

买买买 全城总动员 购物节5大亮点提振消费



记者手记 走向国际消费城市 上海需要这些创新

□ 张钰芸

上海是一座万商云集、近悦远来的国际消费大都市,消费更是上海经济健康发展的“稳压器”。当疫情得到控制,复工复产走向日常,经济数据开始爬坡的时候,“五五购物节”就是复苏路上的加速器。

“最大限度激发市场主体和平台企业积极性,最大限度放大政策和资金的杠杆作用、乘数效应,最大限度促进消费回补和潜力释放。”上海市商务委主任华源用三个“最大”,阐释了上海“造节”的初衷。

“五五购物节”给上海商业带来什么?采访中,几乎每一位业界人士首先提到的,都是两个字“信心”,比金子还要重要的信心。上海首创的“五五购物节”,就是要用一场精彩纷呈绝伦的消费盛宴,向市民传递恢复正常生活的信号,向业界传递消费回补的信心,向世界传递经济复苏的信心。

但是,“五五购物节”不仅是应对疫情的应急之举,更是上海有意为之的城市商业的再出发。我们要把疫情期间形成的新型消费

习惯巩固下来,启动一场针对线下商业的“基础设施”改造。搭建商场里的直播间,不仅仅是把直播变成常态,更重要的是,线上线下从此冲破了思维的界限,曾经泾渭分明的商业主体之间,向对方伸出橄榄枝,探索合作的可能。

谁都不能否认,“五五购物节”是特别的。它有别于传统购物节的“买买买”,转而在用种种全新尝试,加速了上海实体经济数字化的大势。新的、传统的元素在此交织,线上和线下的平台强强联手,新的产业链效率解决方案在生成,上海为其他城市提供了一个参照样本。

这个购物节,既有提振经济的宏大意义,也带来了追求高品质生活的现实路径。它所带来的变革,是这座城市百年商业文明的余味延伸,也是这座城市走向国际消费城市的创新打开方式。

国际消费城市的强大势能,正在连接全球市场,辐射更多城市。在全球众多商业城市陷入低迷时,这里正在率先点燃消费热情。上海再一次证明,它是中国的商业中心,也是国际的消费城市,它的复苏、升级与发展,也在向世界传递一种复苏的信号、向好的信念。

乘兴而来、满载而归,上海的消费市场从来不会让人失望。

▼重磅推出的“五五购物节”已经成为沪上各大商圈吸引消费者的“买买买”的消费亮点
杨建正 摄



■ 环球港香奈儿快闪店
本报记者 张龙 摄

一家三口的“五五购物节”消费账单 打折用券 凑足优惠太合算了

大到新买的上海大众途观 L,小到餐桌上的一碗米宽,理一理近期的家庭消费账单,李明晟惊讶地发现,几乎每一笔都和“五五购物节”有关。

“原本是准备明年换车的,但是一看‘五五购物节’的活动力度这么大,就提前享受了。”他告诉记者,老车开了近6年,原计划是明年女儿小学毕业后换一辆新车,一家三口在暑期拉一个长途,但“五五购物节”期间,上汽集团拿出一揽子的特惠,让人觉得无法错过。“换了一辆上海大众途观 L,车价加上税和保险,一共是22万元左右。这是4S店降价4万元,政府再补贴8000元后的价格。”不仅如此,李明晟还在申请4000元的旧车置换补贴,这样算下来,这辆新车还能再便宜一些。

一口省下5万多元,这样的优惠让人十分舒心,也让接下来的“买买买”有了更多理由。五一假期,在拼多多上抢好了各家的团购券,李明晟的妻子在新世界城的斯凯奇买了三双运动鞋,送给家里的老人,又到旁边的第一百货商业中心给自己买了两套护肤品。“美妆品牌全场八折再用券,凑足优惠几乎等于免税价,太合算了。”



本报记者 张钰芸

3、4月份,尽管在徐家汇商圈上班,周边都是美食,但李明晟却几乎天天带饭。进入5月,不但疫情可控,港汇恒隆广场、美罗城等商场也纷纷推出美食团购券,熬久了的同事们团好券,轮流做东打卡美食,让工作餐重新鲜活生香。

就连买小菜、订牛奶也有优惠。打开叮咚买菜APP,这段时间天天都在“捡红包”。无门槛的5元猪肉券,满69元减9元的满减券,限时抢购的折扣产品等等。家里天天要喝的光明牛奶,一口气订了三个月,用足了“光明随心订”上领取的优惠券。

“老婆还有点后悔,觉得最近金价高,没在新世界大丸百货店庆的时候买下周生的一根项链,事后想想还是很喜欢。”不过“后悔药”还是有的。5月底有第一八佰伴的内购会,6月有电商平台618,“全城打折季”的热闹氛围依旧高涨。别忘了,还有女儿的六一节礼物,这一份购物节消费清单可是未完待续。



■ 七宝万科广场的各种折扣活动吸引了不少市民前来购物
本报记者 周馨 摄

5月4日的晚上,“五五购物节”开幕,“炙手可热”的头部主播李佳琦为上海品牌带货。无论是老字号还是新品牌,在李佳琦直播间都有好表现。据初步统计,2020年截至5月10日,他就卖出了4.5亿元的上海货。

迄今为沪上最高规格的直播带货大会,则是5月17日的“上海信息消费峰会”。上海市委常委、副市长吴清带货上海制造的硬核科技,用“买它买它”的网络热词掀起高潮,六位区长也接力登台吆喝,堪称“带货天团”。

老牌商企也在奋起直追,百联集团不仅要服务线下

环球美食 ——站稳“世界美食之都”

5月30日,作为“五五购物节”的133项重点活动之一,上海环球美食节将拉开帷幕,来自42个国家、300余个餐饮品牌、2000余家海外风味餐厅共同参与。与“寿司之神”齐名的“银座五巨头”之一铃木雄治现场手握寿司,星厨坐镇,意大利餐厅带来如绚烂画布般梦幻的甜品,烧烤界的“扫地僧”呈现德式低温慢烤烟熏牛肉,还有巴伐利亚味觉体验的牛肉塔塔、阿拉伯风味的秘制肉且烤鸡等等。

魔都的高楼大厦、大街小巷里,隐藏着如此之多的世界美食。每一种美食背后都是一份乡愁,也是一种异域风情。成功立足于上海的环球美食,需要这样的底气:既有固定的消费群体撑起日常经营,也有好奇的美食爱

新品首发 ——打造全球消费策源地

“五五购物节”显然深谙此道。开幕的第二天,“2020上海全球新品首发季”就随之启动,超过40家企业、94个国际国内品牌将举办超过110场新品首发活动。乐高在徐汇滨江发布首个中国英雄IP,悟空小侠系列包括八个玩具套装、一部动画片。欧莱雅中国负责人表示,欧莱雅中国计划在近期推出100个全新产品,在中国推出新零售店铺和美妆科技的全球首发,支持中国通过首发经济为新兴消费提质增效,也有助于

还有路威酩轩、开云集团、耐克、阿迪达斯、戴森、华为、伽蓝、上海家化、豫园股份等国际国内知名品牌、老字号品牌、潮牌,都将在这一个月里密集开展年度新品首发活动,为广大消费者献上“新品消费”的盛宴。

直播之城 ——全城布局数字化转型

的顾客,也要照顾好线上的“宝宝”,5月19日,百联集团旗下的12业态首次展开12小时不间断直播,总裁徐子瑛在第一八佰伴的直播间里带来限时福利时间,一江之隔的南京路步行街上,副总裁浦静波戴上吴良材自有品牌的太阳镜,为1.5万在线观众展示国潮。

直播不仅能带货,还能引流。被称为“中华商业第一街”的南京路步行街,已经登上“云端”。拼多多把直播间搭到了新世界城的中庭,

“五五购物节”,除了“买买买”,还有环球美食等你来品尝。2折能吃到乌克兰餐厅,3折的日料自助、迪拜套餐,还有4折的法国下午茶、泰式双人火锅……除了折扣,你还发现什么?环球美食、异国风味,上海什么都有,“世界美食之都”的称号名副其实。

好客常来打卡,还要有充足的洋食材畅通供应,才能确保这一份原汁原味。举办过两届进博会之后,澳洲牛肉、新西兰羊排、日本海鲜、西班牙橄榄油、泰国调味品等洋食材成为常客,进一步拉近环球美食与上海餐桌的距离,为这一场非同寻常的跨国美食体验打下基础。吃过了“洋味儿”,还有“本土味儿”,上海特色小吃节也是“五五购物节”的首创。满减、买送、最低5.5折起,被实实在在的优惠所吸引,市民“逛吃逛吃”的热度持续升温。40家品牌餐饮企业的4700家门店全线参与,受到疫情重创的企业开始重拾信心。真如·高陵集市里,连日客流量织,每日逼近2万人次来到这里,比小吃节开幕前多了一倍,各商户营业额增加了60%。豫园商城的南翔馒头店也重新迎来消费热潮,鲜肉小笼每天能卖8000个,线上特价款一经推出就秒杀一空,客流量也创下近日常新高。

“五五购物节”,买什么?时髦精明的上海消费者历来对新品潮品趋之若鹜,打卡新开的首店,购买首发的新品,为网红店而排队。

上海要做国际名品的汇聚地和辐射地,更要成为国际时尚消费的发源地和风向标。从打响“上海购物”品牌开始,“首店经济”和“首发经济”就驶上了快车道。越来越多的国际知名品牌离开品牌诞生地,路易威登、香奈儿、普拉达等来到上海举办全球首发新品活动,意大利LAVAZZA咖啡馆、日本茑屋书店等一批首店、旗舰店也纷纷启幕。

据市商务委统计,2019年上海新进首店986家,较2018年增加151家,平均每天新增2.7家;在沪举行全国首发活动的国际国内品牌超过4500个,位居全国首位。即便是在今年一季度,上海也开出了各类首店61家。“五五购物节”把“全球新品首发季”打造成为每年固定举办的明星活动,将有助于上海成为国内外知名品牌和创意品牌的聚集地,有助于全球新品“收割机”的地位进一步稳固,为上海乃至全国的消费市场注入强劲动力。

“五五购物节”,上哪儿买?可以是大型商场、连锁超市、4S店,也可以是电商平台、特色小店,但你绝不能忽视的一个地方是,直播间。

主播在门店穿行介绍商品。抖音与南京路步行街举办直播活动,让全国人民看到“云上的南京路”。喜马拉雅设立朗读亭,合作推出“有声南京路”等音频作品,通过声音走进百年南京路。“五一”期间,南京路的客流环比增长1.8倍。

阿里巴巴4月初发布的《淘宝直播新经济报告》显示,在国内一线城市中,上海的淘宝直播无论是用户观看数量还是各类品牌的参与规

全城打折 ——最划算的“购物天堂”

5月16日,刚刚经历过“五一”假期的全城大促,和母亲节的温情特惠,新世界大丸百货的四周周年庆依旧成为城中大事。挡不住近10万消费者的热情,当天新丸百货不但提前10分钟开门,而且直到深夜12时才送走最后一位顾客。

比日本市场还便宜的澳尔滨健康水,可以全额收券的戴森吸尘器,收券送券的国货包,明折明扣的积家手表……能让上海消费者蜂拥而至的优惠活动,绝不是因为折扣够低,而是因为性价比最高最划算。

抓住消费回流的最佳时机,沪上商家借力“五五购物节”的巨大声势,通过供应链能力和消费影响力,正在引导国际中高端品牌零售商建立合理定价体系,提升上海消费价格的国际竞争力。

夜间消费 ——国际范、上海味、时尚潮

开到24点的思南书局、世博源内的美发沙龙深夜仍然人头攒动……支付宝旗下购物平台“口碑”的数据显示,“五五购物节”启动以来,世博源、中山公园龙之梦、大宁国际商业广场、汇宝购物广场、美罗城、虹口龙之梦、五角场商圈、金桥国际商业广场、喜玛拉雅中心等商圈,晚上8时之后的营业额增速都很快,这些商圈覆盖整个上海。

上海市测绘院研究团队分析了今年5月初与去年5月初的上海市的夜光卫星遥感影像,通过计算两期的辐射亮度值发现,今年的亮度值为去年的94.85%,从一个侧面反映出上海的夜间经济已逐步恢复正常。

6月6日,本市将启动首个上海夜生活节,届时,新天地-



◀ 虹桥品汇食品健康馆吸引了众多市民消费者纷纷前来购买洋货
杨建正 摄

► 团员青年化身带货网红,位于嘉里中心的“青春快闪集市系列活动”充分挖掘老字号的新面貌
本报记者 孙中钦 摄

► 上海展览中心汽车嘉年华现场名车云集,人流不断,市民购买热情高涨
本报记者 徐勇飞 摄



模,均为全国第一,上海已成为具有旗舰意义的“品牌直播第一城”。

直播间里的消费热情,是上海的在线新经济浪潮喷薄而出的一个缩影。“线上精准发券+线下消费”的数字化购物新模式,也在助力数字化商圈、商街、商场的打造。上海商业的数字化转型,如此迅猛,如此全面,自上而下,势不可挡,始于疫情,爆发于“五五购物节”。

“五五购物节”,怎么买?“全城打折季”的主题口号,把重点划得明明白白,从家门口的超市到市中心的商场,从未其林餐厅到老字号小吃,都有“薅羊毛”的机会。

这一场消费盛宴,“撬动”的不只是日常的吃喝玩乐,还聚焦产业链上的“大件”消费。上汽集团联合拼多多推出55辆“大额直补”的热门新款汽车,每辆车以5.5折价格销售,降价最多的车型降幅超过15万元。首轮“秒杀”之后,上汽集团又追加400辆新能源汽车,依旧以5.5折的劲爆价销售,可谓实实在在的硬核优惠。

5月1日至10日,上海12家重点汽车销售额同比增长16.8%,上汽集团上海订单同比增长30.7%,永达集团销售环比增长1.1倍。上汽集团总裁助理蔡宾介绍,和今年春节前相比,上汽在上海地区销量同比增长超过90%。“去年五月,正值国五国六切换,新能源车补贴退坡”时间窗口”临近的销售高点,在此基础上实现同比两位数增长,可谓是含金量十足。”

“五五购物节”,又能玩什么?夜生活走起。魔都的魅力,一半都在晚上。夜购、夜食、夜游、夜娱、夜秀、夜读,集结六大主题的首届上海夜生活节将在6月6日启动,越夜越精彩。

158坊地区、黄浦滨江外滩地区、静安寺地区、五角场大学路地区、浦东滨江富都一船厂地区等9个地标性夜生活集聚区将推出特色活动,南京路等4大商圈统一延时营业。

事实上,随着气温升高,魔都的夜晚已经自发火热起来。158坊里,音乐响起,“夜猫子”和“时髦精”脱下白日的西装革履,随着音乐尽情摇摆。5月28日,“阿拉腔啤酒节暨青衫夜市”在阿拉腔开幕,端起啤酒来一场嘉年华。安义夜巷也将在5月30日回归,熟悉的氛围把生活中的小确幸重新带回来。

国际范、上海味、时尚潮,上海是自带夜间经济基因的都市,魔都风情再现,又有谁能抵挡它的魅力?

本报记者 张钰芸