



2025年“AI制‘皂’未来”创意大赛暨“走进上海制皂”参访活动顺利举办。

本版均为受访者供图

守正创新 老字号对话Z世代

高校师生“走进上海制皂”活动顺利举办

为了让更多参赛者和AI行业的相关人士,以及有着上海制皂情结的消费者走近制皂、了解制皂的非遗技艺和文化遗产,以及百年发展故事,近日,上海制皂(集团)有限公司联合青年报社共同举办2025年“AI制‘皂’未来”创意大赛暨高校师生“走进上海制皂”的参访活动。

青年报记者 明玉君

创新发展,铸就百年 感受“百年制皂”新风采

本次参访活动吸引了上海交通大学、华东理工大学、华东师范大学、东华大学、上海大学等多所高校师生及企业人士报名。当天,上海制皂集团副总经理黄晶、上海制皂集团有限公司品牌事务部部长朱松华、其他上海制皂工作人员,以及高校师生等近50人参加了活动,现场气氛热烈。

一进上海制皂展厅,上海制皂百年发展墙就映入眼帘,吸引大家驻足观看。那百年的时间轴和各大重点事件仿佛在诉说着企业“创新发展、铸就百年”的光辉历程。数字人阿拉ALA的形象立牌同样吸引了师生的注意,向大家展示了老字号品牌拥抱人工智能的探索之路。

“‘百年企业,百年品牌。’上海制皂作为百年老字号品牌,在发展过程中始终坚持对品质的坚守和对产品的不断创新。”在制皂展厅,大家在上海制皂集团有限公司品牌事务部同事的带领下,了解上海制皂的百年历程里,“蜂花”檀香皂、“上海药皂”、“白丽”、“扇牌”等品牌产品的迭代和创新之处。

师生边走边看,近距离感受制皂产品的风采和品牌魅力,除了不同的品牌系列产品外,现场,大家对动漫联名限定款香

皂、上海之夏精油皂、金榜题名皂、光明联名皂、一大文创联名皂等多款联名产品产生了浓厚的兴趣。

“好香啊,除了肥皂的清香,还能闻到不同的香味,淡雅舒适,沁人心脾。”“原来肥皂也可以如此‘多变’,有这么多种‘玩法’。”“我还看到了冠生园和白象联名的蓄能压缩饼干,这可是我们华东理工大学的学生设计的。”……师生一边参观,一边发出了各种感慨,流连忘返。

玩跨界、拼创意、联校园 持续孵化品牌新势能

紧接着的分享环节,品牌故事视频《一心一皂一百年》和微短剧《天下无螨》,向大家展示了上海制皂的温情一面和勇于破圈的能力。

“除了建造智慧工厂、持续进行技术领域的创新之外,我们还通过多元合作,激发品牌创新活力。”上海制皂集团有限公司相关职能主管介绍说,近年来,上海制皂玩跨界、拼创意、联校园,以设计大赛促共创,并携手二工大推进产学研合作,持续孵化品牌新势能。

伴随品牌影响力的不断提升,企业积极践行社会责任,如上海制皂加入阳光企业联盟,持续推进与特殊群体合作的“蜂花檀香皂手工包装”项目、上海制



活动现场。

皂参与“沃伴成长”公益活动等,以实际行动践行国企责任担当。“这份坚持,让我看见了一个品牌背后真正的公益心和社会担当。”来自东华大学的金同学,对此深表钦佩。

以大赛促共创 鼓励青年大胆创新

“上海制皂可否跟其他老字号品牌联动,进一步升级?”“大赛鼓励使用AI工具,作品聚焦在设计这一领域吗?”“大赛的‘创新性’如何界定?”……答疑环节,大赛主办方根据现场师生提出的有关企业品牌和大赛的问题,逐一解答,现场互动热烈。

针对企业品牌联动、升级问题,大赛主办方表示,鼓励年轻

人破圈、创作,进一步丰富老字号的表达方式,促进品牌联动、升级。“我们鼓励大家使用AI工具进行创作,但并不局限于设计这一方面。无论你是什么专业的,均可以从自身擅长出发,从短视频、设计作品、传播渠道等多角度全方位为企业赋能。”

谈及企业关键词,上海制皂相关负责人员强调:“大众精品,匠心制皂”是公司始终秉持的核心价值观。希望通过“AI制‘皂’未来”创意大赛搭建平台,让年轻人表达想法,拥抱AI,实现“海纳百川、兼容并蓄”。“我们也期待更多有创意和想法的参赛者脱颖而出,有机会进入企业实习或者就业,既能实现自身职业发展,也能推动老字号品牌升级,

共赢多赢。”

此次带队走进上海制皂参访,上海建桥学院艺术设计学院丁易老师感受颇深。她坦言,通过沉浸式观摩互动,看到了丰富的产品创新与品牌联名,在不同时代背景下焕发出蓬勃生机,感受到了“老字号”的强大生命力,以及设计与智能制皂的力量。

“老字号不是停留在回忆里的符号,而是需要新鲜血液注入的生命体。”华东理工大学刘丰毅同学深受启发,他感慨地表示,这次参观不仅了解了制皂工艺的细节,更明白传承与创新的共生关系——唯有守住品质初心,再用新思维、新技术赋能,才能让老字号在新时代持续焕发光彩。

■ 资讯

东方天然植物饮品重塑全球饮品新格局

青年报记者 陈颖婕

本报讯 日前,王老吉国际罐全球发布盛典在上海举办,代表着王老吉全新品牌升级的四款国际罐产品正式发布,开启东方健康哲学全新表达。活动现场,王老吉与大众点评、巨量引擎、淘宝闪购、美团外卖等首批国际罐合作伙伴进行签约,打通多元本土消费场景,以场景绑定习惯,以习惯重塑认知,精准渗透全球“本土生活圈层”,让“东方天然植物饮品”成为全球消费者的日常选择。

王老吉大健康公司副总经理叶继曾表示,作为东方健康哲学的传承者,王老吉的包装与消

费场景不断变化与丰富,但始终坚守天然原料与健康理念。本次发布的四款王老吉国际罐,同样深植传承千年的东方草本智慧,又创新融入无糖、气泡等当代潮流元素,为全球消费者奉上健康饮品新选择,更清晰宣告:一个以植物饮料为主流趋势的时代已然到来。

白云山8月15日披露的2025年半年报印证了这一趋势。财报显示,2025年上半年王老吉大健康公司主营业务收入达到64.99亿元,同比增长8.38%,主营业务利润与净利润均实现双位数增长,分别为12.69%和15.87%。这得益于王老吉持续深挖大健康产品增量,不断强化传统渠

道终端网点覆盖、推进与四大头部餐饮平台深度合作提升餐饮渠道渗透率,以瓶装推广加速抢占即饮市场,并通过创新产品、挖掘品类潜力,培育第二增长曲线。

据悉,王老吉未来会加深海外市场与合作伙伴的深度合作,并逐步覆盖主要国际市场的稳定销售网络,同时公司也将以产品创新适配全球需求、以渠道布局拓展市场边界、以品牌融合传递文化价值的路径,不仅推动东方天然植物饮品在全球市场的认知度提升,更为中国饮品品牌参与全球健康饮品市场竞争、重塑行业格局注入了新的动力。



师生一起参观上海制皂展厅。