第三届“五五购物节”来了！

打造全球新品首发季、邻里生活节等12个标杆活动IP

作为上海促消费、稳增长、添活力的重要引擎，第三届“五五购物节”即将启幕。记者从今天上午举行的市政府新闻发布会获悉，聚焦“引领时尚定义潮流”，第三届“五五购物节”将涵盖7月至9月，打造上海全球新品首发季、上海邻里生活节等12个标杆活动IP，促进消费潜力释放。

激发消费“新动能”

第三届“五五购物节”和“2022国际消费季”即将举办，并在上海举办国际消费中心城市论坛。市商务委主任顾军表示，坚持“政策+活动”，突出“数字赋能”，在疫情防控常态化基础上，第三届“五五购物节”将力求激发消费“新动能”、引领消费“新赛道”，同时联动国内外“新平台”，拿出提振消费的“新政策”。

具体来说，要让各类市场主体将“五五购物节”作为推出首发、首店、首展的新秀场和展示新理念、新模式、新技术的竞技场，让消费者将“五五购物节”作为打卡新地标、认识新品牌、体验新业态的嘉年华。同时鼓励打造数字营销场景，促进商业、文化、旅游、体育等消费线上线下融合联动，形成“大消费”格局。针对汽车、家电等领域出台专项消费促进政策，支持企业以多种方式发放消费优惠券等。

市发改委副主任裘文进表示，本市已指导各大汽车经销商第一时间落实燃油车购置税减半征收安排，部分经销商还加大促销优惠力度，对消费者购车给予补贴，进一步降低了购车成本。再加上新增4万个非营业性客车额度等政策，6月实现汽车销售额181亿元，比去年同期增长9.39%；7月上旬实现销售额88亿元，比去年同期增长13%。

围绕文旅消费，市文旅局副局长程梅红表示，本市将全新推出“海派城市考古”文旅大IP，并如期举办2022年上海旅游节，用好大平台，拉动新消费。“第33届上海旅游节将于9月17日-10月6日如期举行，将推出旅游消费季主题活动，联合旅行社、OTA（在线旅游）和文旅相关企业，集中推出一批文旅惠民产品。”

首推邻里生活节

本届“五五购物节”将构建“2+12+16+X”活动框架，除了启动仪式、成果发布仪式等2个重要仪式，还要打响12个标杆活动IP、推出16个区“一区一主题”活动及X场特色主题活动。

在12个标杆活动IP中，上海全球新品首发季聚焦服装鞋帽、化妆品、珠宝首饰、钟表、汽车等品类，支持国内外知名品牌开展2022“全球新品首发季”·新品艺术展示。

首次推出的上海邻里生活节以18个“一刻钟便民生活圈示范社区”为重点，打造“邻里买菜日”“家庭保洁日”“家电清洗日”“超市特价日”“洗涤护理日”等为期一周的主题日活动。

上海汽车品质消费嘉年华期间，全市各汽车经销集团开展专场促销，在节假日、重要时间节点持续开展形式多样的促销活动。

上海进口嗨购节进一步放大进博会溢出效应，聚焦进口特色商品、国别文化、跨境电商打折季等主题，推出“进口嗨购·进口商品主题活动”等系列活动。

上海夜生活节聚焦“点亮一江一河”，发布一批水岸夜生活好去处，鼓励跨界联动，如百联集团打造“百联之夜”、浦发银行推出“66嗨购夜”、喜力打造“喜力星动夜”、全家便利推出“全家奇妙夜”等。

上海咖啡文化周重点打造咖啡文化集市、咖啡特色街区、咖啡主题电影等活动。

上海环球美食节开展“魔都环球美食24小时”、环球美食之都巡展、RCEP成员国进口美食展、环球下午茶大赏等活动，两千余家餐厅推出促消费、兴市场措施等。

本报记者 **张钰芸**

■ 昨晚，市民在活动现场体验智己L7的智能座舱 本报记者 **陈梦泽** 摄

最新款电动车亮相“上汽嘉年华”

本报讯（记者 杨硕）在昨晚举行的上海市“五五购物节汽车品质消费嘉年华暨上汽集团专场活动启动仪式”上，上汽集团宣布，将于7月30日、8月1日至8月7日在上海展览中心举办“5动全城、嗨购5限”汽车嘉年华活动。

活动期间，上汽集团集合旗下智己、奥迪、飞凡、荣威、MG、大通、大众、斯柯达、凯迪拉克、别克、雪佛兰、五菱、宝骏十三个整车品牌共50余款新车，以及享道出行、上汽财务、上汽保险等服务品牌，向广大市民展示在高端化、电动化、智能网联化领域的最新成果。“新世界驾控旗舰”智己L7，“极智高阶纯电SUV”飞凡R7，“超感智慧宽体SUV”全新第三代荣威RX5，“全球纯电超能跨界车”MG MULAN，“全尺寸豪华智能纯电MPV”上汽大通MAXUS MIFA 9，豪华纯电SUV上汽奥迪Q5 e-tron，上汽大众“ID.纯电家族”2022款ID.3、ID.4X、ID.6X，豪华纯电中大型SUV凯迪拉克LYRIQ锐歌，全球首款搭载大疆车载智能驾驶系统的车型——2023款宝骏KiWi EV等最新的智能电动车型，都将现场亮相。

“五五购物节”期间，上汽乘用车、上汽大通、上汽大众、上汽通用等所属整车企业准备了3000余辆“优价车”，涵盖众多自主与合资品牌的主力车型，整体惠民幅度达五至八折。

中小微企业如何渡过难关？如今经营情况如何？

寻找新商业模式 赢得新发展机遇

疫情期间上海的中小企业是如何渡过难关的？现在这些企业的生存状态如何？记者昨日走访了位于松江的两家中小微企业，他们正努力寻找新的商业模式，赢得新的发展机遇。

天诚智能

快速研发出“数字哨兵”产品

创办于1988年的天诚智能集团是中国建筑智能化领域的领军品牌，集团旗下拥有20多家成员企业，研发和生产场地逾30万平方米，集团有1000多名员工、1.5万多家系统集成商客户，是国内为数不多从事全系列弱电线缆、综合布线、数据中心和企业云、智能家居、智慧社区研发、生产、运营的企业，也是2021年入选国家工信部首批国家级专精特新“小巨人”企业。

“我们上半年销售形势基本未受疫情影响，营业收入同比有增长，落地税收同比增长30%，同时还新增了许多重点项目。”天诚智能集团总裁雍俊华告诉记者，由于公司属于较早一批能够进行封闭管理、恢复生产的企业，所以受疫情影响相对较小。

据介绍，为了应对上海此轮疫情的影响，公司设置AB岗，核心工序岗位员工住在园区宿舍，企业还及时将2周备货库存调整为4周，确保生产不断不乱。依托于集团在成都、扬州所设工厂，又有赖于上海政府部门积极帮助协调通行证，天诚智能实现了“分仓发货”，其成品、原料在上海、成都、扬州三地间调拨，把大订单的发货压力降到了最低。

本轮疫情期间，公司积极响应政府号召，快速研发出“数字哨兵”产品并积极参与到疫情数字化防控工作中。

嗨酥食品

增加产品品类、开拓新市场

嗨酥食品（上海）有限公司是一家公司主营速冻点心与速冻调味制品的企业。鲜肉月饼、荠菜肉大馄饨、蟹壳黄、叉烧酥……这些上海经典味道，都是这家上海企业的主打产品。

在公司生产车间，工人们正忙碌地制作着各类点心和调味制品，经他们之手制作的食品将被发往老字号饭店、飞机航班上甚至是一些互联网平台上……

“作为上海市的保供企业，公司技师们依托现有的生产流水线不分白天黑夜地生产制作保供物资，物流部更是人歇车不歇，尽可能在最短时间将物资送达。”公司总经理曹哲慧介绍，近年来，嗨酥食品也在积极探索转型方向，努力让企业在困境中逆势飞扬。

2020年疫情发生以来，酒店、航空业受到较大影响，但公司配合端午、中秋等节庆，加强与老字号品牌合作，极大程度抵消掉了航空、酒店配餐业务几乎停滞的负面影响。危中孕育机会，企业瞅准2C业务，开辟广式即食烧腊、卤水卤味生产线，产品受到沪上大量港式餐厅的欢迎。与此同时，还打算利用此轮疫情后街铺店面洗牌调整的机会，加紧租铺，开出终端门店，通过线上、线下同步经营方式开拓新市场。

“我们正在考虑拓展更多产品品类，来应对随时可能出现的新挑战。”曹哲慧介绍，食品行业需求刚性，短时的业绩下滑不会改变公司发展长期向好的预判。

松江

全力推动产业经济逆势突围

在松江，像天诚智能和嗨酥食品这样的案例还有很多。

6月以来，松江区相关部门全力推动产业经济恢复和重振，产业经济走出“V”形曲线，强势恢复触底反弹，降幅明显收窄。1-6月，全区实现规模以上工业产值1924.41亿元，同比下降11.2%，降幅比1-5月收窄6.5个百分点；6月单月实现规模以上工业产值457.55亿元，创历史新高，同比增长17.4%。

据松江区经信委副主任许浩介绍，松江区目前有1612家规上工业企业，6月中旬已经全部复工。截至6月底，已有934家企业的产值实现了同比正增长。“也就是说，60%的企业在6月份的产值已经超过了去年的同期产值。”特别是区内的“专精特新”企业，量质齐升，实现逆势突围。截至目前，松江区共有国家级专精特新“小巨人”企业40家，数量占全市15.27%，今年已有227家企业被新认定为市级“专精特新”企业，同比增长60.2%，总数已达610家。

本报记者 **杨硕**