

上海咖啡产业将从“规模扩张”转向“品质提升”

上海已连续多年蝉联全球咖啡馆数量之最，目前总数已突破 10000 家。2026 年，上海将积极推动咖啡与文创产业深度融合，拓展产业发展新空间，推动产业链资源高效对接，助力上海咖啡产业实现从“规模扩张”向“品质提升”的战略转型。这是日前在上海市食品协会咖啡专业委员会第三届年会上传出的信息。本次年会以“从规模到声誉：上海咖啡的质量深耕与全球表达”为主题，上海市食品协会会长李林、常务副会长高克敏出席活动，并在会上强调要以科技创新推动行业高质量发展。

在本次会议上，大闽国际、恒天然、Tim Hortons 天好咖啡、NOWWA 挪瓦咖啡、一尺花园、% Arabica、mings 铭氏咖啡、大正咖啡等众多行业领军企业代表、专家学者及产业链上下游从业者共 100 余人与会，共商产业发展大计。长三角咖啡行业协会会长丁山特别代表何春来出席并致辞。市食协咖啡专委会秘书长施骏代表专委会作年度工作报告。大闽国际、TALENT 才俊咖啡、更森文化、上海市现代食品职业技能培训中心等会员单位代表围绕年会主题，就品牌建设、科技创新、人才培养、跨界融合与技能提升等议题展开了深入交流与探讨。



据常务副会长高克敏介绍，全国咖啡师职业技能竞赛已被列为今年上海市职工职业技能竞赛五大正式赛项之一，与咖啡行业发展紧密相关，为行业高质量发展提供坚实的人才保障。会长李林表示，“全球表达”并非简单跟随国际潮流，而是立足本土的文化自信，希望咖啡企业坚持以“中国味蕾”为核心，推动本土咖啡品牌国际化进程。

第一八佰伴 “绽放时 VIP MONTH”会员节启幕

为响应“文商旅体展”融合发展号召，第一八佰伴于 3 月 27 日至 4 月 23 日举办“绽放时 VIP MONTH”会员节。活动升级传统专场答谢模式，深度联动“上海之春国际音乐节”“上海国际花卉节”两大市级文旅 IP，围绕文化艺术、美食娱乐、品牌体验、全场大促四大板块，以积分升级、梯度礼遇、品牌联动等形式，打造沉浸式消费盛宴，强化城市生活目的地品牌形象。

本次会员节首次实现两大文旅 IP 深度联动。3 月 27 日，“上海之春国际音乐节”启动仪式在外广场启幕，带来声乐、器乐、舞蹈等展演，4 月将上演手风琴专场演出。会员可凭相关场馆演出票根兑换餐饮、娱乐等福利券包，实现权益互通。4 月中旬起，商场联动上海国际花卉节打造主题美陈，开展打卡赠礼、簪花巡游、限定优惠及手作沙龙等活动，双层巡游巴士也将亮相广场，成为春日打卡地标。会员礼遇同步全面升级，活动推出全梯度升级礼遇，会员等级提升可参与抽奖，赢取美妆、金豆、影像设备等好礼；新会员注册即享无门槛券与停车券，消费满额可叠加多重福利。商场特设“文旅+生活”积分兑换专区，会员可用积分兑换美术馆、剧院、电影票及景区门票、下午茶、欢唱券等，大幅提升积分价值。

此外，商场联合 SISLEY、修丽可、安踏冠军等品牌推出专属优惠与私享沙龙，开设护肤分享、攀岩体验、亲子手作等活动。4 月 18 日至 19 日开启全场大促，叠加品牌券与积分权益，掀起春日消费热潮。

第一八佰伴以文商旅融合为纽带，为消费者带来一场兼具艺术氛围与消费惊喜的城市春日之约。



乐事依托“供应链”以“时间撬动舌尖”



从广东湛江乐事自有农场采收的新鲜土豆，到包装完成的香脆薯片，仅需 24 小时。今年，乐事在延续“24 小时现收鲜切”核心承诺的基础上，推出系列创新升级举措，为消费者带来全新春日味觉盛宴，开启“新鲜溯源”之旅，实现春日体验全面升维。

乐事坚守“24 小时现收鲜切”严苛标准，将马铃薯

从田间采收至装袋的全过程严格控制在 24 小时内，最大程度锁住春收土豆的自然馨香与营养。包装上植入的溯源二维码，让消费者扫码即可查看全链路信息，实现新鲜全程可视。同时，携手代言人宋雨琦，推出自然本味、清新黄瓜味、柠香海盐味三款限定风味，搭配“春季限时供应”机制，将春日气息装进包装袋，产品视觉也同步焕新，凸显新鲜质感。

乐事更重构全链路体验，邀请百名消费者乘包机亲临湛江农场，在“土豆大学”和“全土豆宴”中，沉浸式见证从泥土到舌尖的奇迹。线上则借助宋雨琦与于谦的反差萌组合，以“多新鲜呐”引爆社交传播，同时创新入驻超市生鲜区，延伸新鲜体验场景。

这一系列举措，既以透明化与互动性夯实了品质信任，更以“24 小时”标准重新定义零食新鲜感知。背后是乐事及百事集团深耕农业与供应链的支撑，通过先进农艺与高效供应链，构筑起独特差异化优势。业内人士表示，乐事凭借深厚供应链底蕴，以创新驱动产品与体验双重升级，为零售渠道注入差异化商品，也为休闲食品行业探索出创新路径。

上海启动第七轮家电数码补贴

为落实国家促消费政策，根据《上海市 2026 年落实国家家电以旧换新、数码和智能产品购新补贴政策实施细则》，上海将发放第七轮“家电以旧换新、数码和智能产品购新”补贴资格券，线上报名通道已正式开启。

本次活动面向上海市内个人消费者，采用“报名、摇号、发券、核销”流程，消费者可登录指定服务机构 APP 选择品类报名，同品类仅能选择线上或线下一个专区参与，2026 年已享受对应品类补贴者不可重复报名。报名信息提交后不可修改，成功报名将占用品类资格，中签结果公布前无法申领外省市同品类券。

报名结束后，信息将由第三方公证机构限量摇号，确保公平公正。4 月 1 日 12:00 至 24:00 发放中签资格券，4 月 1 日 12:00 至 4 月 3 日 24:00 可查询结果，中签券自动发放至账户，线上与线下券不通用。资格券按券面有效期核销，逾期作废，未中签资格将释放，消费者可与后续轮次。

活动明确多项规则：单笔订单限用 1 券购 1 件商品，不找零、不兑现，严禁用于团购券、预付卡等，资格券仅限本人使用。全额退货次日返还资格券（有效期不变），部分退货不返还；不正当获取优惠将被取消资格。此外，活动同步推出企业优惠券，可至线下门店核销，与政府补贴不可叠加。



“茸融之间”共赴人宠时尚盛宴

上海正以建设国际消费中心城市为引领，持续深化文商旅体展融合创新，丰富宠物友好型多元消费场景，升级都市文旅服务供给，以时尚创意赋能宠物产业，培育具有全球影响力的城市消费新名片，不断彰显上海开放包容的城市气质与高品质生活标杆地位。

日前，第六届上海宠物时装周于上海国际时尚中心隆重开幕，共襄这一引领人宠时尚潮流、彰显产业标杆地位的年度盛典。

第六届上海宠物时装周以“茸融之间”为主题，作为中国宠物时尚产业风向标，为期三天，以上海国际时尚中心为核心，线上线下融合打造可看可玩可购的全域消费区，成为观察城市宠物消费活力的窗口。

本次时装周国际化水平提升，吸引美、意、法等



品牌同步参与形成双向互动。DAQOAB、拉夫威尔、Petstar 等品牌呈现特色大秀，同时官宣出海计划，助力本土品牌进军欧美市场。

活动推动传统行业跨界融合，东芝、万豪旅享家、莲花等品牌携手亮相，覆盖家电、出行等领域，IQAir 与霍尼韦尔提供空气净化保障。还引入“鳞与时光”爬宠特展及艺术展，丰富人宠时尚边界。

时装周联动全城打造消费体验季，依托 PET 无限联盟推出购物地图，汇聚数百家定制品牌，同步开启宠物时尚周末，结合公益领养活动，激活“它经济”动能，助力城市消费提振。

