

持续探索“文化 + 品牌”出海模式

豫园股份“走出去”步履不停

刚刚落下帷幕的 2025 泰国豫园灯会，是豫园股份全球化战略的延续，近年来，公司将全球化作为置顶战略之一。通过法国豫园灯会成功验证“文化 + 品牌”出海模式的可行性后，豫园股份持续推进东方生活美学战略的全球化发展路径，旗下多个品牌争相探索出海，全力推进出海战略。通过将深厚的东方文化底蕴与现代商业创新结合，探索出一条独具特色的文化与品牌出海之路，让

全球消费者感受中国品牌的魅力与温度。

凭借敏锐的市场洞察力，豫园股份捕捉到全球各国的市场机遇，东南亚区域市场也逐步成为各产业出海的“试验田”，由此进一步迈出品牌出海的新征程。目前，豫园股份旗下黄金珠宝、文化饮食、豫园灯会、汉辰表业和舍得酒业等业务板块，正在稳步推进全球化拓展。

小红书、领英及百宸律所的嘉宾进行了分享。豫园股份副总裁胡俊杰及海外业务团队、各职能条线、各产业集团相关业务负责人通过线上及线下的方式参与了本场活动。内外部的与会人员共同解码新周期下消费品牌出海的破局路径，为豫园全球化战略注入高阶动能。

面对东南亚区域日益激烈的市场竞争，本次会议围绕“进入市场策略，营销投放，渠道捕捉，组织搭建，人才甄选，合规架构”相关主题进行了分享与交流，全方位多维度为豫园产业实际出海业务进行赋能。嘉宾就业务出海过程中痛点的问题作了分享交流，激发串联起各产业间核心痛点共鸣。

舍得酒业作为豫园股份产业出海的先行者，也在活动现场进行了分享，将“文化出海、品牌出海”的理念基石夯实，让世界品味中国酒香。

未来，豫园股份将继续深化全球化战略，以东方生活美学为核心，推动旗下品牌在海外市场的拓展，向世界传递中国文化的魅力与温度，让更多的“中国制造”成为“世界品牌”。



8月15日，由豫园股份主办的“破局·跃新：嫁接全球新动能”产业出海分享交流会成功举办。作为豫园股份首场聚焦东南亚市场的海外业务赋能会议，本次活动邀请到了BCG咨询公司、霸王茶姬、海澜之家、谷歌、

外滩艺术季 点亮大豫园

BFC璀璨开启 光影超感艺术之旅



第五届外滩艺术季于9月19日至11月9日举行，由上海复星艺术中心、大豫园-BFC外滩金融中心(下称BFC)以及大豫园一期(豫园商城)联合打造。让都市生活和先锋艺术在光影中完美融合，打造摩登浪漫的金秋文艺氛围，为沪上生活艺术爱好者们带来一场集艺术装置、光影互动、展览展示于一体的城市级艺术嘉年华，让都市生活和先锋艺术在光影中完美融合，塑造城市文艺生活新地标。

BFC北区广场18米高的“地球”装置缓缓启眸与南区五楼露台一轮10米直径的“超级月亮”遥相对望，织就“天地双辉”的宇宙诗行，把星河的辽阔浓缩为可步入的外滩奇境，为市民游客带来沉浸式宇宙主题艺术体验。复星艺术中心推出五大主题展览，涵盖当代艺术、时尚设计与生活美学。

BFC将超感艺术与购物场景相融合，串联多个艺术作品，为市民与游客提供一站式沉浸消费体验。步入南区一楼小中庭，由时尚品牌Alexander Wang发起创作的酷炫汽车艺术装置《WANG·巡航》以精妙机械美学演绎超越功能的艺术想象。二楼VIP lounge中，日本艺术家空山基创作的《机械姬》以人体的柔美曲线融合机械部件的硬朗质感，带领往来顾客购物之余，一览未来科技发展的视觉奇观。在复星艺术中心的四层露台上，艺术家邱岸雄新作融汇传统山水与当代表达，与魔都天际线共同交织出醉人秋色。在BFC南区一楼大中庭，更有六位艺术家以“在外滩·绘见未来”为主题精心绘制的驻留插画作品，连接外滩风华与未来想象。此外，BFC与豫园商城联动设置“哈哈哈”情绪主题霓虹灯装置，形成可观赏、可打卡的视觉动线。

活动期间，BFC还推出露台电影、手作艺术节、电音派对等夜间活动，并与荷兰IP米菲合作推出全国首站“miffy café 70周年限时主题店”，进一步丰富秋日夜间消费场景。

外滩艺术季的举办与豫园食集的焕新，不仅串联整个大豫园文化片区，更打造出一个既好看又“好吃”的艺术现场。豫园商城7号门流星雨装置如光带，点亮了老城厢的街巷，更无缝衔接豫园商城与BFC外滩金融中心，引导人们穿梭于历史与当代之间，感受艺术、美食与城市空间的精彩碰撞，为城市夜经济注入崭新的文化动能与独特魅力，也为沪上时髦人士入夜狂欢带来全新灵感。

2025 中国节，“豫”见魅力上海

9月6日-7日，在东京代代木公园，为期2天的年度中日人文交流盛会“2025中国节”活动成功举办。上海受主办方邀请，以“最喜欢上海！”为题，彰显时尚、年轻、现代的城市文化风采，成为本次活动最受欢迎展区，吸引20余万人次观展互动。在豫园股份的带领下，豫园灯会以“山海奇豫记”主题灯彩沉浸式体验项目形式参展，还有梨膏糖、秋梨膏、五香豆等老字号产品在展进行展陈，为中华老字号及上海特色食品出海增添信心。

访上海展区。日中协会前理事长瀨野清水赞叹“深深感受到上海的魅力。”

共赏科技人文共舞之美。大模型为日本民众再现“山海奇豫记”线上豫园灯会，感受神秘的上古奇幻景观和上海豫园灯会的璀璨场景。令国外观众直呼“现代科技与传统文化融合得太好了！”“如此神奇的虚拟灯给我身临其境般的体验！好期待能去上海，看豫园灯会！”科技与人

文，此刻在“2025中国节”上海展区相遇，与不同肤色的人们共同点亮人类智慧之光。

此次参展，不仅让更多国际友人领略到豫园灯会的魅力，同时也为豫园灯会这一上海代表性的文化IP项目出海进一步打下基础，更为上海城市形象增添了独特的文化名片，助力中华文化在海外的传播，促进不同文化间的交流与理解，让世界看到中华文化深厚底蕴与创新活力。

日本电视台(NTV)、东京广播电视台(TBS)、东京电视台(TV TOKYO)、共同社、读卖新闻等当地主流媒体纷纷报道。驻日本大使吴江浩，日本外务大臣政务官稻见晃，公明党常任顾问山口那津男，前众议院副议长海江田万里，日中协会会长野田毅，日中友好协会会长宇都宫德一郎，前驻华大使宫本雄二，众议员青柳阳一郎等中日嘉宾参



全国首个面向外籍游客的文旅消费自助系统 “Meet China”在豫园启动

9月27日上午，“Meet China”入境旅游数字消费大屏·全国首站启动大会在上海黄浦区豫园举行。

“Meet China 入境旅游消费数字大屏”旨在帮助外籍游客实现“秒懂、秒选、秒见、秒付”四大消费核心需求，率先在文旅消费终端场景中解决入境旅游最后一公里的问题。该项目由文化和旅游部产业发展司、国际交流与合作局的指导，在上海市文化和旅游局和上海市黄浦区政府的支持下，由中国数字文化集团联合上海师范大学、银联商务共同打造。

这是全国首个面向外籍游客的文旅消费自助系统，以上海豫园作为全国首站城市中的首发地点，后续将逐步铺开。该系统通过融合商品导购、故事化解说、多语种交互与境外银行卡便捷支付，帮助外籍游客实现从“感兴趣”到“完成购买”的全过程自助服务，为全国各地探索入境旅游消费新路径提供可复制、可推广的示范样本。

在此次“Meet China”入境旅游消费数字大屏

全国首站活动中，豫园率先启用首组两块大屏，正式拉开项目首秀序幕。未来，将在豫园布点20组大屏，持续丰富“吃什么、玩什么、买什么、游什么”的内容场景，打造面向入境游客的全方位数字消费体验。

首组大屏共两块，分别聚焦“吃什么”和“玩什么·买什么”。“吃什么”大屏由绿波廊、湖心亭、南翔馒头店、松月楼四家豫园老字号率先入驻，结合外籍游客需求、喜好和就餐习惯，面向外国游客推出特色套餐。所有菜品均配有“秒懂”式说明、多语种翻译和成分标注，清楚提示配料、过敏原及素食信息，既直观易懂又贴心便利。“玩什么·买什么”大屏则聚焦体验与伴手礼，首批上线豫园妆造、爱奇艺《唐朝诡事录》VR体验两家商户。通过套餐化设计与多语种直观呈现，纪念品在大屏上清晰标注“必买理由”与材质信息；体验类产品则详细呈现其背后的文化内涵与具体参与流程。简明直观的呈现方式，让外国游客能够轻松感受“买得懂、玩得透、带得走”的文化体验。未来，这两块大屏还将逐步上线更多数字化互动内容，真正将豫园打

造为一个融合文化体验、智慧游览与外籍游客消费转化的数字化示范场景。

尤其值得一提的是，支付系统已实现“国外银行卡一刷支付，无需绑定、无需扫码、无需下载app”的便捷“丝滑”支付。系统可接纳120余个国家的货币支付，外籍游客选择好商品只需要拿出银行卡，贴一下马上就可以支付。单笔1000元人民币以下支付还可以自动免密，符合外籍游客的购物心理。实现在文旅消费场景落地的“国际支付秒通”。完成支付操作，系统随即打印核销凭证。游客凭此凭证，前往张贴有“Meet China 标签的周边线下门店进行商品核销和实物领取，形成了“语言无障碍内容导购+跨境小额便捷支付+门店现场核销”的服务闭环。

来自不同国家的友人现场体验了“秒懂、秒付”的国际支付功能，以及该系统在多语种导购和国际支付方面的应用成果，纷纷表示：豫园首秀大屏内容不仅展示了中华文化的精彩与多样，也通过数字化方式为入境游客带来了更直观、更便捷、更具文化温度的消费体验。