

释放消费潜能，激活经济“稳压器”

刘润涓

文汇报时评

当前，国际疫情持续蔓延，不稳定不确定因素显著增多。为实现今年经济社会发展目标任务，迫切需要在投资、消费端下功夫。投资拉动经济增长的重要作用无需赘言。消费也是如此，近年来对我国经济增长贡献率最大的是消费。数据显示，2019年最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率为57.8%，消费成为拉动我国经济增长的第一动力。

作为商业重镇，上海的繁华都市气象，离不开多层次、多样态的消费经济。上海是国内首批“社零”迈入万亿级的城市之一，2019年上海社会消费品零售总额达1.35万亿元，连续三年稳居全国城市首位。从经济持续发展角度看，消费可谓上海经济健康发展的“稳压器”。从长远看，上海经济发展的真正动力是居民消费，只有积极扩大消费，促使消费需求、投资需求和外贸进出口协调发展，才能使上海经济持续、健康、稳定发展。

为释放消费潜能，有效促进消费回补，上海硬碰硬政策频频加码。日前，更是重磅推出“五五购物节”等12条举措，通过“政策+活动”双轮驱动，联通千企

万店，动员全城消费，最大限度激发市场主体和平台企业积极性，充分放大政策和资金的杠杆作用、乘数效应，体现了上海强势提振消费的信心和决心。

面对疫情冲击，上海经济韧性强劲。一季度，上海第三产业增加值同比增长最低，特别是商品类网络购物更是逆势增长，交易额达1343亿元，同比增长19.1%。究其原因，很大程度上在于上海的在线经济、新兴消费等新业态，对冲了疫情影响，这也反映了上海多年来经济结构优化调整，特别是服务业数字化转型升级的成果。未来，顺应新兴消费模式，因势利导释放消费潜能，尤其要把发展在线新经济、提升国际化购

物、培育夜经济市场这篇文章吃“透”、做“深”、落“实”。

——发展在线新经济。疫情倒逼海量消费“迁徙”到线上，助推AI、VR、大数据、云计算、物联网等新一代信息技术与产业新的融合发展，使以“在线、智能、交互”为特征的新业态新模式得到广泛应用。为满足并撬动在线消费市场，上海提出了大力发展在线新经济的“路线图”：明确提出四个“100+”行动目标，总目标是“到2022年，将上海打造成具有国际影响力、国内领先的在线新经济高地”。上海有一流的线下商业，再加上首屈一指的线上新技术支撑，两相结合，在线新经济将成为引领

上海经济高质量发展的重要动能。

——提升国际化购物。上海具有海派基因，是全球市场，上海商圈亦是国际品牌集聚地，国际化购物水平直接影响上海消费景气指数。在品牌集聚的南京西路商圈、小陆家嘴区域，2019年的销售额分别增长19.1%、10%。近年来，各种概念店、旗舰店、融合店在上海集中爆发，单以首店经济为例，2019年上海有逾千家品牌首店落地。大量首店有效带动了消费业态、模式、技术等全面创新，将帮助上海商业从并跑到领跑。

——挖掘夜经济市场。在疫情有效防控的前提下，发展夜经济是另一种形式的“弥补”。《阿里巴巴“夜经济”报告》

显示，上海“夜消费”领跑全国，如今商旅、文、夜间消费场景进一步融合，一站式消费已成趋势。上海市首批地标性夜生活集聚区，涉及黄浦、浦东、杨浦、徐汇、静安、闵行等区，夜间经济动能十足。作为国际化大都市，上海发展夜间经济，对于优化营商环境无疑具有积极意义。

信心比黄金可贵，办法总比困难多。因为相信，我们得以看见，消费的“暖春”因疫情抑制而迟到，但不会缺席，经济的全面复苏即将来临。

(作者为中欧国际工商学院研究员、中欧陆家嘴国际金融研究院院长助理)

组稿编辑：范兵

提振消费信心 加快建设国际消费城市



促进消费引领 商家做好预热

促进消费引领，开展品牌推广，加快建设“上海国际消费城市”。为迎接即将到来的“五五购物节”，沪上不少商家提前筹备，推出各类打折促销活动。图为昨天白玉兰广场在电梯口的电子海报滚动播放打折促销信息，吸引顾客前来惠顾。

本报记者 叶辰亮摄影报道



聚焦首店首发，以数字赋能实体商业

紧扣“五五购物节”，静安开启覆盖全城的“嗨购静安”活动

■ 瞄准首店经济、首发新品，以数字赋能实体商业——紧扣即将启动的上海“五五购物节”，静安区开启了覆盖全城的“嗨购静安”活动，将持续举办至6月底，贯穿劳动节、母亲节、护士节、儿童节、父亲节、端午节等多个节日，以“线上线下云直播”“美食美妆乐生活”等为主线，围绕新兴消费、新品消费、进口消费、后街消费、汽车消费、信息消费等开展特色活动

本报讯（首席记者顾一琼）这两天，一场原定于4月25日至29日在瑞士举办的日内瓦钟表与奇迹展，首次实现全数字化转型，深度合作天猫奢品展开“云上表展”，让消费者足不出户便能欣赏到各品牌最新首发表款、典藏设计，以及丰富的腕表知识。这给名表专卖店最为集聚的南京西路商圈带来了新契机——奢侈品公司历峰集团将于近期在珠宝首饰、钟表制造、书写工具及时装配饰四大板块推出约20个系列50多款新品，齐齐亮相南京西路商圈。

瞄准首店经济、首发新品，以数字赋能实体商业——紧扣即将启动的上海“五五购物节”，静安区开启了覆盖全城的“嗨购静安”活动，将持续举办至6月底，贯穿劳动节、母亲节、护士节、儿童节、父亲节、端午节等多个节日，以“线上线下云直播”“美食美妆乐生活”等为主线，围绕新兴消费、新品消费、进口消费、后街消费、汽车消费、信息消费等开展特色活动。4月24日开始的启幕活动，通过连续两天不间断直播，已串联起南京西路商圈、大宁商圈等12家重点商场，并联动区内“蔚来汽车”“科勒”等品牌参与，数十万消费者参与“云逛街”，进一步拉动线下消费。

当下的南京西路，是世界知名品牌集聚度最高的商业街，此次将密集推出春夏新品和首发新品——路威酩轩集团将首发包括路易威登520新品等在内的14个新品；开云集团首发古驰马卡龙配饰系列等16个新品。蔻驰、迈克尔高司推出系列首发新品，欧莱雅、玫琳凯、丝芙兰、多特瑞等陆续推出美妆新品。同时，泰格豪雅智能腕表、雅克德罗限量版在中安表表长亮相；戴森将举办全球首发新款吸尘器线下快闪活动。

此外，一众首店将于“五五购物节”期间落户。欧洲高端小众品牌“摩奈”(Moynat)在恒隆广场开设新店；日本女装“诺丽姿”(Nolley's)中国首店落户久光；高端健康理肤品牌“羽心堂”首家旗舰店于兴业太古汇开业；台湾有机餐厅“珍爱时”植物园餐厅“贝瑞咖啡”“Pinc烘焙”等八家餐饮首店齐聚1788广场。

此次“五五购物节”活动，静安区特别注重以数字赋能实体商业，完善“互联网+”消费生态，构建云商城、云商街、云商圈。比如，兴业太古汇、上海大悦城、大宁国际商业广场等开展跨界合作、社群推广及线上活动，用好直播电商、视频电商等新模式，对商场、品牌给予入驻、流量、数据等专项支持，特别开展“静安嗨购站”“静安直播美食节”“上海抖音探首店”“风尚探店直播”等活动。

目前，静安区聚集一大批国内外龙头化妆品企业，拥有众多集品质与特色于一体的化妆品店铺，分布在久光百货、兴业太古汇、梅龙镇伊势丹百货等。静安区将利用自身优势，在“五五购物节”期间举办“2020上海国际美妆节”，拟在1788广场开展“美妆直播间”活动，促进颜值经济，撬动产业发展。

为释放消费者在疫情期间被压抑的美食需求，静安区还将联动平台企业、品牌餐饮商户推出“静安好食荟”大力度优惠券，开展“直播美食节”，推荐特色商户，展示美食厨艺，拉动线下消费体验。

“五五购物节”为年轻人设专场 “2020上海互联网青春生活节”将于5月启动

本报讯（记者占悦）针对青年人的生活节即将启幕。记者昨天从团市委了解到，“2020上海互联网青春生活节”将于5月正式启动。作为上海“五五购物节”重要活动之一，团市委将携手品牌企业和电商平台，通过互联网向上海广大青少年推出青春特色商品、餐饮和服务，助力在线新经济、带动社会新消费、展示购物新风尚、服务城市新青年。

青年人的新需求，是上海互联网青春生活节推荐新产品的依据。自4月中下旬起，团市委通过向大口青工、机关、社区、高校等各行各业青年发放线上问卷，了解购物需求。目前青春生活节消费意向调查表（第一季）已经上线，生活节期间还将向青年不定期推送新产品购买意向问卷。

据悉，团市委共接洽了200余家品牌企业，储备近千件单品爆款，涵盖“衣食住行游娱购安”八大类，从上海知名品牌、国际知名时尚品牌、上海老字号中遴选创新产品和服务。同时，还涵盖上海青年企业家、青年创业者的创新产品和服务，以及通信电子、3C产品、新能源汽车等大宗消费品。在

选择产品和服务等方面，均充分考虑到了青年需求，注重“潮、爆、型、范”。

此次上海互联网青春生活节开发了专属网页小程序，并与“青春上海”网上共青团平台打通，将作为线上爆款单品的“主会场”，预计于5月4日正式上线。团市委还将联合阿里巴巴本地生活服务平台和美团点评，推出上海互联网青春生活节“分会场”，其中支付宝、饿了么、盒马鲜生将开设针对年轻人的特色购物专场。

疫情期间，本市小店经营遭到重创，对此生活节加强了对小店的“帮助”。支付宝、饿了么、盒马鲜生将共同推出小店传承计划，团市委也会通过多种形式发动青年人参与支持。通过线上线下融合的新零售模式，帮助上海小店创造新需求、激发新消费，培育更多海派特色小店、上海品牌。

此外，在美团点评设立的“新青年趣玩”主题活动，不仅宣传线下消费新业态，还会挖掘一批深受年轻人喜爱的新职业，以消费促进就业。上海互联网青春生活节期间，还将招募一批青春体验官，直接试用产品，获得最实在的福利。

上海最大商业“航母”百联集团公布主题营销方案，将组织全城2200家门店联动大促，链接“五+五”核心商圈与地标，覆盖十大零售业态——

看“五五购物节”如何刷新商业高度

■ 本报记者 徐晶卉

全城2200家门店联动大促，覆盖购物中心、商超、汽车等十大零售业态——这将是百联集团成立17年来，规模最大的一次营销活动。针对即将启动的上海“五五购物节”，百联集团昨天宣布推出“焕享一新·百联千店i购季”主题营销活动，百联集团副总裁浦静波对其特点作出如下概括：“投入资源之多、力度

之大、跨界之广，前所未有。”

线上线下涵盖全城商圈的“五五购物节”为打造“上海国际消费城市”赋予了全新意义。除了外在的诱人折扣，上海商业提质升级的内涵更受外界期待。百联集团董事长叶永明说，如果把疫情带来的考验看作是一次商业倒逼，那么中国商业正在掀起一场全业态、全渠道、全场景的商业模式创新，上海在消费引领上会起到风向标作用。

拓宽度 调动城市商业活力细胞

千企万店、全城动员的“五五购物节”，是一场全上海的大规模“造节”，某种程度上也是上海商业的一次集体练兵，商业品牌力、吸引力、说服力在大促中“同台竞技”。

叶永明介绍，作为上海最大商业“航母”，百联集团将在“五五购物节”期间组织全城千店大联欢，链接“五+五”核心商圈与地标，包括南京路、淮海路、徐家汇、陆家嘴、五角场等主力商圈，覆盖百货、奥莱、购物中心、大卖场、超市、医药、汽车、家装等十大业态，规模堪称“史无前例”。为给这场盛大购物季添一把火，百联集团还准备了12亿元百联购物消费券、120场精彩体验品牌专场活动。

“在老字号营销中，这是从未有过的宽度。”上海三联集团有限公司总经理柳昊雁说，这不仅在于折扣力度，也在于参与活动的品类广度。她提到一个小细节，眼镜、钟表品类有一块业务是维修，此前维修大类从不参与大促，但消费者对这一细分市场的关注度很高，瞄准消费需求，百联集团决定将这一内容增加到大促范畴，提高消费者的积极性。

上海重点发力拉动的汽车消费，在百联集团的联合营销方案中也是亮点。百联汽车服务贸易有限公司总经理许钢拉出一张促销清单，其中不仅有五五折购买上汽55辆新车的“秒杀”活动，也有汽车装潢等新领域的出行大礼包，更有旗下门店所有维修保养全部五五折的大促。

有分析人士认为，这场“五五购物节”盛宴的促销广度，实质上审视的是企业对消费需求洞察的洞察力、对消费热点的追踪能力，可有效调动城市商业的每一个活力细胞。

探广度 打响“上海云购物”品牌

新零售之城、品牌直播之城……这些年“上海购物”加注的标签，在“五五购物节”期间也将成为这座城市最大的亮点。

“除了传统‘节目’之外，此次百联集团更加注重新零售的数字化转型，各种直播活动覆盖面广、场次频繁。”叶永明透露，4月30日，百联集团将在天猫开展超级直播日活动，带领消费者“云逛百联”，体验“到店宅家兜商场”的新乐趣，这也是百联集团与阿里巴巴的又一次深化合作。

阿里巴巴集团首席市场官董本洪在接受记者采访时表示，希望通过参与“五五购物节”，借由上海这座国际消费城市，全方位展示阿里巴巴的新消费图景。

打响“上海云购物”品牌，在跨界合作中，“五五购物节”也在不断地测试线上线下融合的解决方案。

浦静波透露，百联集团将首次与上海本地新电商巨头拼多多合作，而且合作方式与阿里巴巴有差异化，“拼多多的特色是充满社交属性，特别好玩，我们5月4日将与拼多多在南京路商圈、浦东八佰伴商圈合作举办‘万物百联，嗨购多多’活动，探索新的商业玩法”。

百川异源，而皆归于海。在传统商业人眼中，电商行业、社交平台都归属于“异业”，但多元化的商业元素却能在上海释放出叠加效应。百联又一城某化妆品柜台营业员告诉记者，目前柜台的货品已经在直播和云购中触达全国28个省区市，营业额同比增长超过了30%。

挖深度 在融合中重塑商业链条

在常态化疫情防控下，百联集团旗下商超业态的“到家经济”迎来一波发展机遇。

联华超市股份有限公司总经理徐海给出了一组数字：“到家经济”的订单数比去年同期翻了1.5倍，销售额涨了2.5倍，商超业态去年只有200家门店“上线”，今年增加到500家，自有订单数是去年的7倍，“‘五五购物节’期间，我们将继续推进联华在上海的网店密度，提高履约效率”。

对于传统商业而言，疫情特殊时期带来线上业务提升的机遇，“五五购物节”则带来深度整合和重构供应链的思考。此前，豫园珠宝时尚集团首席创新官袁刚就坦言，疫情之后，企业应有内部机制的变化，以直播为例，如果门店直播销售的产品超越了柜台的产品范畴，如何通过数字化方案实现门店间的调拨和管理，都需要进行流程重构。

百联全渠道电子商务有限公司总经理张申羽认为，“五五购物节”是零售业数字化转型升级的探索，一方面，正是有了百联在线的基础，与阿里巴巴、拼多多等“异业”的合作才能在短时间内打通数据，实现跨界；另一方面，百联集团旗下22家百货店已在i百联平台呈现出“百货云店”，加速线上线下融合步伐，百联集团正在探索轻量化管理，实现导购在线、服务在线、管理在线，打造24小时不打烊的“线上门店”，这需要品牌商、零售商联手探索新模式。

叶永明表示，通过举办i购季，百联集团将再次实践以用户思维和场景思维不断拓展商业价值，以深度互联网的全业态、全渠道零售模式，努力与消费者共创美好生活。