

豫园股份闪耀长三角文博会

马年灯会文创首发 老字号展现精彩设计



11月20日至22日，2025长三角文博会在上海国家会展中心举行。豫园股份携老庙、上海表、童涵春堂、东家金造、老城隍庙食品、WEI 蔚蓝之美等一众老字号品牌与优质品牌的设计精品精彩亮相，还把豫园商城内上海印象店和上海筷子店的爆款文创产品带到了此次展会现场。

值得特别关注的是，在11月21日下午举办的“版权护航 时尚黄浦”——黄浦区2025年版权宣传长三角文博会专场主题活动中，2026马年豫园灯会的文创衍生品首次对外发布，让展会观众提前领略新一届豫园灯会的创意巧思与浓郁喜庆氛围。

马年豫园灯会灯笼等文创产品首次亮相

国家级非物质文化遗产豫园灯会作为上海乃至全国闻名遐迩的新春民俗活动，已然成为上海标志性的文化IP。自2023年兔年灯会起，豫园灯会精心打造以“山海奇豫记”为主题的自有IP，不仅在灯会场景设计上不断推陈出新、成功破圈，更积极开发了众多衍生文创产品。其中，豫园灯会的

文创手提灯笼每年都备受消费者青睐，成为大受欢迎的爆款热销产品。

在本届长三角文博会上，2026马年豫园灯会灯笼等文创产品正式官宣。此次即将推出的十余款主题文创产品，涵盖糖胶手提灯笼、冰箱贴、钥



匙扣、红包、挂件、攒蛋卡牌、明信片、帆布包、斜挎包等丰富品类。糖胶手提灯笼无疑将是灯会文创产品中的明星。名为“立马抱福”和“云马逐梦”的两款灯笼各具特色，萌萌的卡通马形象令人忍俊不禁，势必成为灯会上最耀眼的存在。两款灯笼均采用可拆卸灯体设计，包含图案贴纸、色彩套件等多个组件，消费者可以随心进行DIY搭配，充分满足年轻群体个性化需求表达。



其他文创产品，有的以马为主角，有的灵感源自《山海经》中的各种祥瑞神兽，均巧妙地将传统文化元素与年轻潮流的设计理念融为一体，兼顾了东方生活美学的美观性与实用性。

值得一提的是，2026马年豫园灯会还将与多个文化、文博类IP展开联动，推出20多款联名文创产品。例如，敦煌的九色鹿、宝相花等经典元素都将巧妙融入相关文创产品设计之中，让消费者深度体验到豫园灯会浓郁且多元的文化氛围。

在“版权护航 时尚黄浦”专场活动上，豫园股份还分享了豫园灯会项目在知识产权保护方面的成功案例与宝贵经验。

展示传统工艺与时尚潮流的融合

豫园股份旗下的老字号和优质品牌的设计作

品同样是本届长三角文博会的一大亮点。

老字号上海表的苏绣白玉兰系列和外滩钟声系列两大版权作品也在本次展会上精彩亮相。这两大系列作品不仅包含了3项外观设计专利与2项工艺版权，更是非遗工艺与制表技术深度对话的结晶，同时也是知识产权保护实践的生动展示。

豫园股份作为建设上海国际珠宝时尚功能区的重要参与者之一，旗下珠宝品牌在品牌塑造与产品设计方面均展现出卓越实力，处于行业领先地位。在本次展览上，知名老字号珠宝品牌老庙携“天官赐福”系列惊艳亮相。该产品系列巧妙地将老庙的“好运”文化元素与国漫动画相结合，生动诠释了传统与潮流的跨界碰撞，为消费者带来全新的视觉与文化体验。高端黄金艺术先锋品牌东家金造展示了与艺术家邱启敬合作的两大系列“观山海”和“观自在”，以及“为马年，寻一只守护神兽”艺术家系列作品，充分展现了品牌从“材料价值”向“设计价值”成功转型的实践成果。

此外，童涵春堂、老城隍庙食品、WEI 蔚蓝之美、上海印象店和上海筷子店等品牌，均在本届长三角文博会上展示了其经典或新款的设计产品，全方位展现了豫园股份旗下各品牌的魅力与实力。



文旅商深度融合

豫园股份获选“世界城市文化优秀案例”

11月14日至16日，由上海市虹口区人民政府指导，上海社会科学院、中共上海市虹口区委宣传部等主办，上海社会科学院文学研究所、上海市虹口区文化和旅游局等承办，豫园股份东方生活美学研究院协办的“2025世界城市文化大会”在虹口区上海大厦举办。本次大会以“AI时代城市文化的新质生态与消费动能”为主题，采用线上线下相结合的形式，吸引了来自多个城市代表、专家学者、文化界与产业界人士上百人齐聚上海，共同探讨人工智能背景下城市文化的创新路径与发展趋势。



开幕式上举行了全球城市文化视频案例发布、“丝路”城市文化研究合作框架协议签约等成果展示环节。豫园股份申报的东方生活美学赋能上海城市文化转型提质发展，具有突出的先进性和引领性，获选“世界城市文化优秀案例”。

本次大会聚焦“AI时代的人文反思与文明对话”“Z世代文化消费驱动下的城市更新”“工业遗韵与可持续城市发展”“人工智能与艺术的未来”“科技、女性与都市风景”等前沿议题，旨在推动跨领域、跨文化的深度交流，为城市文化的未来发展提供新思路与新动能。五个分论坛聚焦不同维度的城市文化议题。学者与从业者从人文反思、Z世代消费、工业遗产活化、AI艺术、女性与都市叙事等角度展开研讨，展现了AI时代城市文化发展的多样性与包容性。

在“文旅新消费创造AI时代城市文化新形态”论坛上，豫园股份副总裁、东方生活美学研究院院长胡俊杰作了分享：豫园是江南文化的代表，老城厢是上海文化之根，未来豫园的发展将着眼于把上海文化的根脉延伸发展，豫园商城会更多地把传统、国潮、国际的业态整合起来。豫园灯会从传统非遗灯彩的传承，近几年大量引入科技和时尚手段，成为了上海最有年味的地方。同时近几年豫园灯会也作为上海文化“走出去”的点，先后出海法国、越南、泰国、新加



坡等地并受到热捧。以豫园灯会为代表的海派文化可以更多地和其他文化相结合，碰撞出更多的火花。

上海商业的核心在豫园地区的老城厢，豫园商城是商业和文化集合的典型。近几年，大量到豫园商城来的游客是为了体验汉族文化，而且体验夜经济的年轻人越来越多，以前年轻客群少，现在年轻客群比重不断提升。此外，外国游客的数量大增，国际游客的比例已经超过国

内游客，未来还有提升的空间。

自2022年起，豫园股份将东方生活美学作为公司置顶战略，致力于成为引领中华文化复兴潮流。作为一家植根上海、植根中国的大型消费产业集团，公司旗下拥有19个中华老字号和一众领先品牌，以及多个全球知名品牌。在国内国际双循环新格局背景下，将积极传递东方生活的美学和美的生活方式，将以东方生活美学为代表的中国文化向世界表达。