

文匯時評

# 全方位打造“大循环”的中心节点

殷德生

如果说，“努力成为国内大循环的中心节点和国内国际双循环的战略链接”道出了上海代表国家参与国际竞争的从容和自信，那么，当下的“五五购物节”正全方位展示万商云集、近悦远来的国际消费城市的吸引力，从一个侧面彰显上海成为国内大循环的中心节点的强大实力和潜力。

国内大循环包括生产领域的强大国内市场、分配领域的有序收支、流通领域的正常运转以及消费领域的充分有效需求。在国内大循环的形成过程中，最为关键的还是激活国内有效需求。中国拥有包括4亿中等收入人群在内的14亿人口的国内巨大市场。2019年上海社会消费品零售总额1.35万亿元，居全国城市首位。当下，解决有效需求不足问题需要生产、分

配和流通等环节形成合力。畅通要素流动，构建统一大市场，上海要发挥排头兵的作用，在生产领域，要推动重点消费品更新升级，加大生产性服务业、生活性服务业的供给质量；在分配领域，深化社会保障体系的改革以及减税降费为主的收入分配制度改革，继续在国民收入分配结构上更多向居民倾斜，让居民真正有钱花、敢花钱。在流通领域，重点任务就是有效降低经济社会非市场交易成本，提高经济主体的边际收益率，更好地推动政府简政放权改革，在提高治理水平的同时，要进一步深化“放管服”。

随着上海建设卓越的全球城市，以

及新型工业化、信息化、城镇化同步推进，超大规模内需潜力不断释放，为上海占据国内大循环的中心节点提供了广阔空间，尤其是，各行业新的装备需求、人民群众新的消费需求、社会管理和公共服务新的民生需求。“上海制造”基于长期形成的传统优势和完整的工业体系，抢占制造业新一轮竞争制高点，重点打造先进制造业、生产性服务业、服务型制造业和绿色技术，在人工智能、集成电路、大数据与新一代信息技术、生物医药与生物工程等领域提前布局、引领新突破。上海作为“放管服”改革最先突破的地方，在简政放权、放管结合、优化服务

上迈出实质步伐，从负面清单管理到“证照分离”，从“一网通办”到“一网统管”，上海一直都是“放管服”改革的前沿阵地，探索形成了“放管服”改革的上海样本，初步建立了现代化政府治理体系，以简政放权实现市场准入更精简，以精准服务实现政务服务更便捷。“放管服”改革的要义就在于转变政府管理模式，提升营商环境，为国内大循环的中心节点的形成增强了软实力。尤其值得重视是，科创板为上海成为国内大循环的中心节点提供了金融市场优势，与传统的国内大循环不同，现代的国内大循环还表现为在线新经济模

式，其包含现代生产制造（无人工厂、工业互联网）、生产性服务业（电商零售、在线金融服务、在线展览展示、在线研发设计）和生活性服务业（在线教育、在线文娱、在线医疗、无接触配送、新型移动出行、远程办公），不仅涉及规模庞大的市场和众多复杂领域，而且需要大量科技创新企业作为纽带和平台，注重科技创新的示范应用，具有科技创新要素密集型特征。例如，《上海市促进在线新经济发展行动方案（2020—2022）》就提出，集聚“100+”创新型企业。科创板能更好地促进金融资本和在线新经济

消费国内大循环的环节的“硬核”上市资源。传统的以间接融资为主的方式以及传统资本市场以审批制为代表的运行、监管模式不能满足科技创新和现代大循环的需要。科创板建立起了科技、资本、实体经济、消费经济等之间畅通的循环机制，增强了国内大循环的经济动能。作为高新技术和高成长性企业的“赛马场”和“试金石”，科创板为国内大循环“硬核”企业提供了市场化竞争的竞争平台和优胜劣汰机制。（作者为华东师范大学经济学院院长、中国经济研究中心主任）

组稿编辑：杨逸淇



“五五购物节”进程过半，84项重点活动、470余项特色活动成效明显

## 上海5月线上线下销售额近2500亿元



夜色之下，灯火璀璨，火热的“夜间经济”开始释放巨大的潜能。位于巨鹿路158号的下沉式广场内，不少市民和外国友人重聚于喜爱的酒吧、餐厅内，聊天声、欢笑此起彼伏，不断升温的人气、烟火气让上海的夜更加充满品质和活力。

■本报记者 占悦 王嘉蓓

上海“五五购物节·品质生活直播周”昨天迈入第五天，主题为“时尚之美”。从向观众们推荐独家限量联名款香水的丝芙兰美妆直播间，到20位女性代表在素食餐厅津津有味地推介着自己心仪的健康美食，一连串丰富的直播活动将“她消费”概念顺势带出。

这些年来，“她消费”几乎已成为各大电商的“兵家必争之地”。疫情之下，“她消费”表现依然亮眼，并呈现出了强劲实力和韧性。虽然人们纷纷戴上了口罩，但“口罩妆”的爆红也让包括眼影盘在内的众多美妆产品依旧稳稳登顶热销榜单。

当“时尚之美”遇上“她消费”，源源不断的消费潜力、活力也喷涌而出。镜头一端的直播up主们不仅聊产品，更讲故事。透过一个个生动故事，将自己眼中的时尚生活与人分享，也由此传达出独特的生活理念、时尚态度。品质生活，并非追求最新奇、最贵最多，而是正视自己的情感需求，活出个性、品出自我。

直播间选品不求最新最奇，而是要最适配

连续不间断的直播输出、内容输出，品质生活直播周无疑是一次消费者与产品间的大碰撞。在昨天美团点评与丝芙兰合作的美妆直播间里，由丝芙兰与知名品牌罗意威联合推出的限量款香水成了当天的拳头产品之一。这一头，主播们将产品的特性、由来娓娓道来；那一头，不断有消费者在互动屏发出“求购”信息。

大牌从不缺新品，但这款香水之所以能击中消费者的内在情感需求，原因不外乎传递出“独特”这一信号；其独特之一在于香型特别，主播们直接在直播间喊话“再也不怕撞香”；其独特之二在于外包装，这款香水一改传统，走起了“实用风”，形似笔筒的外型，不仅便于消费者日常携带，还可以作为精美文具长期使用。

直播间的选品，正透露出这家全球美妆零售商对上海女性消费者的精准判断——不求最新最奇，而是要最“适配”。

不久前，丝芙兰携手跨境电商平台天猫国际打造的“丝芙兰天猫国际海外旗舰店”在南京西路商圈正式开业，9个海外新锐小众品牌与人气口碑品牌也独家首发。丝芙兰中国总经理陈冰认为，这些小众产品一定能成为未来美妆市场上的“新增量”。它们往往拥有与众不同的品牌故事，能圈中一批特定且黏度极高的“粉丝”。

丝芙兰亚洲区总裁胡伟成有着类似的判断，在他看来，引进多个尚未进入中国市场的美妆品牌，通过线下展示、线上购买双向联动的方式，让消费者零距离接触到这些海外前沿品牌，可以满足她们不断升级的美妆需求。“最合适的产品都是‘试’出来的，我们要为消费者们提供更多品牌、产品”。

记者留意到，在丝芙兰天猫国际海外旗舰店，消费者能搜索到涵盖彩妆、护肤、香氛、护发等美妆全品类25个品牌的600余款产品。而在丝芙兰实体店，记者也看到了欧珑、梅森马吉拉、梵克雅宝等诸多小众品牌。

为了让更多消费者能试到最合适的产品，上月底新开的丝芙兰环贸店正在试运营一项全新的美妆服务。消费者只需提前预约，就可以到店免费体验面部妆容服务，满足上班、约会、派对等各种场合需求。

真正打动消费者还需要触发情感共鸣

在适合之外，想要真正打动消费者还需要触发其情感共鸣，满足她们的内心需求。在昨天举行的女性企业家专场直播中，无论是咖啡机、美酒，或是素食、农产品、推荐，都传递出了一个重要信息——直播间卖的不仅仅是产品，更是一份情怀、一种生活理念。

商家们用更细腻的思考让看似普通的产品也有了时尚的格调。利仕粉红起泡酒一出现在直播间里，便立马收割了一票粉丝。晶莹剔透的粉色调色，令人心动不已。正如主播在直播间的评价——“喝到的是全然是恋爱的感觉”。

懂女性，才能真正触发女性消费者的“购买欲”，这由市女企业家协会发起的“丽人专场”直播有着天然优势，而她们的推荐正恰恰代表了当代女性消费者的需求——时尚与健康。作为当天直播的“压轴环节”，一叶一世界上海818广场店负责人江依玲推荐的藏茶锅底素食火锅、素丸子、舞茸、青稞饼等，从食材到烹饪都匠心十足，令屏幕另一端的消费者惊喜不已。

江依玲告诉记者，如今喜好素食的不光是上了年纪的人，越来越多年轻人也正加入这一行列。就在此次品质生活直播周过后，“一叶一世界”素食餐厅还将上线九周年百合、野菜等产品。江依玲相信，尽管素食餐厅目前还停留于“小众产品”范畴，但有情调且健康的生活方式终将成为流行。

### 『时尚之美』如何与『她消费』适配

品质生活直播周丰富活动传达生活理念时尚态度

■本报记者 徐晶卉

线上销售保持快速增长——5月，上海网络零售额近1000亿元，其中实物商品网络零售额同比增长13%；线下实体商家持续回暖——5月，支付端大数据监测的全市线下实物消费1443.6亿元，基本恢复到去年同期水平。这是记者从昨天举行的市政府新闻发布会获得的信息。

线上线下近2500亿元的销售数据，主要来自一场场热火朝天的活动。作为上海首创的大规模消费节庆活动，截至5月底，“五五购物节”已先后举办84项重点活动和470余项特色活动，对扩大内需、促进消费回补和潜力释放发挥了重要作用。

#### 节庆效应放大，促进消费明显

“五五购物节”进程过半，有力促进了消费回补。市商务委主任华源介绍，5月，上海线上销售保持快速增长，网络零售额近1000亿元，其中实物商品网络零售额同比增长13%，主要快递企业揽件数同比增长17.9%，拼多多上海商家和品牌销售额、叮咚买菜上海地区销售额同比增长均超过1倍。线上市场一片火热，线下实体商家也持续回暖。在外来消费仍处恢复阶段、商家打折促销力度不减的情况下，支付端大数据监测显示，5月上海线下实物消费达1443.6亿元，基本恢复到去年同期水平，其中变欧来购物村、第一八佰伴、新世界大丸百货销售额同比分别增长66.9%、45%和18%。

华源介绍，全市重点行业保持增长态势。汽车行业的重点监测样本企业数据显示，5月汽车销售额同比增长8.9%，上汽集团上海地区累计意向订单同比增长29.8%，永达、东昌、广汇等八大经销商销售量同比增长16%。此外，化妆品、食品、服装鞋帽类销售额实现两位数增长，同比增速分别达15%、12.7%和10.7%；餐饮消费加快复苏，销售额环比增长26.6%；家电市场逆势上扬，全行业销售额同比增长41%。

在“五五购物节”拉动下，上海市场已恢复成市民熟悉的样子。数据显示，南京东路、

## 首届夜生活节：180余项活动点亮申城

本报讯（记者徐晶卉）进入6月，“五五购物节”将迎来一波新的高潮。记者从昨天举行的市政府新闻发布会获悉，市商务委、市文化旅游局、市新闻出版局将于6月6日共同举办首届上海夜生活节。

市商务委主任华源表示，夜生活节以“我爱夜上海”为主题，围绕“夜游、夜食、夜游、夜娱、夜秀、夜读”等主题，推出上海酒吧节、深夜食堂节、深夜书店节、购物不眠夜等180余项特色活动，打造具有烟火气、上海味、时尚潮、国际范的夜上海新形象。

### 购物节下半场：热度不减、亮点不断

本报讯（记者徐晶卉）记者从昨天举行的市政府新闻发布会获悉，上海将持续用力，结合首届上海夜生活节、首届上海潮生活节、“6·18”年中大促、端午节等重要节点，推动“五五购物节”热度不减、亮点不断。市商务委主任华源介绍，上海不仅有众多国际知名品牌，还有许多本土潮牌新品尖货，因此，首届上海潮生活节聚焦“潮品首发”“潮秀酷炫”“潮玩首店”“潮玩醉人”4个板块，将有19个本土潮牌和30余家国潮商

户共同参与，首发或上新近500件单品，发布“上海首发经济活跃指数体系”。“6·18”年中大促也是“五五购物节”下半场的重头戏，将掀起一波让利优惠的高潮。据悉，京东将推出超过2亿件五折商品，并聚焦综合百货、3C电子等重点商品品类，派发亿元消费券；阿里巴巴将携旗下盒马鲜生打造晚餐买菜、深夜食堂、早餐、次日买菜4个场景，推出“6·18”盒马好货节，继续为消费者提供线上线下超划算的购物体验；拼

多将开展贯穿整个6月的大促活动，并在6月6日晚间推出六六折汽车秒杀活动。

市文化旅游局副局长程红梅表示，将结合首届“上海夜生活节”“中国文化和自然遗产日”，持续推出新产品、新线路、新活动。其中，围绕“非遗传承、健康生活”“文物赋能、全面小康”主题，首届上海非遗购物节将于6月13日亮相，并持续到6月25日，汇集近300家非遗线上店铺、上万种非遗主题产品，助力非遗网络扶贫。

6月6日启动当晚，上海将推出思南夜派对、158坊酒吧嘉年华、上海博物馆奇妙夜等一批重磅活动，安义夜巷、BFC外滩枫径等一批周末限时步行街，大学路纳凉游园会市集、豫园文化夜市等一批特色集市。当晚，南京路、淮海路、陆家嘴、徐家汇、五角场等商圈将延时营业，60位街头艺人将在外滩等30个点位进行夜秀演出，45家博物馆开放夜场，35家书店推出夜读会。

据悉，夜生活节将围绕“最美夜生活”推出夜间文艺之旅。6月6日起，上

海多家博物馆和美术馆将在特定日期延长开放时间，其间举办各类文化活动，既有特展专场，也有讲座活动，部分文创产品还将实施夜间折扣。

此外，黄浦滨江外滩地区、静安寺地区、徐家汇地区、浦东滨江地区等9个地标性夜生活集聚区将轮番推出特色活动。各大商圈在夜生活节期间的营业时间都有所延长。据悉，南京路、淮海路、静安寺、徐家汇、陆家嘴、五角场等商圈内重点企业将延时营业至23时。

感恩主题促销活动，重点监测的黄金珠宝企业销售额同比增长22.4%；6月1日国际儿童节，亲子文化消费亮点突出，第一八佰伴、东方商厦等儿童用品销售同比实现倍增。

线上线下携手，也让“五五购物节”持续火爆；拼多多推出五五折汽车抢购活动，目前累计售出上汽热销车型超600辆；百联集团发放消费券超过7亿元，实现销售规模74.5亿元；美团点评发放12亿元优惠券，带动到店餐饮销售额环比增长48.1%；红星美凯龙、苏宁、永乐、国美等开展“家装家居万人直播”活动，线上销量成倍增长。此外，各区领导、企业高管、知名主持人、网红博主等纷纷加入直播带货行列，掀起一波波购买高潮。

#### 首店首发亮眼，线上线下共舞

华源总结说，“五五购物节”呈现出特色主题活动丰富、节假日打折多、线上线下联动、商产文旅融合、制度创新突破5方面特色。从数据看，首店首发是“五五购物节”一大亮点。目前，全球新品首发季已有52个国内外知名企业和品牌举办73场新品发布会