

脑电波捕捉感受 闻香真可识人

第30届CBE美博会在沪开幕,8万件美妆新品与科技成果集中亮相

现场体验香气可视化

香氛赛道持续升级,前沿科技让情绪消费更具质感。连续五年参展CBE的颖通集团,今年携旗下47个品牌亮相,其中CULTI库俐缇、ZEGNA杰尼亚、MERCEDEZ-BENZ梅赛德斯奔驰、CARRIERE FRERES植物学家等六大香水品牌首次登陆CBE,更有14款香水香氛新品迎来全球及中国首发,以多元品牌矩阵满足中国市场多样化需求。

伴随情绪消费和体验经济崛起,香氛早已跳出单纯装饰范畴,成为大众舒缓情绪、表达个性的重要载体。行业竞争也从基础香型比拼,升级为场景、情绪、科学价值的综合角逐。展会现场,颖通集团带来脑电波香气情绪检测等前沿科技互动体验。观众佩戴脑电波检测头

人声鼎沸、香氛萦绕,第30届CBE中国美容博览会昨天在上海新国际博览中心开幕。作为全球美妆产业链的重要展会,本届展会汇聚全球40多个国家和地区的3200余

套闻香后,仪器即可捕捉脑电波,将香气引发的放松、愉悦等主观感受,转化为可视化的数据图表。这一“香气可视化”体验,让抽象嗅觉变得具象可量化,推动香氛产业从感性审美迈向理性科学赛道。

“中国香氛市场正在进入从规模扩张走向价值运营的新阶段。”作为连续多届担任CBE品牌联盟副主席的行业专家,颖通集团首席执行官官林荆表示,行业未来竞争聚焦渠道效率与场景适配能力,企业需依托完善品牌生态赋能行业发展。

家企业,集中展出8万件美妆新品与科技成果。智能检测、科技护肤、天然植护、美妆出海等赛道亮点纷呈,以科技与美学深度碰撞,打造中国式美丽新范式。

首席运营官王巍补充道:“当下香氛行业消费与经营逻辑双重重构,我们希望通过持续的产品创新、科学实证研究、B端场景化赋能,为消费者提供更精准、更健康、更适配本土场景的香氛体验,与渠道伙伴携手共同实现产业长期高质量发展。”

肌肤检测不再靠肉眼

除了香氛黑科技,AI智能护肤同样成为展会亮点。在科技美容专区,各类智能美肤仪器层出不穷,让肌肤检测与护理更加高效精准。

朗黛医疗带来的智能面部拍照仪M15A为全球首发,吸引大批观众驻足体验。工作人员介绍,该设备搭载4800万像素摄像头与德国光路处理技术,通过多光谱成像精准识别肌肤状态指标,结合深度学习算法生成可视化“肌肤健康指数”。体验者端坐仪器前,一键即可完成多光谱拍摄,屏幕上立体呈现3D人脸模型以及皮肤层的细纹和黑色素分布,可检测毛孔、色斑、纹理、弹性等十大肌肤维度数据,自动生成专业肌肤健康报告,并匹配

个性化护理方案。

“过去肌肤检测靠肉眼,现在靠数据说话。”朗黛医疗销售代表刘琳琳介绍,公司已拥有60余项专利,产品覆盖全球180多个国家和地区,此次首发新品专为皮肤管理中心、美容院线、美容医师定制,支持物联网嫁接与软件定制,助力美业门店实现数字化精准服务。

智美科技展位,NASX超透白2.0智能仪主打科技护肤。“这款仪器采用涡流共振核心技术,能大幅提升护肤成分渗透效率。”智美科技测试管理叶佳仪现场演示讲解,只需30分钟即可完成清洁、滋养、抗衰五维护肤流程,改善毛孔粗大等问题。目前该企业正积极开拓东南亚、欧美等海外市场,助力国产美容科技智造出海。

通讯员 代杨龙 本报记者 张钰芸

本报讯(记者 金旻矣)为持续激活城市滨水绿色空间,打造全民共享的高品质公共休闲场景,上海滨江森林公园昨天重磅推出2026年奇妙运动系列主题活动。活动由“全能少年三项赛”“上海滨江森林公园第四届森林乐享节”组成,以生态赋能、文体融合、全民友好、全龄参与为宗旨,深度融合自然生态、体育竞技、文化艺术、亲子休闲、创意互动等多元业态,构建常态化、品牌化、场景化的滨江特色活动矩阵,全面深化“公园+”发展模式,为上海公园城市建设注入滨江活力。

作为2026年度首场群众性体育拓展活动,“全能少年三项赛”将于5月23日至24日活力开启。活动以上海滨江森林公园天然森林环境为赛场,打破传统运动场景边界,设置亲子冒险跑、草地卡丁车、林间皮划艇三大特色运动项目,让少年儿童在亲近自然的过程中释放活力、挑战自我,在家庭协作中增进亲子联结,打造“自然体育、亲子共融”的沉浸式运动体验,为全年系列活动拉开活力序幕。紧随初夏

来场草地卡丁车赛

上海滨江森林公园发布奇妙运动系列主题活动

运动序曲,公园年度重磅品牌活动也将在金秋十月接力亮相,持续为市民打造全季候、高品质的休闲体验。

上海滨江森林公园“森林乐享节”已连续成功举办三届,今年活动将于国庆黄金周全面升级回归,以三大特色板块嗨翻七天,为全家打造一站式欢乐运动盛宴。活动引入专业越野勇士障碍赛,设置2.5公里以上障碍路线与15项惊险刺激关卡,让青少年在挑战中磨砺意志、超越自我;同步推出绳类健康运动会,融合亲子协同跳绳、三角拔河、空竹与陀螺非遗体验、风筝DIY等项目,兼顾趣味与竞技,传递传统运动文化魅力。

为期7天的“森林体育嘉年华”更将带来多重惊喜,森林体育市集汇集十余项趣味体验项目;运动体验公开课邀请专业教练手把手教学热身团操、匹克球、腰旗橄榄球、流瑜伽等热门健身项目;健身知识科普展则以轻松易懂的方式传递科学健身理念。市民还可通过专属护照集章打卡兑换运动好礼。



西岸中環打造沪上首个市中心梯田景观

徐汇滨江又一大型旗舰综合项目——西岸中環二期近日亮相,项目涵盖商业零售、高端酒店、文化秀场、滨水住宅等复合功能。本次开业的二期商业建筑面积约3万平方米,商业设计中包含首个上海市中心梯田绿色景观及又一沪上滨水夜生活特色空间。

本报记者 刘歆 摄影报道



新民随笔

糖沙翁与桃花糕

方翔

近日,杏花楼总店一楼的“超级点心铺”焕新重开,原本只存在于老广早茶记忆里的糖沙翁,竟在小红书等社交平台成了“顶流”。网友纷纷留言:“不要试,咬一口停不下来。”这种过去要坐下来吃早茶才能享用的油炸点心,如今在全透明的点心柜前就能随手买,边走边吃,又松又香,入口即化。

这不禁让人联想到,除了糖沙翁,上海的老字号里还藏着多少像这样“养在深闺人未识”的美味?其实,像国际饭店里做工繁复、内藏乾坤的银丝卷,也是极具特色的点心。它们往往因为制作工艺讲究、季节性强,或是被自家更响亮的招牌菜掩盖了光芒,一直低调地守在柜台一角。

酒香也怕巷子深。在如今快节奏的消费浪潮中,如何让这些承载传统技艺与城市记忆的特色点心,走向大众,成为引领餐饮消费的“奇兵”?豫园老字号近期的“花漾”操作,给出了一个范本。

借着上海国际花卉节的东风,豫园的老字号不再满足仅仅做美食的“守门人”,而是摇身一变成了春日浪漫的“造梦者”。绿波廊将江南春色揉进面团,推出了颜值极高的繁花绿豆糕和椰香玉兰酥;春风松月楼让素食爱好者也能大啖春日,胖嘟嘟的玫瑰花包萌态十足;就连宁波汤圆店也赶起时髦,蒸制出以桃花为形、干桂花为蕊的桃花糕。

小小一块点心,蕴含着老字号撬动消费大盘的巧思。在快节奏的都市生活中,人们消费的不仅仅是食物本身,更是一份对美好生活的向往和情绪。当一块糕点成为年轻人愿意排队打卡、在社交媒体主动分享的“社交货币”时,其引发的蝴蝶效应,不仅能直接拉动门店的销售额,更能将“流量”转化为“留量”,为老字号注入青春活力。

五角场IP浓度拉满

“潮玩Young浦”创新场景升级消费体验

本报讯(记者 孙云)吉伊卡哇(Chiikawa)快闪店·上海首展前天在五角场合生汇正式启动,合生汇同步变身吉伊卡哇痛楼,现场集结逾百款官方授权商品,新品与热销系列同步上线。同时,在五角场万达广场和百联ZX造趣场,也有多场知名IP活动正在举办,从经典动漫到治愈萌宠,从二次元顶流到原创IP,一场属于Z世代的潮玩派对正在上演。

“五五”购物节期间,杨浦区作为上海科创中心核心承载区,以“玩转杨数浦”为主题,推出“乐享

YOUNG CITY·五五新享季探索计划”,聚焦年轻消费主力,以潮玩IP与场景创新释放消费动能,把兴趣圈层变成消费热力。近日,《命运·冠位指定》特别快闪、吉伊卡哇上海首展、樱兰高校主题餐厅、PETTYDUST宇宙尘埃限定快闪店、“有仙儿集淘趣财神殿”上海首站快闪等齐聚五角场,吸引许多学生和年轻人来打卡。

立足“科技创新、数字经济、青年集聚”三大优势和“大学+大厂+大V”的独特生态,杨浦正成为消费新技术、新产品、新模式的重要

策源地。“五五”购物节期间,杨浦区还推出了抖音“AI科技潮品新享季”标杆活动,从4月28日持续至6月4日。这场以五角场商圈为主阵地的科技消费盛宴,以首发、首秀、首展为抓手,走出一条具有杨浦辨识度的科创引领消费、数实融合升级的新路径。

杨浦联合抖音、哔哩哔哩、美团打造三大月度标杆活动,聚焦人工智能、智能穿戴、无人机模拟等前沿领域,把科创研发、产业供给、场景消费紧密衔接,让更多硬核科技从实验室走向生产线、从概念产

品走进市民生活,以源头创新激活新质消费动能。活动中,区内企业傲鲨带来消费级外骨骼机器人,搭载Float360浮动式髓关节架构和AI步态学习系统,实现工业级技术向民用场景下沉;彼真科技推出首款国产FPV穿越机模拟器,填补国内高品质飞行模拟软件的空白;苏宁易购集中呈现智能家电;沙宣、黛芮以研发创新升级美业产品体验。同时,玛卡宇宙、有爱智能、商汤科技等品牌企业携旗下最新AI智能潮玩硬件共同亮相。

产品集中亮相的背后,是场景创新带来的消费体验全面升级。活动创新采用“前展后播”形式,以五角场广场270°全透明玻璃白玉兰直播间为载体,将产品发布、沉浸体验、互动打卡、实时消费融为一体,让科创红利真正惠及市民。