

想抓住年轻的心，先抓住好奇的胃

汉堡节10天客流超144万人次背后的“流量密码”

位于闵行区吴中路的上海万象城这几天人山人海，商城门前的百米“上街沿”搭起一个个“帐篷”，开出一家家“店铺”，一阵阵烤肉夹带面包蔬菜味香飘满街，引来四面八方的年轻人排起长队……2025HOCH汉堡节全国巡展来到上海，就这么火了。青年报记者发现，眼下，各种各样的自创美食“节日”不但抓住了年轻人的胃，也给商场带来了流量。

青年报记者 郭颖



10天卖出51万个汉堡

尽管热量惊人，但是抵挡不住汉堡对于味蕾的诱惑，余小姐在一家汉堡摊位前排起了队，一边低头刷着手机。“为什么要排这么长的队买汉堡？因为这是只有杭州才有的汉堡，上海平时吃不到。”余小姐向记者解释道，正好自己就住在附近，所以特意赶过来凑个热闹，“这么多人排队，应该挺好吃的吧”。

青花椒和牛脆骨堡、黄金黑猪战斧堡……这些名字都透着特殊意味的新品汉堡，引发排队热潮，平均等待时长超1小时。记者发现，这些汉堡均价在40元左右，年轻人三五成群，一边喊贵，一边执着地排队。

“我们是来逛商场的，正好

遇到了汉堡节，来都来了，那就品尝一下呗。”小张和他的两个朋友正在商量吃什么，看到一旁还有啤酒摊位，排队的人相对少点，那就先来杯喝的吧。

跟小张他们“来都来了”不同，小汪是专程从杨浦区赶来的，只因为听到过她喜欢的“网红美食博主”说好吃，就想来尝尝。

这名“网红美食博主”叫“小李有点饿”，本名李晨笑，也是策划2025HOCH汉堡节全国巡展的创始人。

如何才能吸引年轻人来消费？提到这个话题时，李晨笑说只有两字秘诀：内容。“我们只做内容，这次聚集了全国20多个城

市、30多个品牌最好吃的汉堡来到上海。”李晨笑出生于1998年，靠着测评汉堡起家成为网红。果然是“年轻人最懂年轻人”，汉堡节融合了青年文化，打造游览、尝鲜、社交沉浸式体验场景。“明年我们会在确保高标准和安全的基础上，增加音乐节等吸引年轻人的互动元素。”

汉堡节还有两天就要收官，据统计，11月28日至今，已经售出了51.2万个汉堡，这一战绩已经超出预期，小李团队表示：明年一定会再来！而上海万象城方面也享受到了由此带来的红利：现场人流累计达到144.6万人次，万象城也冲上了点评网站商场热门榜的第一名。



①现场制作的汉堡。②汉堡节现场。

本版摄影 青年报记者 郭颖 特约摄影 秦艺婷

从“好吃”到“有文化”

采访中，记者发现：此类美食单品节在上海并不少见。今年3月，上海“外滩国际面包节”在BFC外滩金融中心开市。连续两个周末，集结全球超150家人气品牌和网红面包，为年轻消费者开启一场春日味觉派对。

面包节不光卖面包，更传递了不少“面包文化”：国际烘焙大师亲临现场为消费者解密面包制作的全过程，世界面包冠军现场演绎各国面包烘焙的匠心技艺。现场更设有面包品鉴沙龙和DIY工坊，让面包爱好者们在品尝美味之余，解锁烘焙背后的文化密码。BFC心动长廊还限时变身“认领一个面包”艺术互动区，参与者可在墙壁上自由创作，绘制心中理想的面包图案。

“这已经是第二届面包节了，这次我们一共卖出40万+个面包，4天客流共计64万+人次。”BFC外滩金融中心方面表示，明年还会举办第三届面包节。

紧随其后的，是榴莲节。于正大广场举办的“2025正大泰国榴莲嘉年华”活动为期10天，横跨“五一”假期。开幕当天，还有泰国歌舞表演，文化仪式感拉满，消费者不仅能在嘉年华现场品味泰式风情美食文化，还能在快闪店和超市门店购买到全系列正大商品。榴莲节除了汇聚顶级榴莲品种，同时还联合众多商户，跨界推出了一系列独具匠心的榴莲联名新品，例如，与少女潮牌WM携手打造的榴莲生椰拿铁等，满满的“年轻态”，为商业创新发展提供了生动范例。

“榴莲嘉年华从2023年开始连续举办了三届。”正大广场相关负责人表示，榴莲节的举办，拉动了正大广场整体销售，并且逐年递增，“2024年活动期间客流达到50万人次，活动期间带动商场销售达3000万元；2025年活动期间带动商场销售达4000万元。”

“商场、企业为了拉动消费，可以创造一些节日，但是最好有点文化内涵，如果消费者获得感不强就容易让人感觉是变相人工造节，打包促销而已。”上海财经大学数字经济研究院副院长、教授崔丽丽建议，可以针对大家喜闻乐见的大品类举办有文化内涵的节日，比如香肠节，可以讲讲中西方做香肠的历史和故事、风味差异等。

记者手记

中华美食呼唤自己的“节日”

节日，是指生活中值得纪念的重要日子，是世界人民为适应生产和生活的需要而共同创造的一种民俗文化，是世界民俗文化的重要组成部分。

眼下越来越多的创造性节日出现在我们的生活中。餐饮无疑是拉动消费的“必杀技”，为了促进消费，商家也是不遗余力，培育了一个又一个美食节。汉堡节能够受到这么多年轻人的追捧，说明美食

的“节日市场”还是很大的。

但是记者发现，无论是汉堡节，还是面包节、榴莲节，都是舶来品，什么时候也给我们自己的中华美食安排一个节日？比方说粽子节、月饼节、饺子节，甚至每个月都可以根据节气设计一个主题，宣传一种中华美食。

中华美食，源远流长，讲好中华美食故事，既能拉动消费，又能传播中国文化，何乐而不为？

青年时评

青年看见世界 我们看见青年