“进博同款”推优惠购 全球买手直采保供应

趁上海进口商品节去淘优惠好货

去绿地全球贸易港，买 79 元一只的加拿大龙虾；到苏宁家乐福，享受“名庄酒”买一送一的实惠；高岛屋里的日本匠人手作，麦德龙里的进博爆款法国冰鲜牛肉，都有惊喜价格。和“五五购物节”一样横跨整个第二季度，昨天启动的 2020 上海进口商品节为消费者带来进口好货。

记者了解到，本市近 20 家龙头企业将携 500 余家线下门店、会同 40 余家线上平台，聚焦进博会“展品变商品”，在进口商品节期间开展 55 场进口商品系列活动，包括 39 场进口商品主题活动和 16 场国别商品周活动，推出一系列集“游、购、娱”于一体、线上线下配合的体验消费活动。

全球好货五五折起

“绿地集结了 60 个国家的万余款商品，在线上线下大幅优惠促销。其中绿地贸易港精选 2000 件进博同款，推出 55 折优惠购，还将举办 15 场海外客商带货特惠直播。”绿地贸易港上海虹桥示范项目总经理林颖表示。

记者在绿地贸易港看到，鲜活的加拿大龙虾只要 79 元一只；在韩国相当于国内“茅台”的安东烧酒，2 瓶装从原来的 633 元降至 348 元；墨西哥原产的咖啡味龙舌兰酒原价 268 元，如今只要 174 元；来自叙利亚的大马士革玫瑰纯露也从 399 元降到了 219 元。“这些是第一波优惠，整个购物节期间，我们会不断更新折扣商品的品类，不断带来惊喜。”

“高岛屋里的日本馆是进博会的‘6+365’展示交易平台之一，此次进口商品节期间，我们会展销一系列日本匠人制作的精致产品，部分商品会以五五折起的价格销售。”高岛屋董事长小森智明则表示，这是上海高岛屋历史上最大的折扣。“我们希望为上海消费者提供价格实惠的品质商品。”他向记者展示了一款日本清酒“濑祭”，原价 1276 元，特价只要 700 元。

多品牌首次参与促销

法国香肠、西班牙火腿、新西兰南瓜……除了当日推出的多款进口商品买一送一，麦德龙还将在明天启动为期一个月的自有品牌节，40 余个品类、超过 3500 种的麦德龙自有品牌商品将以超大力度的折扣，让消费者享受到“五五购物节”的力度。

家乐福则在上海地区打造全新“环球美食季”活动，覆盖 39 个国家，其中，进口食品有近 350 个品牌、3700 多件商品。特别是来自法国、意大利、西班牙、阿根廷、智利、澳大利亚等国家的 70 多个品牌、200 多种进口葡萄酒、进口洋酒及日本清酒等，今天亮相古北店的葡萄酒节。“全市家乐福也会同步销售，买一送一起。”家乐福 COO 张其喆表示，进博会“同款”法国奥格斯汀系列葡萄酒也将首次参与促销，而通过全球买手直采，家乐福也将保证进口商品的供应。

强劲购买力拉动消费

进口好物的吸引力有多强？绿地钻石直销中心的克拉钻几乎已经沽清，更多的海外品牌将要入驻。“5 月 1 日到 4 日，我们一共接待了 300 组的客人，购买者占到了 40%以上，平均客单价有四五万元。”绿地珠宝、绿地贸易港保税展示展销项目总经理毛怡昕告诉记者，被疫情影响的婚庆市场已经开始恢复，不少顾客都是来挑选结婚戒指的小两口，所以 1 克拉到 1.5 克拉的钻戒几乎沽清了。“我们已经向以色列合作方下了订单，希望可以尽快采购一批钻石到上海。”

苏宁易购则透露，上海进口商品节期间，将有多家海外品牌入驻苏宁国际，更多的国际品牌也在洽谈开设官方旗舰店的计划。此外，苏宁国际、苏宁超市、Laox 官方旗舰店将在线上率先开启“进口云展馆”，让消费者提前体验进口的品质好物。

“进口商曾经担心库存清不掉，但现在他们开始考虑货品进不来或来不及进来。”上海市外高桥国际贸易营运中心有限公司副总经理陈逸峰则表示，看好中国市场，包括一线奢侈品大牌在内的海外品牌已从 4 月底起着手“补货”。“‘五五购物节’是刺激消费的强心针，也是信号枪、动员令，用这种方式展示强大消费力，给在华投资的企业吃一颗定心丸。”

本报记者 **张钰芸**

记者在现场

“上新季”邂逅“五五购物节”

柜姐三改脚本试水“直播带货”

“Hello!大家好，很高兴以直播的方式和大家见面，我是今天的主播诚诚，这是我的搭档真真……”第一百货商业中心 B 馆一楼，五一假期顾客增多，趁着商场还未开门，巴黎欧莱雅专柜的柜长陈娥拿出手写的脚本，一边默念着台词，一边涂涂改改，当天下午 2 时她马上要尝试人生第一次直播了。

■ 第一百货商业中心欧莱雅专柜店长陈娥(左)为顾客试妆新款眼影

■ 记者钱文婷(右)向顾客介绍护肤产品

本报记者 **陈梦泽** 摄

上午 10 时不到，陈娥收起了脚本，调整好自己的站姿和笑容，准备迎接第一波的顾客。“五五购物节”叠加五一假期，这两天他们几乎忙到飞起。记者见缝插针跟着“师傅”接待起顾客，从层层叠加的优惠，到细分规格、香型的产品，都要一清二楚，这绝对是脑力和体力的双重考验。

手指在计算器上翻飞

抬头挺胸收腹，双手轻握放于肚脐处，陈娥站得笔直，举手投足间优雅得体。即便一整天下来要接待大量顾客，不停地介绍产品、计算折扣、涂抹试用，但她却始终有一股“精气神”。“我们做美妆行业的，要特别注意自己的形象，如果你自己都不美，又怎么能给别人带来美呢？”

这个五一假期，因为叠加了“五五购物节”，陈娥和她的同事几乎天天忙到脚不沾地，和前几个月的冷清大相径庭。而她手里常常握着的，不是品牌的最新产品，而是一只计算器。根据消费者的需求，组合出不同产品，她的手指在计算器上快速翻飞，很快就能向顾客报出最优惠的价格。

给顾客算出最优折扣

“欧莱雅复颜系列洗面奶、柔肤水、日霜三个产品一共 590 元，建议加购一款逆时瓶精华，就能立减 120 元。”只要几秒钟，陈娥就能算出最实惠的方案，特别是在各种优惠叠加的基础上。“‘五五购物节’的促销力度非常大，品牌活动和商场活动要叠加，前三天和后两天又有区别，这时候我们一定要思路清爽。而且手上的计算器也非常重要，柜员的数学一定不能差。”她坦言，“如何充分利用游戏规则，让顾客用优惠的价格买到产品，也是我的日常工作。”

此时，一对姐妹向她询问柜台的具体优惠活动，陈娥积极“种草”：“新品爆款都参加打折的，绝对划算，特别在礼盒套装。”疫情期间，巴黎欧莱雅的发力点主要在优惠套包，得益于中国消费者护肤意识的提升，品牌近两年大力推进礼盒组合，尽可能多样化满足不同顾客的需求，而且在不同的促销节点时会有不同的大力度折扣活动。

金女士拿着产品照片到柜台询问，陈娥回复说该产品做了升级换代，可以试一下同价位的“金致臻颜”系列。看顾客犹豫不决，陈娥拿出试用品：“你可以在手背上先感受一下，精华质地清爽不油腻，还有淡淡的牡丹花香。”尽管价格不菲，但因为体验后感受不错，顾客立刻下单了。

美容顾问快速转型

跟着“师傅”站了一个多小时，记者小腿酸胀站姿有点垮塌，陈娥发现后把口红区的椅子拉出来，示意记者坐下。但通常柜哥柜姐都是站式服务，只有帮顾客试用彩妆和 SPA 按摩时会坐下。节假日里，客流明显增多，别说坐下了，陈娥简直是忙得脚不沾地。

中午时分，她快速扒了几口午饭，就再次拿出被翻皱了的直播脚本，巩固温习了起来。脚本上蓝色的字体整洁清晰，红色记号笔对重点信息做了批注，从开播音乐《百花香》到直播时送的护肤小福利，甚至是和粉丝的互动环节设计都被巨细靡遗地记录了下来。“这个脚本我修改了三次！希望到时候不要卡壳，要不然太尴尬了！”比起和顾客面对面做生意，对着手机镜头“自嗨”推介产品，陈娥觉得压力山大。

从事美妆行业十多年，陈娥的专业知识过硬，但新颖的直播方式还是让她打怵，不过幸好在疫情期间她积累了足够多的线上沟通经验。

“疫情期间到柜顾客数量下降，采取了微信建群沟通种草的方式，与消费者建立更多情感联结。”她告诉记者，很多线下的服务也能在线上延伸，例如传递冬季保养、初期抗老、疫情期间戴口罩肌肤敏感等护肤小知识等。

“我们每条产品线都有指定的按摩手法，柜台 SPA 预约服务因疫情临时取消，我们就会在群里教授一些眼霜精华的按摩手法促进产品更好地导入吸收。”除此之外，陈娥还会第一时间将首发新品分享给消费者。

“现在这个时代，美容顾问需要快速转型，公司也鼓励我们进行短视频创作，尝试更多可能。”虽然要求高了，工作多了，但是陈娥坦言这一步终要迈出，线下百货一定要善于利用互联网技术，结合线上推广，特别是柜哥柜姐，要把直播带货作为线下服务的延伸，主动出击维系和消费者之间的黏性，让疫情后的“美好消费”变得更便捷高效。

本报记者 **钱文婷**

新品密集上市激活消费潜能

宅家工作和出门必须戴口罩，让近年来一路高歌的“颜值经济”被疫情拖累。但随着复工复产的不断推进，“口罩妆”的眼影效应很快崛起，“刚需”的护肤品也在线上热销。

事实上，早在 2 月份，口红和眼影的率先复苏，就能在电商平台的销售数据中捕捉到一点“口红经济”的影子。淘宝数据显示，2 月 10 日—2 月 16 日，热门品牌的口红增幅在 300%-700%之间，其中网红色号更是疯狂补货 4 次全部售罄。九宫格眼影盘销售环比增长 150%。

宅家也要保持精致，是商家的营销话术。而在疫情期间，线上的“颜值经济”始终活跃，离不开品牌策略调转枪头。从离店销售、社群营销、微商城到直播带货、电商平台，导购员们的“战场”从柜台换到了手机，品牌更是找到了发展的新机遇。

作为全球最大的化妆品集团，欧莱雅中国总裁兼 CEO 费博瑞就表示：“采取防控措施自然会带来整个城市和商场的人流量减少，会对业务造成短期影响。但另一方面，由于线上客流量增加，也为我们的线上业务开辟了新的机遇。”

而随着疫情防控形势的好转，新品首发成为拉动消费的重要手段。昨晚，上海“五五购物节”的重头戏——“上海全球新品首发季暨上海国际美妆节”开启。未来一个月，路威酩轩、蔻驰、欧莱雅、雅诗兰黛、乐高、阿迪达斯、戴森、华为等众多大牌将举办 80 余场新品首发活动。

在世界知名品牌集聚度最高的商业街南京西路，春夏新品和首发新品的活动将密集举行：欧莱雅、雅诗兰黛将发布其美妆新品，路威酩轩集团将首发包括路易威登 520 新品等在内的 14 个新品，戴森将举办全球首发新款吸尘器线下快闪活动等。而乐高玩具 2020 中国元素原创新品全球首发仪式将在徐汇滨江举行。

本报记者 **张钰芸 钱文婷**