

出口商品展销会上午开幕,上海外贸企业迎来“及时雨” 出口转内销 找到“新路子”

保温杯、咖啡壶、家居服……这些行销全球的“中国制造”不仅颜值高,而且质量佳,可谓价廉物美。但美国的“关税大棒”让中国外贸企业压力不小,面对困境,“出口转内销”成为“及时雨”。今天上午,一场出口商品展销会在上海环球港开幕,出口受阻的商品受到不少消费者的欢迎,“这个时候,就要支持国货”。



出口商品展销会现场
张钰芸 摄

消费者捧场 支持“中国制造”度危机

9时半,距离环球港开门还有半小时,上海清水日用制品有限公司副总经理张晓娜正在调整商品位置,要以最佳面貌迎接消费者。

“4月18日,我们在上海市商务委主办的‘电商助力外贸拓内销对接会’上遇到了月星集团的负责人,当场加了微信洽谈合作。没想到4天后,这些出口产品就摆上了环球港的展销会,速度太快了!”张晓娜说,公司上下琢磨了国内消费者喜好,带来了撞色的大容量乐饮杯和各种保温杯,还有海外市场热销的咖啡壶、随行杯等。

“上世纪90年代初开始,我们公司的产品就远销美国、中东及东南亚市场,外贸订单占比约六成。目前发往美国市场的订单已全部暂停,很多提前预制的内胆、塑料件只能放在仓库。”她告诉记者,公司有待发货或被迫取消订单的保温杯约40000个,这就要求找到“新路子”,“出口转内销”就是企业的发力点。

月星集团送来的“及时雨”,让清水旗下的出口品牌“SHIMIZU”得以出现在上海消费者的面前,并以厂商直销价带来优惠。商场开门不久,就有市民买下了一只保温杯,“胖墩墩的样子蛮可爱的,也支持一下在危机中发展的‘中国制造’”。

主营纺织品的上海三问集团拿下了一排花车,各类家居服以1折起的价格对外销售。工作人员还制作了一张中外尺码对照表,方便消费者选购。“我们公司出口海外的品牌有 Dream Valley、Cozy Bliss、Snuggle Sac等等,这次都带来了。”现场展位负责人王富才告诉记者,在这一轮关税争端发生之前,企业已逐步降低对美出口量,目前占比在20%到30%之间。当前形势下,只有进一步拓展欧洲、东南亚市场,才能持续做大内销规模。

生鲜品类同样被纳入此次美国加码征收关税的范畴。来自山东青岛的国信集团带来了企业拳头产品“裕鲜舫”野游大黄鱼和海参等。“中国冷鲜黄鱼品质好价格亲民,原本是中美双赢的买卖。”上海区域销售负责人魏芳表示,去年企业销往美国市场的黄鱼超过4吨,从今年3月起,陆续将产品销售到中国台湾和东南亚市场的高端超市,此次参加环球港的出口商品展销会,希望进一步拓展销售渠道。

高效对接 免费场地+专人专班

“从4月18日参加对接会,到今天出口商品现场展销,四天里我们和外贸企业持续对接,了解外贸商品情况,也在设计调整展销方式,最终把展销会落地了。”月星集团副总裁许惊鸿一早就来到了现场,

他告诉记者,当天自己带领的8人小组对接了现场全部80余家外贸企业,目前有12家企业在深入洽谈中,相信后续会有更多外贸商品出现在展销活动上。

记者了解到,出口商品展销会所在的环球港B2中央大厅,是商场人气最旺的区域之一。“这块区域的日均租金是10万元,原本这里要举办多场品牌活动。为了给出口商品展销会腾出地方,我们和品牌方协调后重新排期,免费提供给外贸企业。我们现在所看到的布置,都是昨晚通宵搭建的。”许惊鸿说。

月星集团还在展销会上设置了咨询台,欢迎更多外贸企业到现场对接,扫码留下公司信息,会有专人专班对接企业报名。“今天启动的展销活动会覆盖整个五一假期,我们也欢迎更多外贸企业前来接洽。如果当前的区域饱和了,我们还有南广场、北广场、4楼环球大厅等区域,支持外贸企业在场内设展位。”

此外,同为月星集团下属企业,澳门路上的月星家居也在积极响应号召,计划在4月24日开启出口商品展销会,现场将汇集20家外贸企业的200多款出口商品,品类包括日用家纺、家饰、收纳箱包、电器卫浴等各类出口外贸家具和生活用品,价格方面低至市场价5折。

本报记者 张钰芸
通讯员 王笛 闫锦

雷克萨在金山造纯电动汽车

上海市政府与丰田汽车公司签订战略合作协议

本报讯(记者 赵菊玲)今天上午,上海市与丰田汽车公司合作协议签署仪式在沪举行。仪式上,上海市政府与丰田汽车公司正式签订战略合作协议,金山区政府与丰田中国签署合作备忘录,金山区新金山发展公司与雷克萨(上海)新能源有限公司签署投资服务协议,协议的签订标志着由丰田汽车独资设立的雷克萨纯电动汽车及电池的研发生产公司在上海市金山区正式落地。

根据协议,丰田将加速电动化、智能化转型,推出更多适应中国及全球市场的电动汽车产品。而金山区将以此为契机,组建新能源汽车产业推进专班,全力打造具有全球影响力的智能网联新能源汽车产业基地。

近年来,金山紧扣上海市“南北转型”战略,推动传统产业升级,全力建设“上海制造”品牌承载区。金山区将新能源汽车列为转型突破口,通过补链、延链、强链,已聚集159家汽车产业链企业,涵盖研发设计、零部件制造、数据分析等全环节。2022年成立的新能源汽车零部件产业联盟,进一步巩固了产业集群效应。

依托雷克萨项目,金山将加速智能网联新能源汽车产业招商,推动区域高质量发展转型。此次合作不仅是丰田在中国市场的重要布局,也为上海及长三角新能源汽车产业注入新动能。金山区将以“金牌”服务护航项目发展,助力丰田电动化战略落地,共同书写新能源汽车产业新篇章。

音乐 非遗 国潮 解锁花展新玩法

增强互动和跨界联动,五大分会场各展风采

松弛感、艺术性、年轻化、可持续、技术流……在2025上海国际花展以“双主会场”迎宾的同时,浦东、徐汇、临港、奉贤、滨江森林公园5个分会场也从上周五起陆续亮相。

记者获悉,各分会场拥有不同的特色和主题,以音乐、非遗、国潮等元素赋予花展差异化内涵,避免同质化。同时,分会场突破传统“静态观展”逻辑,增强游客的互动参与和文商旅跨界联动,体现“空间即内容、体验即消费、文化即流量”的新范式。

浦东 “卉”聚前滩里

浦东新区分会场主要分布在前滩区域,4月18日已同步开幕。通过商业体与公共空间的流量聚合以及“限时步行街+移动景点”的创新模式,浦东分会场主打“好逛、好拍、好玩”。

在这里,滨江公共空间和前滩三个商业体(前滩公园巷、晶耀前滩、前滩太古里)通过“新自然主义花廊”串联,推出前滩花集、花展限定美食等,游客可以来一场松弛感满满、边逛边吃的Citywalk。同时,分会场设置了四大主题景点,打造花廊、花街、花坡、花梯等景点以及各种花艺打卡装置。

刚刚过去的周末,市民纷纷来打卡浪漫的花艺景点以及钱家滩路限时步行街。记者获悉,5月1日至5日,钱家滩路(前滩公园巷段)将再次作为限时步行街,举办早春非遗生活节。此外,5月1日至7日,前滩滨江将为所有女生带来一场“快乐市集”。

黄浦江上“锦绣”花船,则是此次浦东分会场的“移动景点”,值此浦东开发开放35周年之际,花船寓意着浦东潮涌东方再启航。此外,浦东还设置了东方明珠环岛和第一八佰伴两个城市主题节点,强化区域品牌联动。

徐汇 花荟品徐汇

徐汇分会场将于4月28日启幕,主要选取了新晋获评国家级旅游休闲街区的衡复音乐街区(襄阳公园及汾阳路—复兴中路—宝庆路—淮海中路)作为主展区,融合49处历史建筑+花艺+音乐装置,打造“可看可听的园艺展”。

在这里,区内13个街道(镇)“以花为媒”,通过四大展示板块共搭建主题景点19处,串联全区公园绿地和17家市民园艺中心,展示各自文化特色、区域特点。届时,市慈善基金会绿地、华亭路绿地、黑石公寓、上海音乐学院、徐家汇公园等都将向市民展示斑斓花艺,形成“全城皆展场”的特色。

跨界联动也是徐汇分会场的特色之一。园艺展示将与街区融合,充满“音乐元素”,并通过音乐装置互动体验、乐器造型景观布置、院校师生演出快闪等多种形式,提升花展的艺术性、观赏性、趣味性。

临港 花漾年轻城

作为花展的老朋友,临港分会场此次将以“花漾年轻城”为主题,融合临港新片区的城市气质、年轻化发展理念和花卉艺术表达,强化“年轻城”的IP与互动式消费闭环。

在花卉方面,此次花展主要采用的花材包括郁金香、月季、鲁冰花、金鱼草、鸢尾、石竹、玛格丽特、金盏菊、矮牵牛等。同时,会场强化了“爱情经济”的场景表现,将“月季园”作为特色园区,以“爱情”为主题打造立体花墙、婚庆打卡墙,吸引年轻情侣及家庭客群。

除了赏花,临港分会场也加强了商户联动营销。游客可以到月季园参与古风巡游、摄影打卡、品茶等春日限定联动,也可以去滴水湖广场参与广场嘉年华集市活动,还可以打卡二环城市公园特色商户点位,完成打卡收集印章,兑换朵云书院滴水湖店8.5折消费券。

奉贤 花开南上海

奉贤分会场将从4月28日持续至5月22日。依托“上海之鱼”生态核心区,分会场将构建“公园城市生活新场景”,通过生态赋能与产学研共创,探索公园城市建设的“奉贤模式”。

分会场将联合高校举办“大学生花园节”。300余名师生将以“重新思考身边的自然”为命题,营造自然疗愈花园、流水湿地花园等近自然生态景观,展现青年设计师对公园城市的想象。同时,7家区内园

林企业将参与“花卉主题景点竞赛”,以诗词为灵感造景,展现奉贤的园艺水平和文化底蕴,也推动行业技术展示与市场化应用。花展期间,这里还将举办海派插花花艺大赛、五一假日花市等,市民可以亲身感受花卉之美。

分会场将搭建牡丹芍药园、玫瑰园、月季园等主题展园,形成“古典与现代交融”“民族和世界呼应”特色赏花之路。花展结束后,部分展点将永久保留,形成“永不落幕的花展”,延长花展的生命周期。

上海滨江森林公园 浪漫滨江岸

滨江森林公园拥有全市最大的杜鹃园,也是华东地区种植面积最大、品种最多的杜鹃园之一,无疑成了此次花展分会场的“技术担当”。花展期间,园内将布置十个“杜鹃美境”,将东方美学与传统花魂融入现代园艺创新。同时,园内首次营造沉浸式游园体验,精选安酷杜鹃、皋月杜鹃、西洋鹃、锦绣杜鹃四大杜鹃名品,将传统园艺与国潮文化相结合。

同时,围绕着十大美境,园内将举办互动活动“华服迎春”和“非遗市集”,通过“非遗活化”来增强文化沉浸感,使国潮文化与生态深度绑定。 本报记者 金旻矣