

提振消费信心 加快建设国际消费城市

上海首个离境退税“即买即退”集中退付点落户南京西路商圈

“免退税经济”提振消费信心释放消费需求



本报讯（首席记者顾一琼）昨天上午，上海首个离境退税“即买即退”集中退付点在南京西路恒隆广场揭幕。

集中退付点办理“即买即退”，并当场领取现金退税款。作为此次“五五购物节”重要举措，上海税务部门主动对接市场消费需求，着力在离境退税功能服务上升级扩容，在全国率先尝试在商业发达、离境退税点集中的区域设立离境退税集中退付点，以此着力提振消费信心，强力释放消费需求，促进消费提质扩容，更为打响“上海购物”品牌提供充足动力。

■即日起，符合条件的境外旅客，在恒隆广场内所有离境退税“即买即退”定点商户购物后，可凭相关证明至商场内的集中退付点办理“即买即退”，并当场领取现金退税款

管理有难度的离境退税定点商户提供了便利。记者采访时获悉，由于每个大型商场运营和资金结算模式不同，顾客在不同商场购物，开具发票的主体实际是不同的，有些是由商场方开具的，有些则是由商铺方直接开具的，这就导致离境

退税模式会发生变化。而此次的即买即退集中退付点，就解决了这一问题。同“即买即退”模式一样，境外旅客在商场内就能拿到退税款，到机场离境口岸也只需确认离境，将退税表格投递至指定邮筒，无需再办理其他手续。

昨天在现场，寰曼商贸（上海）有限公司恒隆店负责人表示：寰曼商贸代理销售的品牌分布在全市各大商场，此前非常希望能够提供给顾客即买即退的服务，但又担心店铺现场退税的管理压力，从某种程度上影响到了品牌提升服务效能和影响力。恒隆集中退税模式让商家感受到了便利，希望能尽快在全市其他同类型的商场得到推广，“相信这种模式能有效地吸引更多境外客户在国内消费”。

静安区作为上海建设国际消费城市示范区，致力于打造国内一流、国际接轨的营商环境，营造服务制胜、放心便

捷的消费环境。截至去年底，静安区有离境退税点94个，在全市占比21%，此次提出南京西路打造离境退税示范点，提升静安区跨境消费便利度。去年，芮欧百货开展上海首批离境退税“即买即退”试点。此次，在市、区两级税务局和商务委共同推进下，全国首个离境退税即买即退集中退付点落地南京西路商圈，将为上海建设国际消费城市增添亮色。

市税务局表示，下一阶段将加快完善全市离境退税即买即退点的规划布局，持续扩大即买即退范围。

“五一”假期 市场见闻

主动衔接产业链 区长走上“直播C位”为汽车节带货

新型活动模式给消费者带来更多购物场景选择

■本报记者 张晓鸣

“欢迎来到普陀区。普陀区具有最丰富的全新产品，最真金白银的打折，最贴心靠谱的服务。”“五一”假期首日，普陀区委副书记、区长姜冬冬首次直播带货，卖的就是汽车。

今年一季度以来，汽车消费受到较大抑制。如今，伴随消费信心的不断提振，上海汽车市场正在加快复苏。本次“五五购物节”中，上海聚焦汽车消费，出台包括上牌增加投放、发放新能源车充电卡等一系列政策。正因为看到这一点，普陀区顺势而为，承办的2020上海汽车节昨天在梅川路步行街开幕，旨在最大限度发挥汽车产业链消费链的带动优势，最大限度促进消费回补和潜力释放。而在直播屏幕前，主动走上C位，为汽车消费打Call的姜冬冬坦言：“前不久我们搞了一次云卖车，效果非常好，短短一个小时就卖了80多辆车。”这些都让自己对这次直播和汽车节充满信心。

区长卖力吆喝，活动现场人气足

上海干部给人的印象是低调内敛、

务实高效。面对镜头直播带货，他们能豁得出去吗？一开始略显紧张，但是姜冬冬迅速进入状态，尝试用“真金白银”的价格优惠打动观众。“我们这次汽车节的场地都是免费的，我们的营销也是线上线下联动。”姜冬冬说，“我们和商家都明确了，这次打折力度要大。”在姜冬冬看来，普陀促进汽车消费，有着比较好的基础，近年来集聚了一批和汽车销售有关的企业入驻普陀。

记者注意到，上海汽车节活动现场选择在梅川路步行街，就是看中步行街人气旺。昨天一早，活动现场就吸引了不少趁着“五一”假期休闲时光专程前来看车、买车的市民。无论是十万元出头的实惠家庭用车，还是奔驰、宝马、奥迪这些上档次的品牌，甚至是数百万元的阿斯顿马丁、玛莎拉蒂等顶级豪车，都有感兴趣的客户在展位前围着销售专员咨询和试乘。

“活动是上午9点开始的，可是8点刚过，我们还在忙着布置时就已经有客户来咨询了。”参展商之一瀚奔驰的销售人员告诉记者，“原本以为首日会比较清闲，毕竟长假才开始第一天，可没想到一上午竟然水都没顾上喝一

口，很多市民前来就他们关注和喜欢的车型问了好多问题。”市民们的热情，让“身经百战”的销售顾问们连称想不到。“观众热情都很高，刚刚有位阿姨签了意向订单之后，我们就又成交了两单。”一名好不容易空闲下来的销售顾问告诉记者，“感觉这些消费者前段时间都在家里憋狠了，这次应该都做好了功课来的，目标都很清楚，来之前就想好了。”

走出4S店的单一场景，拥抱消费者

走出4S店的单一场景，让优质产品和服务、实惠的价格直达消费者。在“五一”假期里，上海汽车节成为提振经济促消费的一个缩影。

记者在现场看到，各家参展的汽车品牌为了此次汽车节都推出了一系列优惠和促销方案，甚至有部分车型推出了5万元现金的优惠，让不少前来看车的市民当场就有了购车意向。

“我也就逛了半个多小时，听了他们介绍的优惠方案后，马上就下单了。”市民刘先生相中了自己心仪已久的一款雷克萨斯车，很快就爽气地付了定金，只待提车了。

在奥迪品牌销售展台，亮相的三款车中就包含A4L 40TFSI。据销售人员介绍，这款车型4月10日刚宣布上市，也是第一次亮相车展，咨询火爆，此前只有九折，在此次车展中打出了八八折。

在业内人士看来，作为传统大宗消费，汽车消费是逆周期调节的重要抓手。从长期来看，新冠肺炎疫情对汽车行业的冲击有限，电动化和智能化仍然是汽车行业发展方向。

因此，上海汽车节除了有五款全新车型首次亮相外，也有不少新能源车参展。即将首发的雷克萨斯第一台纯电动车UX300E也在此次汽车节上预售，预计将于5月底至6月中旬到货。蔚来推出的“零首付”活动，则吸引了不少急需买车但资金上又一时“差口气”的市民。

普陀区商务委透露，配合上海汽车节活动，阿里本地生活服务公司还向参加车展活动的消费者，自动推送周边商家红包和优惠券，采用网红直播、探店、试玩、试吃、试穿等玩法，打造“看车逛吃两不误”的立体消费环境。新型的活动模式将给消费者带去更多的购物场景选择，把产品核心信息更直接传递给市民。

■本报首席记者 顾一琼

如果要寻一条马路来铺陈、延展上海这座城市的商业历程和商业精髓，淮海中路一定是最佳选择之一。

她时尚优雅，紧跟潮流，又拥抱生活。

今年，淮海中路辟筑120周年。这两天，一场热闹的购物节启动仪式在淮海中路近成都南路的TX淮海广场举办，现场“云步淮海商圈”微信小程序上线，鼓励消费者以商圈内步数来兑换礼品优惠，感受实体商业社交购物的乐趣。

做强品牌经济，做厚社交标签，做广消费场景——在疫情防控常态化的当下，在拥抱互联网的风口，无法再“躺赢”的长长淮海路，以此开启了一场逆袭。

漫漫长街，如何留住新世代的消费

曾几何时，淮海路的精致格局和情调，就胜在梧桐掩映下的绵延漫长。谁曾想100多年后的今天，长，却成了她的痛点之一。

上海人口中的“逛淮海路”通常指长约4公里的淮海中路。它是横贯中心城区的一条主干道，1900年兴建。彼时的淮海路，有众多石库门里弄住宅，街区分散着花园洋房和高级公寓，基础道路与建筑风格都透出浓浓欧陆风情。上世纪二三十年代，一批有着异国情调的精致商辅簇拥林立，营造出独具魅力的生活样式。喝下午茶、看电影，都是那个年代名媛绅士们追捧的时尚生活标签。淮海路也一度被誉为“东方香榭丽舍大街”。

伴随着商业社会发展和变迁，特别近30年，与所有传统商业街一样，淮海路要直面的“难”，与日俱增——上世纪90年代，超市卖场兴起，取代了原有百货店部分功能，分流了顾客；本世纪初，外资购物中心涌入，点状综合性MALL“挤兑”着传统的长街；当下，互联网大潮裹挟着新的消费方式奔涌而来，商业品牌纷纷触网，线下购物的吸引力亟待重塑。

漫漫长街，如何留住新世代的消费？这，需要的是一种颠覆性思考。

找对“密码”，让转型成为可能

春末夏初的这两天，路过淮海路原华亭伊势丹所在地的人们会惊喜地发现，一个全新商业载体TX淮海悄悄“开箱”。

“开箱”，这是年轻消费群体中的一个常用“密码”，指对于未知事件或物体的感知和测评。好不好玩，值不值得逛，年轻消费群体乐于分享的，是自己的独特体验和一种判断。

事实上，TX淮海的开箱背后经历了种种颠覆——比如，在两幢紧邻建筑物中拆除围墙，局部打开外立面，形成突出的临街店面形象；商业载体内部移用“策展”理念，让每个品牌店都有一个展陈社交空间，强化与年轻人的情感勾连；品牌引入方面，更注重首店、旗舰店和概念店，成为年轻人向往的“潮圣地”。一个商业载体的“年轻力”就这样构建起来，今年以来成功吸纳数家首店入驻。

“百年来，淮海路上始终有一样没变过——社交密码。”钟家苏，淮海路经济发展促进会会长。从淮海路店铺一名普通营业员一路走到今天，老钟对于淮海路的“解构”异于他人。

以他回忆可触及的年代，拿破仑、哈斗、搅奶油……就是从淮海路老南昌、哈尔滨食品厂等走出来的西式糕点和生活方式；而全国土产食品店则是以“培丽”的惯称与老上海人的早饭酱菜直接“挂钩”……

“去淮海路，买什么东西，见什么人，几乎注解了你的生活格调、社交圈子。”同样，当下淮海路要实现逆袭，还是要找对能唤起消费欲望的社交密码，做厚社交标签。

构筑消费新场域，做强社交品牌

如果请出上海滩的文艺大家，几乎每一位都能说出与淮海路之间挥之不去的故事和过往。

百年间，淮海路之所以被典藏、被分享，就是因为她已不仅仅是一条商业街，更成为上海的一个文化符号。

放眼当下，这里依旧有许多上海第一乃至中国第一：商业与艺术相结合的K11艺术购物中心，历史建筑中的爱马仕之家，无印良品的全球展示店……没错，过往精致与优雅的风格依旧熠熠生辉，吸引着全球顶尖商业品牌的青睐。

结合此次购物节，淮海路将推广在线新消费，升级消费理念、消费方式，通过引进更多首发首秀品牌，助力商业企业打造更多消费新场域、新渠道，促进消费回补和潜力释放，满足群众不断恢复和高涨的消费热情。

比如，在淮海路一新天地商圈积极打造全球新品首发地，推动无印良品、UA、Sisley进行新品首发，深化建设黄浦“全球新品首发地示范区”。

与此同时，她也将继续打造更多社交品牌——推出夜读周、露台音乐节等活动，整合商旅文资源，吸引更多顾客在逛一逛看一看之间发生消费，让全新的淮海路“住”进每个人的心里。



“五五购物节”期间，上海国际时尚中心在坚持疫情防控的同时，推出了丰富多彩的促销活动，为消费者带来十足的优惠和舒适的购物体验。图为市民在醒目的广告牌前留影。本报记者 袁婧摄影报道

本报讯（实习生张天池 记者徐晶卉）“五五购物节”期间，上海将继续开展线下实体“七日无理由退货”亮牌行动，推动参与活动的商业企业公示服务承诺，提升服务质量，自觉接受消费者监督。在昨天启动的“安心消费，畅享无忧”主题活动中，各家企业纷纷亮招，推出一系列安心举措。

百联集团：集团目前已有250余家门店参与“七日无理由退货”服务承诺试点工作，并计划在“五五购物节”期间拓展到集团旗下450余家门店、1500余家品牌商铺，包括大卖场“世纪联华”和“吉买盛”，百联旗下家居建材店“好美家”，“联华超市”和“华联超市”直营门店；除第一八佰伴、第一百货等八家已参与试点的大型百货和购物中心外，“五五购物节”期间，试点活动还将覆盖到百联青浦奥特莱斯、百联中环购物广场、世博源等几十家百联旗下商场。

红星美凯龙：30天无理由退货、先行

赔付和绿色环保是保障消费者权益的核心内容。今年，红星美凯龙将依托商务信用建设“133”战略，规范家居流通行业市场环境，优化顾客消费环境，并向长三角辐射，推进长三角信用一体化建设工作。

拼多多：“五五购物节”期间，将从消费者视角出发提供更多实惠的商品和服务。消费者在平台购物后产生的问题，包括但不限于涉及运费、发货、退货、退款甚至赔偿等，由平台提供全方位保障，实现“一键无忧”放心消费，为消费者打造“称心、暖心、放心”的购物空间。

美团点评：举办“点亮申城”安心消费

系列活动，涵盖吃住行游购娱六大消费领域，针对疫情特殊时期，打造“安心消费”工具，认证“安心餐厅”，“安心住”酒店商家，“安心玩”景区，“安心服务”商家，统一推荐“安心标准”并由认证商家自律承诺，诚信经营，帮助消费者挑选安心门店，确保到店无忧。

盒马鲜生：打造日日鲜品牌，承诺源头直采，不卖隔夜菜、隔夜肉、隔夜牛奶，卖不完当晚销毁。推出三大“安心”服务举措：一是无条件退款，消费者如觉得菜品不新鲜，可通过App或者门店申请退款；二是食品安全可追溯，消费者可通过手机App扫码，

清晰地看到生鲜整个供应链上从采收、运输、仓储到销售的所有信息和细节；三是“无接触配送”服务，消费者在盒马下单时，可以选择“无接触配送”，与配送员电话联系，指定商品放置位置，送达后配送员通知用户自行取货，以减少配送双方感染风险。

爱库存：发布“安心商品、安心服务、安心售后”保障承诺，确保平台商家产品质量的同时，还将推出3000万满减券，新增平台运费险服务，保障消费者的安心购物体验，助力“信用上海”诚信无忧的消费环境建设。

企业为促安心消费亮了哪些招？