

稳预期 强信心 提升核心竞争力

“五一”假期,记者走访上海
一线商超市场,发现——

外贸精品成新宠 优质优价客回头

“这把摩卡壶可以直接放在煤气灶上煮吗?”“这双鞋有37码吗?我想试试这个颜色。”“金枪鱼罐头的保质期多久?”……“五一”假期,申城各大商场超市人头攒动,“外贸优品”专区更是销售火爆。记者昨日走访第一食品商店、环球港、联华超市、永辉超市等处,见到不少出口转内销的商品获得市民青睐。



顾客在商场货架上寻找心仪的外贸优品 本报记者 张钰芸 摄

兼具品质与实惠

圆滚滚的墩墩杯采用高硼硅玻璃材质,能够耐受极高温和极低温;不锈钢法压壶线条流畅、精工制造,海外钻级酒店也在使用;获得德国红点奖的保温杯,专为国内消费者配上了时尚背带,还曾登上“雪龙”号科考船……在南京路步

行街的第一食品商店,刚装修好的“思乐得”专柜陈列着近30种产品,均为出口转内销的外贸商品。

“没想到这么快就能入驻‘中华商业第一街’。”思乐得国内营销部部长曹爽告诉记者,为赶上“五一”消费热潮,第一食品商店开设绿色通道,仅用一周便完成货品上架,赶在节前最后一天开张,并迅

速迎来“泼天的流量”。这几天,既有年轻消费者被墩墩杯的可爱造型吸引,也有年长市民选购保温杯、保温壶等产品。

“我们是一家老牌外贸企业,生产工艺和标准均达国际一流水平,美国市场业务占比达五六成。”她举例说,一款法压壶是国外钻级酒店使用的专业咖啡器具,所有部

件均为不锈钢材质,方便拆洗,真空保温技术可保冷保热,还配有隔热盖。“这是为德国品牌贴牌生产的,商场售价1800元,这里仅标价219元。”

市民张女士现场看中一只摩卡壶,在曹爽提醒下通过“光明随心订”小程序领取“满200减20”门店券,最终以优惠价购得。“价格很合适,网上同品牌摩卡壶要三四百元,容量还更小。”

曹爽表示,根据近期销售情况,公司将调整商品结构,逐步增加热销品和新品,把更多国际获奖产品带给国内消费者。第一食品商店南东店店长梁龙俊透露,门店正与多家外贸企业对接,“五一”后预计上架多款外贸优品,涵盖日用品和食品。

消费热度持续攀升

从地铁13号线金沙江路站直通上海环球港,沿主通道前行至岔路转弯,即可抵达“出口商品展销会”。家住普陀区的梁阿姨连续两天前来,对路线已轻车熟路。“昨天看中的鞋子断码了,说好今天调货过来。”

“五一”前开幕的上海环球港出口商品展销会,为容纳更多外贸商品,展陈方式从花车升级为货架,品类也更为丰富。“我们是2004年成立的青浦区外贸女鞋

厂,主打欧美高端市场。”展台负责人表示,受关税影响库存积压严重,4月底参展时带来100多款女鞋,希望拓展内销渠道。

记者现场看到,女鞋定价58—239元不等,以当季凉鞋、单鞋为主,兼有反季高帮鞋等。“节假日日均销售二三十双,有顾客自发在朋友圈帮我们宣传。”另一家外贸公司展出的麻编鞋原为美国品牌Soludos代工,“该品牌欧美官网售价数百美元,现清库存价仅一两百元。”

此前断货的大黄鱼现已补货充足。“开幕初期预估不足,现货很快售罄。后来增设冰柜并安排专人销售,供货更稳定。”国信集团上海区域销售负责人魏芳介绍,野游大黄鱼分一斤五两的大规格和四两的实惠款,“日均销售数箱,已积累回头客”。

联华股份推出的“好物回家”专项行动建立“7天极速上架”绿色通道,使专供海外的高品质海鲜从外贸工厂到上海货架仅需72小时。“两家浙江水产企业因海外订单取消面临库存危机。”世纪联华采购总监表示,依托长三角物流网络,舟山、宁波的野生熟冻虾仁、魷鱼圈迅速登陆上海。“我们正将‘72小时机制’标准化,已收到数十家长三角外贸企业合作申请,茶叶、蜂产品等新品将陆续上市。”

本报记者 张钰芸

外贸特色商品吸引顾客“买买买”

为支持中国外贸企业“出口转内销”,连日来,大润发大宁店,特设“外贸优品中华行”上海场试销活动,四家优质外贸企业,集中展销竹木产品、创意收纳箱、户外烤炉、精品锅具等品类。琳琅满目的特色产品以及高性价比优势,吸引不少市民朋友驻足选购。

本报记者 刘歆 摄影报道



长宁

激发夜间经济活力 展现多元文化魅力

本报讯 (记者 赵菊玲)今天上午,2025“AI智慧生活节”暨长宁区第六届“五五购物节”启动仪式在长宁龙之梦城市生活中心举办。本次购物节以“爱购长宁,乐享消费”为主题,通过商旅文体展绿多业态联动、政策激励叠加、全渠道支持等创新举措,全面推进外贸优品拓内销,开展多场重点标杆活动,打造消费新场景,激发市场潜力。

长宁区借助市区联动、商旅文体展绿联动、政企联动等方式,激发消费“新动能”。上海夜生活节主场首次落地长宁上生·新所,推出夜间经济嘉年华,融合夜购、夜食、夜娱等七大主题,展现“上海夜,思无界”的多元魅力。同时,咖啡文化周、市攀岩联赛等文体活动接连走进商圈,吸引客流。支付宝同步升级“碰见长宁”礼遇,消费者通过“碰一下”支付可抽取红包或免单福利。

购物节期间,家电、家居、汽车等业态通过国补、市补及“乐品上海”消费券释放潜力。重点商圈围绕黄金珠宝、美妆护肤等推出优惠,并联动“上海制造佳品汇”“上海时尚定制周”“宠物欢乐节”“AI智慧生活节”“拼多多直播节”“五五购车节”等标杆活动,覆盖

“宠物经济”“夜间经济”“时尚消费”“IP经济”“电商直播”“智慧科技”等创新场景,精准吸引不同客群。

推动“全渠道支持”方面,长宁区支持上海品牌“走出去”,助力时尚消费品牌参与“上海制造佳品汇”赴日本大阪推介展示,推动愚园路时尚消费“街区出海”;支持外贸优品“拓内销”,帮助贸易企业上线上平台、进线下集市。同时,加大“离境退税”点位拓展和“即买即退”模式推广,高岛屋百货已成为长宁区首家提供该服务的商家,愚园路、上生·新所等地商户也积极跟进,七鲜超市、京东电器等也在加速布设测试。

为助力上海外贸企业对接国内市场资源,高质量做好拓内销工作,启动仪式上,8家企业、协会、政府部门代表围绕渠道、产销、品牌、标准对接达成合作。长宁区各级新时代文明实践阵地助力长宁国际商会的会员企业走进社区,将外贸产品引入“一刻钟生活圈”,覆盖社区消费场景;区市场局为外贸企业提供3C认证指导;创邑实业依托愚园路活动搭建展销窗口;直播电商企业“容么么”为外贸企业提供代运营服务。



本报讯 (记者 陈佳琳)日前,青浦区五五购物节正式启动,依托春日户外活力场景,以“绿动GO青浦”为主题,构建“3+6+11+X”促消费活动矩阵,全面激活春夏消费市场,为市民与游客打造多元化、沉浸式的消费体验,挖掘青浦商旅文体展农消费特色场景。

3大核心活动包括“青”快微途汽车消费节、精致消费购享生活节与年“青”力生活消费季,覆盖全域消费需求;6个产业联动活动则进一步促进商旅文体农融合。2025青浦咖啡文化节、2025长三角国际铁人三项赛、第二届玫瑰文化旅游购物节、十三届夏阳枇杷节、第二届绣球花节以及幻彩花谷·花漾生活花卉节相继开展;11个街镇则以“一镇一主题”形式融入全区“五五购物节”,深度融合文化、旅游与商业特色,结合区域特色场景,形成“全域消费一张网”。

值得一提的是,区内重点商圈、企业还推出超百场品牌促销,释放消费潜力。比如,蟠龙天地携手非遗艺术家,推出“江南风物季·纸艺篇”,通过沉浸式纸艺展览,强化江南文化标签,引领都市微度假新潮流;青浦奥莱以“19周年店庆”为主线,推出折上折,结合奢品私享会与公益环保艺术展,营造高端购物体验;吾悦广场以“我爱你吾悦”为主题,推出满赠、团购券;青浦万达茂聚焦“五一”假期,推出“城市咖啡漫游”面包咖啡生活节,以露营咖啡轰趴、拉花比赛、咖啡手作课堂等推出体验活动,并以停车福利、扭蛋抽奖等方式,延伸消费场景。

青浦

三大核心六大联动 打造沉浸消费体验