱动,另一边则是支持性政策文件的陆续出台。早在2023年,上海就曾出台《上海市加快合成生物创新策源 打造高端生物制造产业集群行动方案(2023—2025年)》。2026年,“十五五”规划纲要更是明确提出,推动生物制造成为新的经济增长点。

谈及肆兀科技过去一年的发展,袁子鹏说“我们跑得很快”。4月,与中国科学院天津工业生物技术研究所达成战略合作,开发以甲醇为原料开发大宗生物基材料单体产品;9月,获得“CIIF 生物制造专项奖”,相关产品入选“2025 上海伴手礼”榜单;11月,从全球660余个团队中脱颖而出,入围腾讯“碳中和计划2.0”项目的50强。

“可以说,生物制造已经到了商业化蓬勃发展的阶段,陆续有产品走入市场接受考验。”袁子鹏表示,生物基材料的应用场景十分广泛,从亲肤透气的服装面料到超高性能的工程材料,都有优异的性能表现。

除了与HERO英雄集团联合打造的首款高性能生物基文具,袁子鹏还向记者展示了一件交大联名T恤,其核心材料源自玉米、木薯等可再生资源,特定条件下能完全生物降解为二氧化碳和水,避免了传统化纤衣物带来的微塑料污染问题。

这些跨越式发展的背后,少不了“大零号湾”的助力。袁子鹏清晰记得大零号湾科创大厦的一句标语:“上面写着‘从零开始,创造无限’,我们最初只有技术积累,其他几乎都是零。”

从寻找办公场地、公司注册,再到后期运营过程中的资源对接、商业拓展,肆兀科技在“大零号湾”诞生并成长起来。“这里有极高的人才密度、资金密度和场景密度,一些新想法和新的商业机会就在彼此互通无碍的交流中产生。”袁子鹏说。

随着2025年8月千吨级合成生物柔性生产线落成江苏如皋,肆兀科技将在生物制造赛道上走得更远。“通过研发和技术迭代,我们希望开发出新的产品管线,持续降低生物基材料的成本,提高生产效率。”袁子鹏表示,目前肆兀科技也在尝试与合作伙伴推出基于生物制造的新品牌,涵盖文具、玩具、包装等领域。

(据3月30日今日闵行官方微信)



## 一抹紫调 “醉”美春光

近日,滁州市南谯区科创汇广场东侧,成片二月兰竞相绽放,紫色花海随风摇曳,春意盎然,不少市民拍照打卡,尽享春日美好。 滁州日报记者 毕 鸿 摄

## 多地春假衔接清明催热文旅 上海成为长三角亲子游首选目的地

新民晚报记者 杨玉红

苏浙皖三省40个地级市将陆续推出2026年春假,其中大部分城市衔接清明假期,形成最长6天的出游窗口期,直接催热春季文旅消费市场,上海凭借丰富的亲子文旅资源成为长三角亲子出游的首选目的地。

假期叠加效应下,上海的亲子出游热度持续攀升。去哪儿旅行数据显示,4月1日—6日上海跻身热门飞行目的地榜首,景区内13—18岁青少年游客预订量同比增长3.3倍,飞机上18岁以下乘客占比近20%,假期“含娃量”大幅飙升。春秋旅游的预订数据也显示,上海迪士尼、上海乐高乐园等热门亲子景点自由

行产品热度居高不下,4月1日起上海便迎来首轮出行热潮,家庭客群成为假期出游绝对主力,且“两天一晚”“三天两晚”的过夜游模式成为主流,亲子家庭的出游半径也在春假带动下大幅扩大。

面对激增的亲子出游需求,上海各大主题乐园纷纷推出全新体验与特色项目,为家庭游客打造别样春日乐趣。恰逢10岁生日的上海迪士尼度假区,以“加你更奇妙”为主题上线全年庆典;上海乐高乐园度假区则启动全新骑乘项目“悟空小侠花果山冒险”试运营,让游客乘坐游船开启沉浸式探险;上海海昌海洋公园启幕“稀奇海洋节”,首次展出二十大

稀奇海洋生物,虎鲸、海豚等海洋大秀升级。

除了主题乐园,上海各类文旅场所还结合自身特色打造多元玩法,覆盖不同亲子家庭的出游偏好。

上海耀雪冰雪世界以“粉雪疯赛季”为主题,将冰雪体验与春日游玩结合,在娱雪区打造趣味踏雪运动会,清明假期还推出春日祈福民俗活动。上海欢乐谷则以2026国潮文化节为主题,打造“宝藏探员”沉浸式剧本游,联动《一人之下》《逆水寒》及敦煌博物馆三大顶流IP,带来次元破壁的潮玩体验。

作为上海城市地标的东方明珠广播

电视塔,也紧扣春假与清明假期契机,推出三款专属亲子特惠套餐,折扣低至4.1折。同时,东方明珠实现塔内外资源深度联动,推出与上海海洋水族馆、浦东美术馆的跨场景联票,打造“一地购票、多场景畅玩”的一站式体验。

春假与清明假期的联动效应,不仅为亲子家庭提供了更灵活的错峰出行选择,也让上海文旅市场迎来春节后、五一前的全新增长极。各文旅场所围绕亲子需求进行精准布局,从产品创新、服务升级到惠民让利,全方位推动文旅与教育、娱乐、科普的深度融合,也让“松弛度假、沉浸式体验”成为春季消费主流。