



新出口转内销

出口转内销，重塑国际贸易格局

本质上，因中国经济体量之大，由“出口转内销”最终撬动的，一定不仅仅是几条大黄鱼，而是国际贸易格局的重塑。

□ 主笔 | 姜浩峰

“大 黄鱼要哦？”
“啥价钱？”

“大的 120 元 3 条，特大的 80 元一条。”

5 月 6 日下午，在位于上海普陀区的环球港 B2 中央大厅的出口商品展销会上，刚准备到楼上“海上明珠”影城看电影的一对老夫妻，走过路过没有错过，直接付钱买了三条大黄鱼，还跟“老板”说，希望代为保存，等下午六点多钟看完电影再来拿。

“没问题，我们给你开好票。等会凭票来取。”上海国信水产销售部总经理姚梅用保温袋包好老夫妻自己挑选的 3 条鱼，放进一旁的冷冻柜保存。按照姚梅的说法，这款大黄鱼之前是不零售的，只专供酒店以及出口。因为美国想搞对全球贸易伙伴加征关税的事，公司索性把大黄鱼搬到展会上来，“算作品宣，感觉消费者很情愿掏钱买这些货的！”。

从位于青浦的伊贝拉女鞋，到清水日用制品有限公

申城商业购销两旺。 摄影 / 杨建正



扫码观看
精彩视频

