



在营商环境有口皆碑的上海，政府部门往往在企业找上门之前，**主动倾听企业心声，并给出一揽子解决方案。**

今年4月上海市商务委员会举办了两场“上海市电商助力外贸拓内销对接会”就是例证。

对接会上，上海市商务委、上海市市场监管局、上海金融监管局等部门纷纷亮出政策工具箱，给予参会外贸企业锚定“出口转内销”这条新赛道更多信心。

例如，将大力支持线上展销和磋商洽谈等活动，搭建拓内销线上平台，在电商平台设立外贸商品销售专区，支持外贸企业开设网店，鼓励电商平台提供零佣金、快速入驻审批、流量扶持和保证金减免等举措。

与此同时，对因特殊原因无法内销时将产品标识变更为中文的外贸出口产品，允许外贸企业加贴符合国内法律法规要求的中文标识，外贸企业应当对外文标识一致性负责；推动内外贸产品“同线同标同质”，依托相关平台，为企业拓展国内市场提供政策咨询、标准制修订、产品检验检测、认证综合服务。

此外，加强金融对外贸企业拓内销的支持力度，鼓励银行创新金融支持内外贸一体化方式，支持已投保出口信用保险的上海外贸企业投保国内贸易信用保险等。

据悉，2025年以来，上海市商务委积极推动外贸企业拓内销工作，到重点外贸企业开展走访调研，会同各区商务部门、重点行业协会等排摸外贸企业出口拓内销意向；同时，积极发挥上海电商平台、品牌、服务集聚优势，发动各大电商平台和企业，推出相关服务举措，助力本市外贸企业开拓国内市场。

而在对接会上，有16家国内主要电商平台、近80家外贸企业现场对接。这些电商平台在现场就给外贸企业吃了“定心丸”——

淘天集团搭建“外贸精选”专区；拼多多搭建“外

贸转内销”专区，提供营销和流量支持；苏宁易购上线“外贸拓内销”频道；百联全渠道整合百联线上线下资源，开设“外贸精品 欢迎回家”主题活动卖场；东方购物在移动端App和电视端黄金时段设立外贸专区；海智在线设立“外贸转内销专区”为采购双方提供产品信息数字化入库、供应链寻源等免费服务；京东通过媒体传播资源加持和采购投入激发消费潜力；抖音集团定向邀请优质达人开展外贸商品专场直播并推出“外贸优品推荐官”打造带货内容；美团提供专有营销方案，利用小象超市和美团优选触达消费者；得物投入亿级流量支持并策划多种营销活动；震坤行通过多渠道资源推广和邀请专家达人直播带货来支持外贸商品销售；盒马联合外贸企业开发自有品牌，通过线上线下全渠道销售；叮咚买菜赋能商品开发与物流资源；途虎养车导入自有品牌生产需求，替代海外代工订单；本来生活开通极速入驻通道，提供反向定制与自有品牌开发支持。

值得一提的是，在对接会现场，上海私域电商梦饷科技旗下平台“爱库存”与以外贸为主的箱包企业OMASKA积极响应国家“内外贸一体化”战略部署，短时间内“牵手”成功。

“我们公司年销售额在1亿元以上，其中外贸收入占比接近70%。”OMASKA电商负责人李兴华表示，外部市场变化使前端运营放缓，后端海外仓库存退回物流成本提高。公司一方面加大多元化市场的业务拓展；另一方面将目光转向国内C端电商平台。据悉，在了解到企业的需求后，爱库存第一时间对出口转内销的商家实施费用减免，帮助商家减少初期现金投入；同时，高效帮扶商家入驻，实现当天注册当天开店。“我们开辟了