

吴良材、茂昌世赛主题活动匠心交融科技

百年制镜匠心邂逅前沿智能视光科技，助力世界技能大赛热度落地魔都。由吴良材、茂昌联合策划的世界技能大赛倒计时100天主题专场活动，日前在南京东路吴良材总店开展，沉浸式感受传统眼镜技艺与现代视光科技双向融合的独特魅力。

本次活动以“让技能走进市民、让科技照亮生活”为核心，依托两大老字号品牌底蕴，一方面传承百年精工制镜手艺，弘扬匠人技能精神；另一方面普及智能视光知识，提供便民护眼服务，打造集专业服务、趣味体验、潮流打卡于一体的全民互动活动，全程免费对外开放，无参与年龄限制。

吴良材门店2至4楼打造五大特色打卡体验区，分区便民、体验多元，一站式满足市民打卡、护眼、养护多重需求。二楼智能眼镜体验区，多款新潮智能眼镜可供试戴，市民可体验智能导航、实时翻译、一键拍照等功能，感受科技便民力量；三楼开设眼镜保养专区，专业技师免费提供镜架维修、整形调校、深度清洁保养服务，为市民眼镜全方位修护焕新；四楼聚焦眼部健康服务，设置三大功能区域：资深视光技师坐镇专业验光区，提供标准化精准验光服务；依托专业仪器开展视觉健康筛查，通过眼底照相、视觉质量检测，帮助市民全面掌握眼部状态；专属干



眼SPA专区，针对性缓解眼干、眼涩、长期视疲劳等都市常见眼部问题，舒缓双眼不适感。活动现场还邀请行业劳模工匠现场分享从业故事，解读眼镜行业百年传承与数字化创新发展历程，搭建大众与技能匠人沟通的桥梁。

百年匠心薪火相传，智能科技赋能民生。伴随着世界技能大赛临近，本次活动打通技能科普与市民生活的连接通道，让精工技艺可视、护眼服务可及。

CP静安潦草小狗 Moonge 上海首展点亮夏日城市情绪



上海盛夏客流高涨，亲子、宠物、城市度假消费迎来旺季。当下消费趋于理性，大众逛商圈不再追逐折扣新品，更渴求安放情绪、舒缓紧绷的治愈空间，商业空间也从交易场所，转型为承载情绪的城市载体。契合大众情绪需求，CP静安落地韩国治愈IP潦草小狗 Moonge 上海首展，摒弃奢华装置，以慵懒柔软的小狗形象，为静安寺高密度商圈注入治愈力量，直击今夏稀缺的情绪需求。

区别于商场IP打卡卖货的浅层运营，CP静安打造沉浸式全域治愈场景，将IP松弛自愈内核融入商场全域。项目打造五大沉浸式艺术场景，覆盖户外大型装置、艺术画展、限时玩偶快闪、中庭氛围布景、夜归光影墙，层层引导游客沉浸式放松。同时联动场内数十家业态品牌，全域诠释潦草治愈主题，打通服饰、餐饮、宠服全品类联动。

展会为期两个半月，商场打造系列周末主题社交活动，搭建城市社交场景。联动沪上马尔济斯俱乐部举办萌宠草坪聚会、宠物泳池派对、马尔济斯相亲会，联合富士相机打造宠物四格艺术拍摄活动，打通人宠、艺术、邻里多元社交，让商场成为都市邻里社交客厅。

本次展会依托全域共创实现长效热度，商场联动场内数十家商户自主打造联名餐品、治愈周边、主题门店，自发营造统一治愈氛围，跳出商场单方运营模式，搭建商户、消费者协同参与的共创生态。同时分阶段迭代场景氛围，搭配线上话题传播，保障暑期活动持续出圈。

此次IP落地，CP静安依托新潮审美、情绪价值、全域共创三大能力，打造暑期城市休闲新场景，为商圈运营提供新思路，也给到都市人松弛自愈的专属空间。

家乐深耕专业调味 赋能中餐发展

近日，家乐专业厨师酱油携手164位跨菜系、跨代际中餐厨师，登陆纽约时代广场核心大屏，于“世界的十字路口”面向全球致敬中餐厨师，让后厨匠心与专业力量走向世界。短片以一滴酱油串联后厨烟火，展现中餐从业者坚守本味、深耕厨艺的行业初心。

作为联合利华饮食策划旗下品牌，家乐秉持“懂厨师，为厨师”初心，多年来持续助力中餐出圈。继2014年助力中餐申遗、2018年创下厨师主题吉尼斯世界纪录后，本次登陆海外大屏，再度为中餐厨师发声，提升中餐行业全球影响力。

相较于家庭烹饪，专业后厨调味标准更为严苛。后厨200℃以上爆炒油温、跨度极大的烹饪时长、多元食材搭配，决定餐厅需要6-8款细分酱油适配不同菜式，调味无法一概而论。瞄准行业痛点，2022年起，家乐联动全国上千位资深厨师深耕调研，正式布局专业厨师酱油赛道，精准落地后厨调味解决方案。

今年5月，家乐推出专业厨师酱油全系列产品，覆盖后厨全烹饪场景。其中鲜上鲜头抽适配爆炒、嗜焗高温菜式，入味留香；自然鲜生抽适配凉拌、小炒，自然提鲜不抢味；上色王老抽解决酱汁发黑难题，上色均匀红亮，全方位满足厨师色香味出品需求。

依托联合利华全球供应链，家乐新建专业化酿造工厂，实现生产全流程闭环管控，甄选红小麦原料，搭配自主研发、一次压榨工艺筑牢产品品质。同时品牌联动中国食品发酵工业研究院，研发酿造工艺、搭建后厨酱油应用标准，推动中餐调味标准化、科学化升级。

从洞察行业需求、研发专业产品，到赋能厨师、亮相国际舞台，家乐始终深耕餐饮赛道。未来品牌将持续立足后厨刚需，完善调味产品矩阵，输出系统化餐饮方案，助力中餐产业提质升级，助力中餐文化走向全球。



上海摩登生活嘉年华点亮南京路

日前，南京路步行街世纪广场迎来都市潮流盛会，由南京路步行街携手GOGOShanghai打造的2026上海摩登生活嘉年华暨上海瑜伽生活嘉年华正式启幕。活动以“瑜伽+”为核心，融合潮流运动、AI科技与时尚消费，为初夏申城激活都市消费活力。

本次活动由黄浦区体育局、黄浦区妇联、上海新世界（集团）有限公司主办，多家属地文旅体育企业承办，盒马、OPPO、光明乳业、优衣库等一众头部品牌齐聚现场，集中发布2026夏季新品，联动商圈打造科技商业破圈新模式，助力夜间消费提质升级。

两大特色夜场活动接续上线，打造年轻化社交运动场景。其中摩登荧光网球活动联动运动品牌Wilson及网球社群，落地轻量化街头网球互动，将繁华步行街打造为氛围感城市荧光运动场，市民可沉浸式体验挥拍运动乐趣。紧随其后的荧光瑜伽活动，由健身品牌SPACE资深导师带队，接轨国际潮流瑜伽玩法，参与者佩戴荧光手环沉浸式习练，让闹市变身治愈解压的都市绿洲，契合都市人群舒缓压力、社交休闲需求。

本次系列活动联动多元消费品牌，覆盖健康饮食、数码影像、美妆护肤、服饰穿搭等多元生活赛道。各大品牌结合城市生活需求，推出适配都市人群的新品好物，兼顾健康理念、国风美学与实用功能，全方位适配市民夏日出行、休闲养生消费需求。

本次夜场活动落地，持续探索城市公共空间创新运营模式。活动既展示上海人工智能、智慧城市建设成果，赋能地标商圈商业活力，也实现城市空间价值、消费活力与科技展示力多方共赢，进一步擦亮南京路城市文旅名片，助力上海夜间经济与潮流生活业态长效发展。



世纪联华世纪店赋能实体零售转型

当下实体零售迈入存量精细化竞争阶段，行业竞争已脱离低价内卷，转向商品实力、供应链效率与线下场景深耕。日前，联华股份迭代打造的“超值高效”全新店型——世纪联华世纪店落地浦东开业。门店依托“金牌挑手”核心机制，搭建“1+1+1”商品力体系，依托全链路供应链优化、自有商品规模化运营、社区场景深度绑定，打造超值、高效、便民的新式商超模型，为本土实体零售转型打造可复制标杆。

门店依托三大供应链实战模式筑牢商品优势。其一为产地共建模式，门店联动云南普洱供销社，直连11300户种植农户，统一管控种植、采收、品控全流程，实现农超点对点供货，保障果蔬、杂粮品质稳定，搭建长效产地合作体系。其二为产区定制模式，依托源头直采优势推出独家平价爆品，依托供应链压缩溢价，实现高端好物平民化。其三为柔性供应链模式，针对龙泉驿水蜜桃，采用小批量市场测试+产地分级分选模式，前置管控货品损耗，平衡经营风险，打造时令生鲜引流爆款。

终端运营层面，世纪店依托“金牌挑手”严选机制删



减低效长尾SKU，聚焦居民三餐刚需，标准化陈列定价，精细化运营大单品，重点孵化自有品牌、生鲜引流、民生刚需三大品类，提速货品周转，提升门店坪效、人效。同时门店打造“社群食堂”私域模式，依托食材科普、社群团购、预约配送等服务，深耕社区客群，打通社区配送最后一公里，稳固用户复购与品牌粘性。

作为本土民生零售企业，联华将以世纪店为样板，持续完善选品体系、深耕源头供应链、优化便民场景，规模化复制新式店型，依托硬核供应链与商品力服务民生消费，助力传统实体零售高质量转型。

