

李强实地调研部分大型商圈、综合商业体促进消费工作， 察看“五五购物节”筹备预热情况

聚人气，汇商气，把消费提振起来

本报讯 昨天下午，市委书记李强赴我市部分大型商圈、综合商业体，实地调研促进消费工作，察看“五五购物节”筹备预热情况。李强指出，做好促进消费工作是统筹推进疫情防控和经济社会发展的重要举措。要深入贯彻落实习近平总书记重要讲话和指示批示精神，切实抓好《关于提振消费信心强力释放消费需求的若干措施》落地见效，精心办好“五五购物节”，以强有力的政策举措积极扩大有效需求，大力培育和打造新的消费增长点，最大限度促进消费回补和潜力释放，全力打响“上海购物”品牌，加快建设国际消费城市，为扎实做好“六稳”工作、全面落实“六保”任务作出积极贡献。

作为上海首创的全新大规模消费节庆活动，“五五购物节”各项筹备预热工作正在全市紧锣密鼓推进。位于杨浦区的五角场商圈各商场近期已逐渐恢复接近疫情前正常水平。李强一行登高俯瞰商圈全貌，李强说，要着眼积极克服疫情影响、稳定经济发展、提振市场信心，充分认识促进消费的重要性，找准目标定位，狠抓推进落实，促进消费企稳回升。五角场商圈要牢牢把握地理位置优越、消费群体多元、商业业态丰富的特色优势，全力打造消费新地标，既要

■ 精心办好“五五购物节”，以强有力的政策举措积极扩大有效需求，大力培育和打造新的消费增长点，最大限度促进消费回补和潜力释放，全力打响“上海购物”品牌，加快建设国际消费城市，为扎实做好“六稳”工作、全面落实“六保”任务作出积极贡献

■ 以举办“五五购物节”为契机，最大限度激发市场主体和平台企业的积极性，努力做到本地平台、商家、终端产品全覆盖，全市消费人群全覆盖，切实把人气聚起来，把商气汇起来，把消费提振起来

■ 要组织动员商业企业尤其是国有企业开展丰富多彩、独特新颖的营销活动，提供多种多样、周到贴心的商品服务，更大力度激活消费动力。要针对不同消费群体需求，加强精准策划，实现有效对接，让消费者有实实在在的感受度和获得感

有吸睛的颜值，也要有过硬的品质，努力做好地标文章、流量文章、联动文章，充分借力在线新经济，更好提升竞争力和影响力。

随后，市领导步行察看五角场广场、百联又一城、太平洋森活天地和大学路，听到五角场商圈将发动 2000 余家企业参与“五五购物节”，并与哔哩哔哩、小红书等线上平台开展合作，李强说，要以举办“五五购物节”为契机，最大限度激发市场主体和平台企业的积极性，努力做到本地平台、商家、终端产品全

覆盖，全市消费人群全覆盖，切实把人气聚起来，把商气汇起来，把消费提振起来。要坚持线上与线下融合联动，用足用好互联网平台流量优势，促进我市各大商圈消费和品牌产品销售，支持平台和商家把握机遇做大做强。

位于南京路的上海新世界城去年进行了近 25 年来最大规模的闭店调整、全面升级。疫情发生后，新世界城积极推动线上线下融合发展，全商场有近 50% 的品牌参与“五五购物节”五折促销活动。李强一边察看商业业态调整、

消费文化展示，一边听取公司转型升级和开启“云购物”等新模式促消费情况汇报。随着“五五购物节”预热活动陆续推出，不少市民提前赶来“尝鲜”消费、享受打折优惠。李强同大家亲切交流，倾听想法建议，现场推介“五五购物节”。在 1 层中庭拼多多千店大联播·新世界站，市领导察看直播店小二现场带货，了解拼多多线上线下联动发展情况。李强说，要组织动员商业企业尤其是国有企业开展丰富多彩、独特新颖的营销活动，提供多种多样、周到贴心的商品服务，更大力度激活消费动力。要针对不同消费群体需求，加强精准策划，实现有效对接，让消费者有实实在在的感受度和获得感。

市领导还听取了关于“五五购物节”活动策划推进情况的汇报。李强说，要结合“五一”假期，注重系统策划，强化商旅文结合，强化社会宣介，着力营造持续浓厚的消费氛围。相关部门要全力做好购物节的安全保障、宣传推广、消费维权、疫情防控等工作。各区要加强对本区域各类活动的统一领导和组织协调，统筹推进本区域重点商圈、商街和商业企业参加购物节，多方合力打响“上海购物”品牌，在常态化疫情防控中加快推进生产生活秩序全面恢复。

上海将分批推动 1000 家左右外贸企业进入电商平台

促成 1 亿件外贸商品上线转内销



从昨天开始到 6 月底，大批上海外贸企业将陆续登陆拼多多、i 百联、爱库存等电商平台。记者昨天从市商务委获悉，本市将分批推动 1000 家左右外贸企业进入电商平台，促成 1 亿件外贸商品登陆上线，力争达到百亿元商品销售额。首批上线的百家企业绝大部分拥有自主品牌或国内商标，市民足不出户，就能买到国外市场上流行的优质外贸产品。

“我们生产的羽绒被、枕头、服装等产品大部分出口欧洲市场，受到疫情影响，很多客户都取消了订单。”上海东隆绒制品有限公司副总经理钱颢坦言，预计公司今年的利润要下降 50% 左右。上海海琛国际贸易有限公司生产的箱包旅行产品行销全球 54 个国家和地区，其合伙人杨燕凤则表示，今年公司外贸产品销售额将下滑六七成。

往年三四月份正是外贸工厂开足马力生产的日子，但随着国外疫情的发展，境外市场

需求普遍不足，很多外贸企业都遭遇国外客户订单缩减或取消，产品面临积压风险。

为了全力推动稳外贸，市商务委引导外贸企业通过电商平台拓展国内销售渠道，让“出口转内销”。记者了解到，市商务委第一时间与拼多多、i 百联、爱库存等电商平台对接，同时针对外贸企业产品质量过硬、线上销售经验不足等特点，分 3 批为近 600 家外贸企业提供网店装修、线上营销等专业培训。

从昨天开始到 6 月底，拼多多、i 百联和爱库存等在各自 APP 或网站开通上海外贸企业产品专区，包括服装服饰、家用纺织品、餐厨卫浴、日用消费品等。活动期间，各电商平台将为专区的外贸企业提供数据支持、流量资源，并结合自身特点推出一系列支持措施。

记者在 i 百联 APP 上看到，其开机屏已经成为了“出海优品”的“广告位”，点击进入后就能看到一大批出口转内销的产品，包括获得品牌官方授权的迈巴赫儿童电动车、出口日本的花生蜡笔礼盒等。其中一款迈巴赫儿童电动车正在促销，到手价为 718 元。“4 月 27 日我们和 i 百联打通了渠道，商品上架，目前合同已经全部签完了。同时和爱库存、拼多多的入驻也已经谈妥。”杨燕凤表示，这就是雪中送炭。

该公司旗下箱包品牌爱可乐将参加“五五购物节”，原价 1580 元的 20 寸红色旅行箱在 i 百联 APP 上售价 299 元，相当于 1.9 折。

百联全渠道电子商务有限公司采销总部副总经理张毅告诉记者，此次出口转内销的产品在定价上基本结合了整个线上市场的核心价，而 i 百联作为上线平台，几乎是不加利润，仅由商家承担包邮配送费用后，直接送到消费者家中。而拼多多也表示，对于出口转内销的产品，将推出限时秒杀、百亿补贴等活动，对重点商品还将推出爆款特价等。

除了在电商平台上专区销售，这些出口转内销的产品还将在近期走到线下，帮助外贸企业进一步加大去库存的力度。

5 月中旬，百联将携手本市十家外贸企业开展外贸精品周活动，届时消费者至百联西郊购物中心、百联中环购物广场、悠迈生活广场(杨浦店)、悠迈生活广场(青浦店)，将能购买到出口至欧美、日本市场的外贸精品。

“我们正在和百余家外贸企业洽谈合作事宜，除了通过线上渠道全力支持，也会在商场里举办外贸专场活动。”张毅表示，正在策划把出口转内销的产品引入到六合路市集上销售，打造外贸市集。 本报记者 张钰芸

本报讯 (记者 金志刚) 昨天，上海本土互联网电商平台——拼多多和爱库存，同时上线“出海优品 云购申城”专区，在上海“五五购物节”期间为广大消费者带来优质外贸产品的同时，也助力企业出口转内销。

当天，拼多多与百联集团签订合作协议，双方将在“五五购物节”期间启动“万物百联嗨购多多”活动，通过线上加线下联合补贴的方式，为消费者提供新低价。根据协议，百联集团将在拼多多平台开设线上店铺，上架品牌商品。拼多多与百联集团将共同对旗舰店内商品进行补贴，消费者在线上、线下可享受同等优惠。同时，对于消费者喜爱的重点品牌、商品，拼多多还会提供 10%-20% 的额外补贴支持。当前，拼多多百联 Mall 旗舰店等三家百联集团线上店铺已经上线。

拼多多方面将在营销工具、流量等方面提供支持，帮助品牌门店快速完成商品一键搬家，迅速开店。同时，百联的热卖商品，还将进入“上海嗨购节”“百亿补贴”等线上促销页面，更低成本建立消费者品牌认知，促进购买。双方还将引入专业主播进驻百联集团两大商场，与商场导购一同开启直播。其间，也会尝试将拼多多经典的秒杀、拼单砍价、抢红包、万人团、百亿补贴等线上游戏玩法搬到百联线下直播间中，打造千万用户“线上线下一起买，线上线下一起 high”的狂欢氛围。

除了与百联集团的合作，拼多多已针对“出海优品 云购申城”活动组织了 3 场专项培训会，覆盖超过 300 家上海外贸企业。预计整个活动期间，拼多多将推动超过 1000 家精品外贸企业入驻平台专区，全面助力上海外贸企业、出口商品拓宽线上渠道、扩大市场占有率。

爱库存方面，已在平台设立了“出海优品 云购申城”的外贸产品专区，针对当下需要扶持且符合资质的外贸企业及外贸加工厂，推出免除审核费以及保证金、提供当日入驻绿色通道等扶持举措，并且在销售七天之内助其回款 80%，盘活企业现金流。对于外贸工厂，爱库存还将为其提供包括品牌经营免费授权、代运营费用减免、仓储服务费用减免、免除品牌保证金等增值服务，旨在助力外贸工厂销售数字化转型，渡过难关。目前，囊括服饰、箱包、食品、家电品类在内的诸多中小外贸企业均已入驻爱库存平台。

出海优品 喊你嗨购

今日论语

“出口转内销”，今非昔比

邵宁

1000 家外贸企业、1 亿件外贸商品、百亿元销售额的目标，一场疯狂血拼将在多个电商平台上掀起……刚刚启动的上海“五五购物节”，政府全力支持外贸企业“出口转内销”，引人注目。熟悉的名词，但内涵、意义却今非昔比，它将成为在特殊时期破解外贸困境、通过消费促进经济增长的巨大推动力。

说起“出口转内销”，上海市民都不陌生，对于不少上了年纪的女性还是难忘的青春记忆。在上世纪七八十年代，它也是流行语，是“好东西、紧俏货”的代名词。在那个消费品匮乏的年代，一听说哪里有出口转内销服装、皮鞋、日用品卖，好多人不惜翘班去排队抢购。近三十年来，随着改革开放的深入，中国经济的发展，虽然外贸快速增长，但“出

口转内销”已淡出了上海人的话语体系，取而代之的是“国际大牌”“欧美尖货”“海淘”……

今天，“出口转内销”再度成为热词，与席卷全球新冠肺炎疫情有关。最近，我国率先复工复产复市，但由于多国市场“停摆”，全球供应链断裂、国际运力短缺，导致外贸企业产品大量积压。据统计，今年第一季度我国货物贸易进出口总值同比下降 6.4%，其中出口下降 11.4%。投资、消费、出口是经济持续发展的“三驾马车”，面对外部市场的巨大不确定性，支持外贸企业积极开拓国内市场，是题中应有之义。

而“出口转内销”的质量、品牌、品种和数量，同样今非昔比。当年的产品大多是外贸多余的，或质量未达到出口标准的，数量不多。而现在登陆线上的海量商品，都是符

合国际标准的优质产品，其中有跨国企业在中国生产的知名品牌，还有相当多的我国自主品牌。事实上，现在出国购物，也往往会买到 made in China(中国制造)的商品，但大家都不以为意，因为有很多是只供应海外市场的好物。如今，这些出口商品都以极低的折扣供应国内市场，难怪“剁手族”们已等不及了。

“出口转内销”的购买力，也大大增强了。中国是世界制造大国，也拥有巨大的消费市场。如果说，当年抢购出口转内销商品的只是上海等大城市的部分消费者，那么，现在的消费群体则是全国数亿中等收入人口，这也是支持出口转内销、促进消费增长的巨大潜力。

是时候，带上妈妈，到线上重温“出口转内销”的火爆了。