



大白兔卖奶茶 屈臣氏秀美妆

首店集聚首展纷呈,上海首发经济热度持续

本报记者 张钰芸 通讯员 代杨龙

漫步南京路步行街,与一杯香浓醇厚的大白兔云朵芝士茶不期而遇;徜徉徐汇滨江,百年工业遗存与当代制表艺术温柔邂逅;走进屈臣氏全新概念店“Watsons Studio”全国首店,化身为自己的形象主理人;“跑”进 Salomon (萨洛蒙)全球首个24小时跑者空间,掌控生活的节奏与自由……

正值2026“首发上海”活动期间,申城消费市场持续释放强劲活力,一系列首店、首展、首发活动密集落地,从国民品牌的创新延伸到国际品牌的前沿布局,从零售场景的迭代升级到多元体验的全新呈现,全方位彰显着上海首发经济的火爆热度与独特魅力。



扫码看视频



■ 国民奶茶“大白兔”首店亮相南京路步行街

本报记者 刘歆 摄



▲ 上海环球港屈臣氏概念店全国首店

▲ 上海西岸梦中心船坞码头浪琴表“造浪时刻”限时体验空间

除署名外均为受访者供图

老字号破圈

国民IP贴进了新消费

“我平时不喝奶茶的,但遇到大白兔奶茶一定要试试。”昨天下午,游客胡先生举起一杯大白兔奶茶,以外滩建筑群为背景,拍下了一张游客打卡照。4月20日,大白兔奶茶首店在南京路步行街上正式开业,前来尝鲜的市民游客络绎不绝。

原味牛乳茶、云朵芝士茶、咸香花生露、话梅乌龙茶,记者在店内看到,这四款新品既传承了大白兔标志性的甜蜜基因,又通过茶饮基底、绵密奶盖与坚果配料的多元搭配,兼顾怀旧情怀与创新口感,契合当下消费者的味觉需求。

“我是吃着大白兔奶糖长大的,这款原味牛乳茶,每一口都像亲手剥开奶糖纸、尝到第一口甜的瞬间。”来自浙江的游客何先生将4种口味一网打尽,一共买了8杯大白兔奶茶,装了满满一箱,准备和同行的朋友分享。

市民陈女士和丈夫排队半小时,只为重温儿时滋味:“买了原味和咸香花生露两款奶茶,就是记忆里的味道。”她说,咸香花生露口感层次丰富,奶香、茶香与花生香交织,恰似一颗香浓的大白兔花生牛轧糖。

“2019年,大白兔首次尝试在LuOne凯德晶萃开设大白兔奶茶快闪店,开业当天就创下了单日最高销售2000杯以上的惊人纪录,刷新了业界对老字号跨界能力的认知。”大白兔相关负责人表示,大白兔承载着几代人的甜蜜记忆,此次大白兔奶茶首店的亮相,是“国民奶糖”跃升到“潮流IP”的尝试,希望这只陪伴几代人成长的大白兔,继续甜进每一代人的心。

同一天,上海环球港也迎来一家全国首店——屈臣氏全新概念店“Watsons Studio”。作为品牌探索“一店一策”模式的首个落地门店,该店以差异化布局和沉浸式体验,吸引了不少年轻消费者到场打卡体验,成为申城首店经济中的又一亮点。

记者在现场看到,与常规屈臣氏门店相比,这家首店最大的亮点是其独特的动线设计——以“内在养护到外在妆造”的日常变美逻辑规划陈列区域。从健康管理、护肤、身体护理,到彩妆、发型造型,各

个陈列场景贴合消费者的日常生活使用习惯,构建起集前沿健康美容资讯获取、交互体验、精准选购、个性化服务于一体的体验闭环。

新品集聚与互动参与感也是一大特色。门店工作人员介绍,店内近四成商品为新品,特别是入口处设置的新品发布区,消费者可以在此体验几十款新品,从国货“成分党”到海外新品牌,从美妆护肤到口腔护理,每四周为一个档期,更换新品。

值得一提的是,消费者还能参与新品投票,自己喜爱的产品若获得高票数,将有机会在全国更多屈臣氏门店上线。现场不少年轻消费者主动参与投票,有年轻人说道:“能参与决定新品上架,感觉很有参与感,也能买到自己真正喜欢的东西。”

国际大牌扎堆

沉浸式体验玩出新花样

上周末,上海西岸梦中心船坞码头化身一片“城市中的海岸”,浪琴表“造浪时刻”限时体验空间在此开启。同一时刻,萨洛蒙“跑者之境·昼夜纵行”跑者空间在华山路开放。动静之间,上海首发经济持续拓宽边界,成为消费升级的引领者。

区别于传统车展,浪琴表在这片融合工业历史与当代艺术气息的滨水场域,将新品发布与沉浸式体验相结合,通过八大主题展区,开启一场贯穿视觉、听觉、嗅觉、触觉与味觉的沉浸式造浪之旅。记者了解到,这也是浪琴表在中国首发新品的唯一一站。

步入“潮汐香序”展区,极具设计感的香氛石装置静静陈列,轻嗅之间仿佛置身海岸;转角来到“腕间海岸”展区,各式矿石错落摆放,指尖轻触,便能清晰感知其细腻质感与莹润光泽。移步至新品展示区,全新康卡斯潜水系列腕表悉数亮相,参观者可近距离观赏、亲手触摸,在沉浸式体验中,直观感受新品腕表的匠心工艺与独特魅力。夜幕降临,“逐浪剧场”化身光影与音乐的舞台,午后还有LEONWILL乐队带来现场演出,以多元内容共谱逐浪乐章。

萨洛蒙全球首个“跑者之境·昼夜纵行”跑者空间则为都市跑者打造了一个可随时抵达、沉浸、出发的运动生活据点,带

来区别于传统运动消费的全新体验。一双沾着泥土的跑鞋,鞋头磨损的痕迹诉说着曾在山野间奔跑的故事;一件有点旧的护膝,见证了跑者戴着它走路,到慢慢跑起来的经历;还有几双从大到小的狗狗跑鞋,是它和主人一起出现在赛道上的最佳证明。

记者在现场看到,首展空间内不仅有艺术家操刀的装置,还有真实的跑者群像。特别是上百位跑者提供的装备,从山野到城市,承载着自己与跑友的故事。萨洛蒙还联合18家跑团,推出社群活动与城市路跑体验,涵盖宠物跑、黄油跑、城市模拟越野跑、地球日观夜行等多元形式,覆盖晨光、午间、夜色、无界四大时区,让不同需求的跑者都能找到属于自己的跑步乐趣。

国际品牌在上海的布局,不仅限于一款新品的发布、一次首展的亮相,而且呈现出一种系统化的战略深耕。日前,亚洲首家沙宣美业在上海杨浦区迎来首批学员开学,作为沙宣迈入汉高时代后的核心落地举措,该项目入选2026“首发上海”系列活动,将全球领先的美业教育体系落地上海,为行业输送专业人才,也为上海首发经济增添了美业教育的全新场景。

以全球标准培养中国本土发型师,沙宣美业教育总监刘伟荣表示,这里不仅教授剪裁技艺,更传递探索美的思维方式,为中国美业补齐专业教育“基建短板”,推动行业从流量驱动回归匠心本质,助力上海打造国际美业教育新高地。

汉高消费品品牌业务部专业渠道总经理潘芸进一步介绍,沙宣美业将打造“一城一院一连锁”创新模式,将沙宣沙龙作为学员的就业承接与实战成长空间,帮助他们在真实的商业环境中持续成长。同时将全球领先的沙龙教育体系、剪裁技艺与发丝护理科研成果落地中国,打造美业领域首发标杆。

政策加持

上海首发经济再次提速

2018年至今,上海累计引进各类首店超过8400家,仅2025年全年就新增首店1093家,其中全国、亚洲乃至全球级别的高能级首店占比达到16.8%。而在今年1—2

月,上海新增首店128家,其中高能级首店占比已经提升到22.7%。

在上海,首发经济从来不是一个抽象的概念。它是你在张园亲手摸到的全球首发新品,是在新天地看完秀就能买到的同款服饰,是漫步南京西路、淮海中路等核心商圈,就能打卡的全球顶尖品牌标杆门店。

全球品牌为什么愿意把最新的产品、最高规格的活动、最核心的首店放在上海?因为这里有一套全流程的政策服务体系,让品牌来得了、落得下、办得好,也有成熟的消费市场,消费者对新品潮品的接纳度高,愿意为创新产品买单,成为全球新品的“试金石”、潮流话题的“策源地”。

在前不久举行的2026“首发上海”活动启动仪式上,上海市商务委发布了“首发上海”4.0版支持政策,以制度创新、资金支持、保障配套三轮驱动,打造国际一流首发经济营商环境。资金支持方面,新增对打造首发经济集聚区、首发中心、品牌孵化平台的支持,持续对亚洲及以上首店、高规格首发首秀活动、展会首发和构建专业服务生态圈的支持,资金支持最高可达120万元。同时,各区也出台区级配套支持政策,形成了市区联动的支持体系。

此外,为了让全球新品更快地和消费者见面,上海在去年首创了“首发+白名单”通关便利政策。一年来,已有34家跨国品牌总部、60个国际品牌,3万余款新品享受了该项便利政策,累计进口新品1.73万批、货值4.09亿元,通关时长压缩80%,更多新品可以快速出现在秀台和柜台;而且,过去要提前很久筹备的新品发布,现在也可以更快地落地上海。

业内人士表示,上海已经形成了“首店—首秀—首展—首发”全链条产业生态圈,从新品发布、市场测试到渠道落地、品牌孵化形成闭环。“依托进博会、上海时装周、CBE美博会等高能级展会,上海为品牌提供了国际化展示舞台,而首发活动可以快速连接市场资源,实现从流量、口碑到销售的高效转化,并从上海进一步辐射到中国大市场,乃至全球,实现‘上海首发、全球回响’的效应。”