



上海重点商场超市和近80家外贸企业搭建对接通道 助力高品质国货进入千家万户

加速拓展国内渠道,成为外贸企业现阶段转型发展的重点。昨天,上海市商务委组织召开的“商业企业助力外贸拓内销对接会”座无虚席,上海重点商场超市和近80家外贸企业现场对接,通过建立绿色通道,帮助双方“看对眼”,助力高品质国货进入千家万户。



永辉曹路恒越广场店设立了外贸产品专区

带着样品当面推介

背着一只宠物出行包,上海金旺宠物公司运营总监王加刚穿梭在对接会上,显得格外醒目。从联华超市、绿地贸易港到虹桥品汇,他走向一家家商业企业,送出自家产品册,仔细介绍特色产品,和采购负责人加微信、约时间,一刻不停。

“这款赛博机甲战士宠物包是最新开发的产品,用的是自有品牌‘福乐迪’。”王加刚把背包放在桌上,拉开拉链展示其内部结构。联华超市食品百货采购部负责人金兰翻着产品册连连发问:“你们公司做了多少年?现在有多少积压库存?可以接受联营模式吗?能做一件代发吗?”

王加刚坦言,公司95%的产品发往美国,多年来贴牌生产宠物的出行包、玩具、服装和猫爬架等产品,销往美国沃尔玛、开市客等。目前美国订单基本取消,老客户都在观望。“2023年底,我们组建了团队,做自有品牌‘福乐迪’和‘溜溜宠’,新产品今年初做出来了,给了我们转向内销市场的底气。”

“标准超市面积较小,过去只有少量宠物食品在售。如果和金旺宠物达成合作,

可以填补空白。”金兰说,除了在线下挑选合适的门店,联华还有线上平台可供入驻。“我们还接触了洗脸巾、饮料、炒货等多家外贸企业,后续都会对接。”在位于百联中环的世纪联华超市内,“外贸优品”出口转内销好物推荐专区已亮相。

旁边的第一医药摊位前也是人头攒动。上海聚蓝水处理科技有限公司是主营家用净水壶出口的外贸企业,海外业务占比超90%,其中美国市场占比40%至50%。公司负责人说已经在天猫、京东等开设了旗舰店,这次是首次尝试开拓线下渠道。“净水壶契合大健康概念,且小巧便捷、无须安装,价格两三百元,产品优势明显。第一医药有很多线下门店,如果能进入门店销售,可以缓解我们面临的压力。”

在汇金百货摊位前,艾女士从背包中掏出5只造型各异的水杯。“我前一天还在广交会,凌晨刚到上海,上午去公司仓库取了样品,下午就直奔对接会来了。”她向汇金百货业务部经理殷皓介绍,公司为星巴克、Lululemon等知名品牌生产水杯、咖啡杯,尽管关税由美国客户承担,但销售前景存在不确定性,希望找到更多国内销售渠

道,让自有品牌在本地市场也能成长起来。

殷经理加了她的微信,准备约一次更深入的洽谈。“如果要把外贸商品引入门店,我们考虑有多种合作方式,比方说礼品采购、自有品牌或与经销商合作等。我们会尽可能多地收集信息,帮助符合商场需求的外贸商品落地。”

外贸商品专区落地

“将中国制造的‘星光’汇聚成内需市场的‘银河’,照亮中国消费市场。”昨天,永辉上海第三家自主调改店——曹路恒越广场店开业,同步设立外贸产品专区,首批2个品牌的9个商品已上架。

连日来,从永辉超市到大润发,从联华超市到环球港,一批商业企业已为外贸受阻企业提供销售专区。记者在永辉曹路恒越广场店看到,超市入口和内部均设了外贸产品专区,黑松露火腿金枪鱼罐头、初榨橄榄油金枪鱼罐头、便携式旅行牙刷、樱花护理牙线等产品摆在货架上。

永辉超市上海区域调改负责人罗昌表示,过去两周,永辉安排专人与外贸企业进行洽谈,结合经营需求匹配,快速推进上

架,预计5月合作上架的外贸产品将更多。“截至4月22日中午,外贸转内销的专项邮箱已收到超500封合作邮件。目前永辉与超过300家优质供应链企业进入洽谈阶段,其中有长期为山姆、开市客供货的中国厂家。”罗昌说。

“百联股份在各区域有多个商业项目,第一百货商业中心、第一八佰伴、永安百货,百联中环购物广场和世博源等都是全品类、多业态复合式零售商业项目,可为外贸企业提供广阔的展示和销售平台。”百联股份副总经理蔡晓晶表示,已成立了转内销专班工作小组,通过“策划型招商+保姆式运营赋能”,设立快闪、专区、专柜展销外贸优品。

百联股份已接洽超过30家外贸企业,包含商务委推荐、线上二维码报名及企业自荐等渠道。“我们把10余家食品酒水类企业推介给了联华超市、全渠道等兄弟企业,还有一部分匹配百联股份的外贸企业在对接中。”她透露,“五五购物节”期间,一家主营牛仔女装的广州服饰外贸出口企业有望牵手永安百货,另一家主打美国市场的童装企业拥有迪士尼IP授权,拟匹配八佰伴和世博源。还有一家海外市场占业务95%的保健品类企业拟落地第一百货商业中心,预计“五一”前开业。

“即将开幕的第六届‘五五购物节’上,上海的商场超市将持续开展外贸优品对接活动。”市商务委副主任刘敏表示,“外贸优品中华行”将作为重要内容融入“五五购物节”的IP活动,即数字生活节、商圈精品推广节等活动中,让外贸企业与商业企业的产销对接更顺畅、品牌对接更精准、市场渠道更畅通,让全球最新最潮的商品聚集上海,让性价比最高最划算的商品进入千家万户。

本报记者 张钰芸 通讯员 闫锦

本报讯(记者 曹博文)今天上午,临港新片区管委会与上海汽车集团股份有限公司围绕“尚界”项目举办签约仪式,标志“尚界”整车生产和电池配套项目正式落户临港新片区。今年2月,上汽集团与华为签订深度合作协议,联合推出全新品牌“SAIC 尚界”,是继问界、智界、享界、尊界之后,鸿蒙智行家族的第五“界”,定位中高端智能电动汽车,首款车型预计今年秋季上市。

“今天签约后,我们就鸣笛开工开始做产线的改造,很快就能投产”,上汽集团尚界合作事业部总负责人祝勇告诉记者,“尚界”品牌即将推出的首款车型,是专为年轻消费群体量身打造SUV车型。值得一提的是,此款车作为鸿蒙智行在汽车市场布局中的关键一环,首次将目标价位锁定在20万元这一细分市场。

自2月与上汽集团启动商洽,1个月即快速达成落地共识,确保整车项目5月开工、今年秋季车辆下线……为推动“尚界”快速落地,高效快捷的“临港速度”“临港服务”再次上演。为推动此项目落地,临港管委会主动上前为上汽集团匹配政策包,组建工作专班,提前介入

鸿蒙智行「尚界」项目落户临港

首款车型预计今年秋季上市

企业需求。第一时间为电池项目协调厂房载体,以及提供住宿和餐饮等方面的相关配套服务。目前,临港打造的“项目建设全过程服务包”创新机制可以实现与市、区委办局充分协同,全面统筹审批服务资源,围绕时序、流程、技术、配套等项目落地开工的全流程、全要素,为企业定制系统化解决方案,让临港的营商环境屡创奇迹。

据悉,鸿蒙智行“尚界”项目投产后,上汽临港基地整车年产量将提升至28万辆,预计直接和间接带动临港新片区汽车产业链产值每年增加500亿元,并通过供应链协同效应辐射长三角乃至全国。去年,临港新片区智能新能源汽车产值达2816亿元,是新片区首个产值突破2000亿元的产业。目前,临港新片区已集聚汽车相关企业超200家,其中,汽车电子类相关企业50余家,汽车软件类企业20余家,构建起了集制造、研发、检测为一体的汽车产业生态圈。下一步,临港新片区将重点在汽车电子硬件、汽车软件、汽车芯片、汽车数据等赛道发展,力争成为中国智能新能源汽车产业发展的国际标杆地、创新策源地和产业集聚地。

悟空小侠首秀排演 限量年卡即将开售 上海乐高乐园开园“倒计时”



乐高主题酒店门头和小龙奥利乐高模型 采访对象提供

本报讯(记者 杨玉红)昨日,上海乐高乐园度假区发布开园筹备最新进展:24个核心骑乘设备全面进入调试,全球首发的乐高悟空小侠实景木偶剧《花果山降魔》启动排练开园限量纪念年卡(含试运营门票)及酒店套餐即将发售。这座全球最大的乐高主题度假区即将揭开神秘面纱。

作为专为2—12岁亲子家庭打造的“积木王国”,上海乐高乐园度假区设置了八大主题区、超75个互动设施与数千个乐高模型。施工现场一派繁忙,24个核心骑乘设备进入紧张调试阶段。

备受瞩目的乐高主题酒店已竣工交付运营。这座仿佛由巨型积木堆叠而成的梦幻城

堡,延续了乐高的缤纷色彩与创意美学,开园后将推出“乐高奇趣夜”特色体验。

全球首个乐高悟空小侠实景木偶剧《花果山降魔》正紧锣密鼓排练中。该剧以经典西游故事为蓝本,结合大型木偶操控与前沿投影特效,在奇趣积木城的专属剧场呈现——高3.7米的巨型牛魔王木偶需3名专业木偶师协同操作,将为观众带来视觉盛宴。

除重磅首秀外,乐园开园后将每日上演22场角色见面会、11项主题演出及4D影院全天候放映。从与乐高明星亲密互动,到沉浸式观赏精彩剧目,全方位满足亲子家庭的欢乐需求。

作为乐高乐园的标志性景点,“迷你天地”的模型安装进度已突破90%。超3600万块乐高积木在此构筑起微缩版世界奇观:从东方明珠到埃菲尔铁塔,从历史古迹到现代地标,每一处细节都暗藏互动机关与趣味故事。这座凝结着设计师四年心血、历经数十道工序打磨的“乐高宇宙”,即将带领游客穿梭时空,感受积木拼搭的无限魅力。

令人期待的开园限量纪念年卡及酒店套餐将于5月7日10时发售,注册度假区会员可提前24小时抢购。年卡持卡人不仅可获得试运营门票,更享有购物餐饮折扣、生日专属礼遇及童车租赁等特权,还将获赠珍藏级实体卡套;酒店套餐包含2大2小试运营门票、五大主题客房、自助早餐及独家角色互动体验,为亲子家庭打造一站式沉浸度假体验。

度假区目前正逐步开展近百场应急演练,全力确保开园后安全有序运营。