



“在线新零售”是什么？

毫无疑问，“在线新零售”是一个崭新的概念。此番上海围绕“五五购物节”而开展的众多活动，让很多消费者第一次接触到“在线新零售”。

那么，“在线新零售”到底指什么？在上海市商务发展研究中心主任黄宇看来，这是一个结合“新零售”和“在线新经济”而提出的新概念。“‘在线新零售’的内容很广泛，既包括拼多多、京东、苏宁易购、淘宝、天猫等综合性平台企业，生鲜电商、到家经济、直播电商、社交电商、社群电商、小程序电商、音频视频内容电商等新业态，也包括盒马鲜生、超级物种等线上线下融合、零售和餐饮跨界跨业的新模式。”黄宇接受《新民周刊》采访时表示。

老字号品牌，纷纷将部分线下销售搬到线上，这是“在线新零售”的操作模式。近年来，泸州老窖出香水，老干妈卫衣亮相纽约时装周，大白兔唇膏上线2秒即售罄，电商带动老字号跨界创新……老字号也通过新零售打开了新市场。这种新市场，在于打破了过去线下销售的地域限制。线上拓宽市场，线下减缓排队，这样的“在线新零售”对于老字号又何乐而不为？

盒马鲜生这种集电商与超市、外卖、物流、餐饮多种模式的店铺，也是“在线新零售”的存在形式。此前，上海市商务委副主任刘敏表示，在今天的疫情防控期间，上海的电子商务平台在市场保供方面发挥了重要作用。全市商品类网络购物逆势增长，一季度交易额达1343亿元，同比增长19.1%。刘敏表示，下一步上海将结合实施《上海市促进在线新经济发展行动方案（2020—2022年）》，继续发挥上海先发优势打造在线新经济。

打造国内“电商直播第一城”，社会各界人士走进电商直播间带货，这更是“在线新零售”在当下的一种体现。5月14日晚间，联合国副秘书长维拉·松圭、卢旺达驻华大使詹姆斯·基莫尼奥、比利时驻上海总领事馆商务领事林柏森、智利驻沪商务领事武德，纷纷走进天猫国际直播间为各国“国民商品”带货。天猫国际副总经理王浩洋接受《新民周刊》采访时透露：当晚，卢旺达“大猩猩咖啡豆”1秒卖出1.5吨，相当于过去一年的销量。画面那头，看到卖断货后的卢旺达咖啡豆种植户瞬间欢呼雀跃。此外，智利一家红酒酒庄卖空了今年库存，而以日销10倍备货的比利时膳食纤维粉也在5分钟卖光……直播间里，各国代表



天猫国际“国家爆款”承包计划为海外商品带货。

惊呼：备货还是备少了。

对消费者而言，海外购可能不算陌生；近来直播带货风头正盛，不少人或多或少都有接触。现在，海外购与直播带货已经在上海大力发展“在线新零售”的风口“相遇”。可以说，这种“在线新零售”概念下的国际带货，让消费者与海外供货商都拥有了无限可能。

在黄宇看来，在国内城市中，上海较早地推动了在线新零售的发展，可以说是新零售的“策源地”和“竞技场”，已经形成相对领先的新零售发展基础。正因如此，作为“策源地”的上海，如今才会按下加速键，进一步开拓打造“在线新零售”的“新高地”。

打造“新高地”，上海的底气在哪？

了解“在线新零售”的概念与内容后，我们自然要追问：上海能够走在“在线新零售”的发展前端，主要依靠哪些先决条件？因为这一新鲜概念虽然近来被广泛提及，但其背后已有一段时间的相关布局与尝试。以及，如今上海为何又要在这一领域积极开拓“新高地”？

这一切，与这座城市长期以来积攒的商业基础密不可分。“上海拥有广阔开放的消费市场，一批资源配置能力强的在线新零售领军企业，以及开放创新的政策制度。这三者，共同构成上海开拓在线新零售‘新高地’的三大优势条件。”黄宇对《新民周刊》表示。

2016年，上海财经大学经济学院副教授内森·希夫（Nathan Schiff）曾在论文《城市与产品多样性：以餐馆为例》（Cities and