



“五五购物节”，不只买买买

方翔



新民眼

“五一”假期首日，家住松江新城的王阿姨一家跟着锦江旅游旅行团来到了南京路的新世界城。48元的跟团价格不仅可以获得50元的全场通用美食券，而且杜莎夫人蜡像馆、火影忍者世界、冰雪世界、天宇攀岩等4个网红景点可任选其一，让王阿姨一家体验了一回难得的假日购物之旅。

据锦江旅游相关人士介绍，去年“五五购物节”期间，他们与新世界城也推出过类似的活动，不仅受到外地游客欢迎，更是吸引了许多上海本地消费者，因而在今年“五五购物节”期间，再次推出类似产品，230个名额一经推出马上被“秒杀”。游客中，来自长三角以及上海五个新城的占据了一定的比例。

有人曾说，“五五购物节”是商家主动请大家“薅羊毛”。这句话只说对了一半，对商家来说，在让利的背后，更希望通过这样一

个节日，让消费者有全新的体验，进而真正了解消费者的需求。

上海老字号功德林的负责人算了这样一笔账：今年5月1日至3日，功德林的营业额相比2019年上升28.6%，同比更是上升了91%。在他看来，这与“五五购物节”期间，杏花楼集团推出的消费满300元送55元券有着很大的关系。由于消费券没有使用门槛，因而许多消费者拿到消费券之后，乐意到自己没去过的地方去消费。这点也得到杏花楼食品餐饮股份有限公司副总理智静的认同。她说，原本5月就是餐饮以及商业的销售旺季，“五五购物节”的出现，不仅进一步提升了人们的消费欲望，而且因为消费券可以用到8月31日，也可以令消费热潮进一步延续。

曾经有人觉得在疫情之后会迎来“报复性消费”，但是经过这一年，市场逐渐意识到要让人们敢于消费，首先还是要有高质量的供给。消费者的价值取向，已经从传统的产

品价格、便捷，逐渐过渡到更高的层次，即品牌所蕴含的价值，这包括产品的口味、安全、健康、社会认同等。昨天，南京路步行街上的蔡同德堂迎来一批小小“中药师”。据蔡同德药业有限公司党委书记、总经理杨清介绍，这是“五五购物节”系列活动的一部分，通过教孩子们认识中草药、做香袋等，不仅传承中医药文化，还能让他们认同老字号的品牌，吸引潜在的消费者。

商业模式的魅力，很多时候并不仅仅在于成交的金额，更在于创新的价值。当消费者养成新的消费习惯，再加上购物节添一把“火”，可以让创新真正带动实体消费：在三阳南货店的“五五购物节”专柜中，受三阳八宝饭启发制作的八宝粽受到了消费者的青睐；邵万生在去年“五五购物节”新品冰醉小龙虾之后，今年又推出青花椒辣卤、十三香秘制、蒜香等三种味道，还有糟香肉粽和糟香蛋黄肉粽，让消费者体验无所不“糟”；光明随心订App上将去年“五五购物节”期间

4个备受欢迎的特色场馆升级为7个，活动时间更是长达61天。

今年的“五五购物节”与“全国消费促进月”叠加，强势打响城市消费节庆品牌，强力释放消费需求。曾经，商家虽然有很多优惠、政府有很多政策，但是普通人未必知道。但是通过去年的“五五购物节”，人们发现，这种模式极大地解决了政府、企业、民众信息渠道沟通不畅的问题，让好的政策、好的服务，通过各种活动让各方了解参与。

如果说首届“五五购物节”的成功，让人们看到了上海在迈向国际消费城市过程中的创新打开方式，那么，第二届“五五购物节”的举办，则进一步展现了上海国际消费中心城市的活力、魅力、吸引力，以及上海进一步激发市场活力、释放消费潜力，更好服务构建新发展格局。

展望未来，“五五购物节”一定会越办越好，不只是让消费者买买买，而且将实现“供需更高水平动态平衡”。

黑纸扇百子图一把扇子半把伞

『五五购物节』电商直播助力非遗走近大众

黑纸棕竹扇、橄榄核雕、手工皮具、铜艺术品、箫笛、汝瓷……这些非遗作品，光看名字就很有吸引力，但绝大多数消费者不了解这些匠心好物背后的故事，甚至不知道到哪里可以买到正宗的非遗商品。第二届上海“五五购物节”上，抖音电商上线了“匠心潮有范”专区，作为“抖音55潮购季”中的特色消费板块，倡导新型文化消费，助力非遗手工艺传承。

昨天，一个玻璃直播间出现在上海虹桥南丰城，像这样的抖音直播间，“五五购物节”期间在上海各处还有多个。南丰城的直播间里，一个穿着汉服的小姐姐对着镜头介绍黑纸棕竹扇等非遗商品，她的旁边，非遗匠人、高级工艺美术师俞备红静静地坐在扇面上作画，时不时回答几个网友提出而主播小姐姐回答不上来的问题。

4月30日-5月9日，抖音电商上线了“匠心潮有范”专区，推出“大师好手艺直播间”“匠心有范好物视频”“非遗大师匠心甄选”“匠心达人风云榜”等板块，通过兴趣电商形式，让非遗文化真正进入消费者日常生活。非遗直播间的好处，不仅仅体现在把非遗好物卖出去，也让广大消费者在购物中，更多地了解非遗文化，发现匠心手工艺的美好。

俞备红1987年进入王星记从事扇面设计绘画，擅长扇面工笔人物画。她独立设计了黑纸扇、白纸扇、檀香扇、团扇等扇面近10大类100多个花样，继承和发展了王星记传统人物扇面画艺术，作品自然质朴，连获大奖。

俞备红拿起一把名为“百子图”的黑纸扇给网友介绍，黑纸扇属于杭扇，与杭州的龙井茶、丝绸并称“杭城三绝”。还没作画前，黑纸扇就要制扇骨，还要经过糊面、折面、上色、整粗、砂磨、整理等86道工序。它的扇面要用质地绵韧的纯桑皮纸做原料，两面还要涂刷几层柿漆。这样制成的黑纸扇雨淋不透、日晒不翘，经久耐用，有“一把扇子半把伞”的说法。

提到在黑纸扇上作画，俞备红更加津津乐道，因为这是她做了30多年的手艺。“在高低不平的扇面上作画，不比在平整、方正的纸上作画，难度很大，要特别细心。你看这幅‘百子图’，要画99个孩童，只要有一个孩子的面部表情画坏了，整把扇子就作废了。在黑纸扇上用颜料，不能太薄，薄了会透出扇面的黑颜色，也不能太厚，厚了在扇子开合的过程中会掉颜色。我们在黑纸扇上作的画，能保证这把扇子用多久也不会‘落粉’（掉颜色）。”

正是这份“匠心”，让观看直播的网友大呼“涨姿势”“太惊艳了”，有的网友忍不住点开购买链接，完成“从种草到拔草”的购物体验。 本报记者 金志刚

浦江两岸灯光秀

“五一”假期，浦江两岸的光影灯光秀吸引了不少市民游客。当夜幕降临，浦江两岸灯光瞬间点亮，陆家嘴区域的高楼，外滩区域的万国建筑群在激光光束的烘托下流光溢彩。

本报记者 孙中钦 摄



“五五购物节”浦东120多项营销活动吸引人

徜徉“新国潮” 目眩“宋城秀”

本报讯（首席记者 宋宁华）刚刚过去的“五一”假期，足不出“沪”照样爽。第二届“五五购物节”上，浦东70余家重点商业企业推出120余项营销活动。上海宋城5天收入超2500万元、接待游客17.9万人次，打破全国宋城开业当年黄金周纪录，成为上海市民家门口的文化盛宴。

在第二届“五五购物节”上，浦东新区以“浦东品质·购享生活”为主题，以陆家嘴商圈为核心，推动线上线下、内贸外贸、旅游会展、文化艺术、金融信息等多领域业态消费联动，70余家重点商业企业推出120余项营销活动，全方位营造消费节庆氛围。

三大主力活动中，在东方明珠启动的

“盒马数字生活节”，以线下逛吃游园会和线上回味无穷的形式联动展示“老字号，新国潮”，首发8款海派国潮新品，推出上百款新商品；在正大广场举办的“浦东国际品质生活节”，利用浦东进博会参展跨国公司和国际贸易企业集聚优势，推出进博会同款新品和全球首发、全国首发、上海首发新品；在外高桥森兰举办的“世界好物嘉年华”活动，依托外高桥进口平台及盒马跨境GO特色商品推出“全球好物集”，集中亮相一批“首品好物”“首发好物”“首秀好物”。

“五一”假期不出上海，一样可以感受到旅行的新鲜和快乐。记者了解到，上海宋城5天接待游客17.9万人次，点燃魔

都激情。

“五一”前夕刚刚开业的上海宋城，如此火爆原因何在？原来，上海宋城毗邻世博公园黄浦江一线的江景，卢浦大桥近在眼前，一步一景、长达3公里的游览线路，各种大型互动体验项目，以及穿越街、魔幻街、天上街市、千古情街等网红打卡点，带给市民游客奇妙体验。除了王牌主秀《上海千古情》，还有High秀《颜色》、丽影秀《S秀》、带餐秀《热情桑巴》、亲子秀《Wa! 恐龙》等各种秀，吸引了大量观众。

和传统演艺方式不同，老年人在这里徜徉，儿童在这里嬉戏，闺蜜、情侣、家庭在这里共享欢乐时光，各个年龄的市民游客都可以找到自己喜欢的游玩新体验。