

和府捞面用“透明菜单”拉开了 3.0 战略

今年 7 月，和府捞面全国门店统一上线全新“透明菜单”，正式拉开品牌 3.0 战略升级序幕。新版菜单全面升级展示维度，清晰标注食材产地、制作工艺，精准区分门店现制与央厨品类，明确披露产品加工属性，摒弃行业模糊化宣传，让消费者用餐更透明、更安心。此次升级不仅是菜单迭代，更是品牌从“卖产品”到“卖标准”、从“拼规模”到“拼透明”的行业革新。

深耕中式面食行业 14 年，和府捞面坚守“务必求鲜，务必求真”核心理念，以“三味浓汤”为产品主线，完成品牌三次战略进阶。品牌从 1.0 阶段凭借草本骨汤、书房文化实现赛道差异化突围，2.0 阶段夯实供应链体系、主打有机优质食材，如今迈入 3.0 全域品质革命阶段，实现从做好产品，到建立行业标准、坚持透明经营、赋能行业发展的战略跃迁，将品质理念贯穿食品管控全链路。截至 2026 年 6 月，和府捞面累计售出超 3.6 亿碗面，积累了扎实的用户口碑。

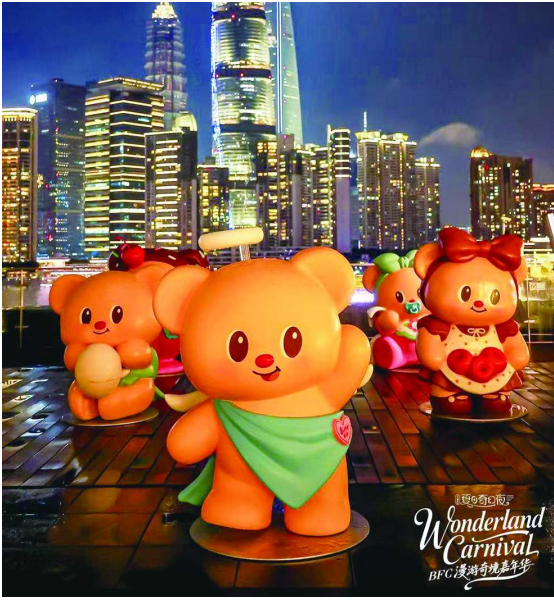
随着国民健康消费意识升级，消费者愈发关注食材溯源与制作工艺，对餐饮透明化提出更高要求。为此，和府捞面启动系统性品质升级，以透明化为核心，打通供应链与门店全流



程，切实保障消费者知情权。品牌依托十四年行业积淀，打造草本、番茄、酸辣三大招牌汤底，搭配经典面食与各地优质食材，构建兼顾口感与营养的完善产品体系。

此次透明菜单升级先试后行，4 月底率先在上海试点落地，门店现制品类占比达 89%，凭借清晰透明的信息展示收获良好市场反响，有效提升用户好感度与复购率。基于成熟试点经验，品牌 6 月完成全国门店菜单换新，全方位破除消费信息差。

大豫园双园联动开启“夏日奇幻夜”



夏夜晚风拂过黄浦江畔，大豫园“夏日奇幻夜”璀璨启幕。活动贯穿 7 至 8 月，联动外滩 BFC 与豫园商城两大核心地标，创新打造双乐园、三条奇幻动线，串联起潮流外滩与古典老街，以古今交融的沉浸式场景，为市民游客打造全年龄段

的夏日奇遇盛宴。

本次盛会打破游玩边界，构筑一潮一古的双重狂欢。BFC 外滩金融中心化身漫游奇境嘉年华，重磅落地黄油小熊烘焙工坊上海首展、B 站国创 IP 场景与夏日水世界；豫园商城则开启万物有灵游园会，集结《天官赐福》《罗小黑战记》等四大头部国创 IP，依托飞檐翘角的中式古韵，打造 AR 光影沉浸式国风剧情体验，游客可游园打卡、互动解锁隐藏彩蛋，沉浸式感受国风美学魅力。

三条特色奇幻动线贯穿全域，串联起外滩滨江、星穹甜熊巷、万物灵境街三大场景，虚实交织、步步皆景，实现全域沉浸式游玩体验。其中，32 只软萌黄油小熊装置空降 BFC，成为核心打卡亮点。活动期间，黄油小熊姐妹同台首秀，同步上线 50 余款烘焙新品，联动打造主题糖水店，集结 50+ 品牌开启外滩甜品市集，解锁治愈夏日烟火气。

夏日清凉玩法同步升级，BFC 千平方米沉浸式水世界重磅回归，新增低龄幼儿专属戏水区，搭配亲子闯关、大众戏水区，适配全家庭出游需求。同时解锁夜间成人专场、水上微醺夜等潮流场次，兼顾亲子嬉闹与年轻群体狂欢。此外，项目联动泰国王驻上海总领事馆落地泰文化周，复刻泰国泼水节，搭配泰式美食、泰拳表演，叠加外滩露天音乐季、轮换主题市集与全域 NPC 互动，持续激活夏夜消费活力。

文化艺术体验同步加码，复星艺术中心开启可持续发展主题国际展览，汇聚多国创新案例。国内首创沉浸式金鱼剧场也将登陆 BFC，以活体金鱼、人文剧情与数字光影科技，打造治愈系中式美学体验，为外滩夏夜增添多元文艺底色。

上海服务消费“+”年华启动

“2026 第三届上海服务消费‘+’年华暨西岸国际科技消费嘉年华”预热活动日前在徐汇西岸梦中心与龙华码头正式启幕。本次活动由上海市商务委员会指导、上海市服务消费促进会主办、上海东浩兰生元数文化科技有限公司承办，以“智启新服务 潮领新消费”为主题，融合硬核科技、人文艺术、活力体育与市井烟火，为申城夏日解锁全新消费活力。

当前，服务消费已成为拉动上海内需的核心动能，增速持续领跑社零总额。作为 2026 年“服务消费季”与“上海之夏”的重要板块，本届活动立足多维创新，以“服务+”模式打造全新消费场景，涵盖“服务+科技”“服务+文化”“服务+体育”“服务+美食”等多元形态，全方位展示上海国际消费中心城市的建设成果与城市魅力。

本次活动兼具科技质感与潮流氛围，尽显魔都时尚活力。浦西白玉兰观景台上上演赛博朋克高空派对，上生·新所等老牌建筑变身沉浸式戏剧舞台；瑞虹新天地将开展超 200 场体育赛事，七夕期间还将推出集体婚礼、专属消费券等婚恋主题配套活动。同时，前滩啤酒甜品节、七宝古镇非遗伏羊节等特色活动遍地开花，串联起全城地标夜经济场景，丰富市民夏日消费体验。

科技体验是本次嘉年华的核心亮点。将于 10 月 22 日至 25 日举办的西岸国际科技消费嘉年华，依托徐汇科技消费产业优势，聚焦机器人应用、AI 娱乐、智能康养等前沿领域，打造全球首个全场景未来生活展示区。活动联动世界人工智能大会，搭建沉浸式人机互动体验区，各大商圈也上线二次元沉浸式空间、AI 智能体验展区，实现“逛街即看展”的新型消费模式。



三丽鸥家族日晒海岛派对 登陆上海苏河湾万象天地

即日起至 8 月 30 日，全球知名 IP 三丽鸥家族晒黑系列空降上海苏河湾万象天地，重磅开启“日晒海岛派对”大型主题展览。作为华东区域首次落地的三丽鸥该主题展，本次活动以特色主题展区与限定快闪店为核心，融合人气 IP 形象、潮酷设计与海岛风情，为都市青年与亲子家庭打造沉浸式城市夏日度假新体验。

整场展览空间设计巧思满满，全方位复刻海滨度假场景。展区入口核心环岛处，身着红色泳装、脚踏冲浪板的巨型晒黑版 Hello Kitty 伫立制高点，活力十足，成为全场标志性打卡点位。西里慎余里广场外墙化作巨型夏日画布，八大角色集体亮相，以治愈群像拉近与观众的距离，唤醒夏日浪漫情怀。广场中心的超大型海浪艺术装置尤为吸睛，立体还原海岛场景：酷洛米与帕恰狗竞技冲浪、美乐蒂泛舟海岸、布丁狗惬意躺卧晒太阳、大耳狗静望海岸，生动勾勒出鲜活的夏日海滨图景。

除沉浸式观展体验外，LG2 西里室外中庭的限定快闪店带来超多专属惊喜。展览期间，门店独家发售毛绒玩偶、生活好物、文创潮品等多款限定周边，稀缺属性拉满。现场还设置主题大头贴机，专属海岛滤镜为游客留存独特的夏日纪念。

依托“上为公园、下为峡谷”的独特空间结构，上海苏河湾万象天地素来擅长以巨型 IP 装置打造城市热点。继长腿男孩、潦草小狗等爆款场景后，本次三丽鸥主题展再度实现商业与文化的深度融合。活动创新演绎多元夏日生活方式，具象化“城市度假”新潮理念，足不出城即可解锁沉浸式海岛狂欢，全方位满足大众社交、娱乐、文化消费的多元需求，为上海暑期商圈注入鲜活的夏日活力。



“世界树之巅主题店”开启玛雅探秘新玩法

雨林秘境藏千年文明，古今交融焕盛夏商机。日前，依托上海博物馆“世界树之巅：美洲古代文明大展”，百联·世界树之巅主题店登陆南京路步行街 via·1719 吴良材新视场。本次活动汇聚多方领导出席，是百联集团以文化赋能商业、推进文商深度融合的创新实践，为“上海之夏”国际消费季注入全新活力。

主题店以美洲文明核心符号“世界树”为设计核心，通过虚实结合的策展方式，将玛雅、阿兹特克、印加等古老文明引入繁华商圈。店内设置“灵栖雨林”“星象奇观”等四大主题板块，以沉浸式动线串联古文明脉络。市民游客可体验玛雅 VR 探索展，探秘千年古城遗迹，还能打卡专属纪念印章、选购同款文创、品尝限定美食，无需预约即可实现一站式休闲体验。

本次活动推出重磅票根福利，打通文博与消费双向流量。市民参观上博展览后，可通过 i 百联小程序“联联 GO”核验票根，解锁专属消费权益，福利覆盖百联全业态门店及



南京路商圈多元业态，一张票根串联起展厅文脉与城市烟火，让观展之旅升级为全城文化漫游。

百联集团全业态联动赋能 IP 落地，旗下多个业务板块搭建完整合作链路。老字号门店焕新沉浸式体验空间，金融板块推出联名主题卡，商超打造主题市集与“博物馆嗨购夜”，各业态纷纷推出主题饮品、特色商品及专属消费权益，全方位释放文化 IP 消费势能。

作为 2026 百联酷暑潮流月的核心环节，本次活动联动“购、游、玩、赛”多元场景，投放亿级消费券，叠加入境礼遇、离境退税等便民服务。同时结合世界杯、二次元、亲子科普、潮流运动等丰富活动，覆盖全年龄段社群，持续激活夏日消费市场，以文商融合新模式，为上海国际消费中心城市建设增添别样风采。

