

# 2022国际消费季暨第三届上海“五五购物节”

## 第三届上海环球美食节“魔都环球美食24小时”活动启动

# 上海环球美食消费规模指数全国第一

■本报记者 徐晶卉

最新发布的《2022上海环球美食消费报告》显示，上海环球美食消费额占餐饮总消费额比例为18.3%，环球美食消费规模指数居全国第一。这是记者从昨天从2022第三届环球美食节“魔都环球美食24小时”主题活动开幕式获得的消息。

作为第三届上海“五五购物节”12项标杆活动之一，上海环球美食节接下来将举办“魔都环球美食24小时”主题活动、环球美食之都巡展、RCEP成员国进口美食展、环球下午茶大赏等活动，同时，发布上海环球美食消费规模指数、预制菜产业消费趋势报告，推出年度环球美食指南及年度“名店、名菜、名点、名师”榜单等。

### 中心城区环球美食门店密度大

在上海，吃遍全球，是很多食客的切身体会。由美团发布的《2022上海环球美食消费报告》显示，上海环球美食消费额占餐饮总消费额比例为18.3%，环球美食消费规模指数居全国第一，并呈现多元化、品质化、数字化的消费发展趋势。

从空间分布看，在黄浦、静安、徐汇、长宁、虹口等中心城区，环球美食门店分布密度更大；“五个新城”所在区消费规模增速更快。从时间维度看，农历七夕、暑假期间等时段，环球美食消费规模增长显著。在多元化、品质化消费趋势下，上海环球美食餐厅品类更多元，小众环球美食品类增长最快，巴西、中东等菜系同比增长超2倍。

值得注意的是，环球美食餐厅的数字化水平，从2019年的35%增长至2022年的85%，增幅明显。美团外卖上海负责人徐乔表示，今年3月至7月，上海新上线外卖的环球美食商家占新上线商家总量同比提升5%；而3月前未上线外卖的环球美食小店中，有31%在7月底之前完成了上线，远高于全国19%的平均水平。

### 上海打造“国际美食之都”

今年上海环球美食节以“魔都环球美食24小时”生活圈为轴线，展示申城全天候时段环球美食场景。

记者在昨天的启动仪式现场看到，这里布置了早餐、午餐、下午茶、晚餐4个场景，由此开启环球美食之旅。宜家带来生腌三文鱼塔塔配牛油果和健康燕麦，用一道北欧风味早餐唤醒味蕾；青山澜蒲烧活鳗配丝苗米饭构成白领的日式定食午餐；seul&seul帝王蟹牛油果塔塔带法国南方下午茶的愉悦；黑松露鳕鱼狮子头汤则吸引消费者回归中式晚餐。

据悉，上海正全力打造具有全球吸引力的“国际美食之都”，培育一批具有国际水准的环球餐饮美食街、美食聚集区、特色市集等。打造“环球美食节”等标志性活动，推进环球美食文化、茶饮文化、厨余文化融合交流。加快推进美食产业高质量发展，推动餐饮消费提质扩容，全面提升上海餐饮品牌知名度、餐饮文化融合度、餐饮人才专业度、餐饮产业繁荣度和餐饮消费便利度，吸引更多国际和本土知名餐饮品牌首店落户。



## 花式营销叠加消费券，各大商圈商场商户助力“五五购物节” 周末去哪吃饭购物？丰富活动等你体验

■本报记者 徐晶卉

“五五购物节”逐渐升温，各大商圈、商场、商户各式花式营销此起彼伏，提升消费的丰富度和层次感，极大释放了市民消费热情和市场消费能量。

又逢周末，有啥打折商品“买买买”？去哪家撒消费券的餐厅撮一顿？有哪些打卡地值得来一场深度体验？记者搜集相关信息进行了梳理总结。

**买买买！消费券撬动购物和餐饮**

离中秋节已不足一个月。今年沪上各老字号品牌都早早备好月饼，在“五五购物节”期间推出了不少折扣优惠。杏花楼副总经理智静介绍，在常规产品“满300元送100元”的基础上，推出了购买盒装月饼“满100元送50元”活动，购买散装月饼还有“买6送1”“买8送2”的优惠。

在杏花楼福州路总店，菜单也已翻新，用更多创新菜肴来满足消费者需求。“目前餐饮服务已基本恢复到八成水平。”智静介绍，杏花楼餐饮还首次推出用餐“满500元减100元”折扣，人均消费可降低几十元。

今年“五五购物节”期间首度举办钻石珠宝文化节，不少黄金珠宝企业通过发放消费券的方式激发市场活力和消费潜力。老凤祥副总经理封朔告诉记者，“金九银十”是传统婚庆旺季，今年“五五购物节”期间，除了金价优惠活动，还首次发放价值一万元的消费抵用券，一个会员账户可以领取一张100元抵用券，不设消费使用门槛，“目前老凤祥业务已基本恢复至去年同期水平，有望借助节庆活动再掀消费浪潮”。

“上海购物”一大趋势是消费升级。苏宁易购上海地区管理中心总经理徐海澜介绍，将推出20元消费券、20万特价家电、20项免费服务、手机家电以旧换新至高补贴1500元、到店套购满3万元可抽取百元金条等活动，并举办数百场特色IP活动，“苏宁易购上海地区已有超过1万用户享受到家电以旧换新补贴”。

**体验！在商场里露营是啥感觉**

走进环球港4楼，你一定不要错过1500平方米的超大型室内露营主题营地。在露营装备展陈体验区，十多顶精致帐篷错落有致，帐篷外的烧烤架、露营桌椅、手

推车、摩卡壶等装备齐全。往里走，互动区有迷你高尔夫、丛林狩猎、露营市集、魔术表演等，把露营“周边”都集齐了。主办方负责人君君介绍：“我们把营地都准备好了，消费者只要走进来就能感受到露营的乐趣。”

除了今年大火的露营体验之外，亲子体验的去处也不少。位于人民广场商圈的乐高旗舰店，“缤纷庆生蛋糕”大型3D乐高模型刚刚亮相，以此庆祝乐高集团成立90周年。不仅如此，“小小创变家”线下活动也从即日起登陆全市各大乐高品牌旗舰店，让更多孩子参与以“保护生物多样性”为主题的创造性拼搭活动。相关负责人介绍，今年11月的第五届进博会上，乐高也将把部分作品带来展示，通过进博会平台让更多客商看到孩子们的创造性。

当下，2022上海咖啡文化周各项活动正如火如荼地进行中。如果想喝一杯咖啡，不妨去BFC外滩金融中心走一走。今明两天，这里将举行2022年上海咖啡文化周，现场集咖啡文化集市、咖啡新品发布、咖啡沙龙分享等活动于一体，汇集众多知名连锁咖啡品牌、精品咖啡店，融合“咖啡+展演”“咖啡+电竞”“咖啡+文创”“咖啡+老字号”等各类跨界文化元素，展示上海特色城市文化，营造浓厚咖啡文化氛围。

## 上海海关试点设立跨境电商网购保税进口退货中心仓 全球好物放心「嗨购」，跨境电商退货不愁

本报讯（记者何易）120件跨境电商退运商品通过青浦综合保税区内试点退货中心仓完成高效退运，青浦海关当日就办结了手续。第三届上海“五五购物节”各项活动正在全市持续开展，2022国际消费季、上海进口嗨购节等跨境电商特色活动受到不少消费者青睐。但是，伴随着跨境电商消费热潮而来的，是退换货业务的增加。

如何为跨境电商退货渠道提供更安全便捷的通关服务，是海关关注的焦点。作为上海海关促进特殊监管区域外贸保稳提质8条措施之一，此次试点设立跨境电商网购保税进口退货中心仓，打通了跨境电商退货“最后一公里”，有力促进了跨境电商零售进口业务量快速增长，也为综保区高质量发展增添了动能。

创怀(上海)企业管理咨询有限公司，是全球最大芳香护理和精油品牌“多特瑞”在跨境电商领域的子公司，自2019年起在青浦综合保税区开展跨境电商保税进口业务，近两年跨境电商商品销量和由此产生的退货量逐步上升。创怀(上海)公司运营总监陈柳敏举例说：“去年产生的跨境电商退货商品有1000余件，货值180余万元。以前，退货仓在综保区外，在区外完成接收、分拣、检验后再向海关办理退货商品进口手续和申报业务，手续多、时效慢。特别是疫情期间，由于快递物流无法保证时效，退货包裹会出现超出海关规定时限而导致无法退货的情况。”

上海海关自贸处和青浦海关了解情况后，主动来到企业开展调研，对跨境电商退货操作遇到的难点、堵点问题逐一进行把脉问诊，支持鼓励青浦综保区仓储企业利用区内资源率先设立退货中心仓。海关还同步建立退货商品进出区制度规范、退货流程监控体系，指导企业建立退货商品溯源体系。在退货中心仓模式下，退货商品的接收、检验、分拣、申报和商品重新上架等流程在青浦综保区内“一站式”完成。

“相较于传统退货模式，企业省去退货商品在区外区内两次分拣操作，大大缩短整体退货时间，同时也免除区外仓库的运营成本，而消费者也将受益。”青浦海关副关关长袁平介绍，已建立退货中心仓当日审核制度，把退货办理时间压缩到一个工作日，退货商品运抵退货中心仓后最快当日就能完成海关手续，并再次进入流通环节。

陈柳敏坦言，进口退货中心仓的落地，对于电商企业畅通经济循环、激发发展动能，增强发展韧性等起到了重要支撑作用。不久前，创怀(上海)公司获评“优秀跨境电商企业”。

经测算，经退货中心仓退货，提高退货周转效率近五成，预估每年能为区内电商企业节约综合成本150万元左右。今年6月至7月，青浦海关共监管进出青浦综保区包裹6.1万个，同比增长87.28%。同时，跨境电商品牌规模带动效应日趋明显，护肤品品牌“多特瑞”、宠物食品品牌“百利”、隐形眼镜品牌“强生”等纷纷入驻青浦综保区。

## 欢迎新西兰企业来沪参加进博会 龚正会见新西兰驻华大使

本报讯 上海市市长龚正昨天会见了新西兰驻华大使傅恩莱一行。

龚正介绍了上海经济社会发展和疫情防控情况。龚正说，建交50年来，中新关系长期在中国同发达国家关系前列，上海高度重视与新西兰及友城的友好往来和经贸合作。去年，上海与新西兰进出口贸易总值达259.3亿元人民币，同比增长24.9%，新西兰的乳制品、水果、海产品等深受上海市民喜爱。面向未来，我们将认真落实两国领导人重要共识，进一步拓展与新西兰的互利合作。我们愿同新西兰一道，共建“一带一路”，以中新建交50周年为契机，深化经贸、科创、人文等合作交流，推进互利合作向更深层次、更宽领域迈进。欢迎新西兰企业来沪参加第五届中国国际进口博览会，把更多当地优势商品带入中国、带来上海，也热忱欢迎更多新西兰企业来沪投资兴业，共享经贸合作机遇。

傅恩莱感谢疫情期间上海对新西兰在沪机构、企业的帮助支持。她说，上海是新西兰企业进入中国市场的重要门户，尽管遇到疫情挑战，但上海经济社会快速恢复发展，新西兰商界致力于在上海投资兴业、扎根发展。两国建交50周年之际，将继续深化与上海的友好关系，支持推动科技创新合作，以及电影、游戏、旅游等领域的文化交流，并将支持新西兰企业参加第五届进博会。

新西兰驻上海总领事黄桥进参加会见。

## 创冰店的老味道，旧书店的老顾客……沉淀下来的情怀关联着告别却不是结尾 文庙区域城市更新，“回忆杀”内核犹在

■本报记者 苏展

8月，老城厢文庙路112号的创冰店生意火热。盛夏时，店主黄琴一家每晚要熬煮十来锅绿豆红豆，掌着火候撑到次日凌晨两三点。

文庙路街区，毗邻老西门，随着近期旧区改造推进，迎来了一波老上海“回忆杀”。自去年下半年文庙街区改扩建工程启动，就常有市民前去寻味童年；近期，随着文庙所在地块完成旧改征收，更多市民纷纷闻讯赶来打卡留念。

这是一种怎样的情感？1985年出生的楼先生用一句耳熟能详的广告词作答：“上海是我长大成人的所在，带着我所有的情怀”。

回忆关联着告别，告别却不是结尾。城市更新固然意味着视觉上的焕然一新，但上海弄堂、老城厢的内核总能以不同形式绽放旺盛的生命力。

比如，创冰店土法调制、独一无二的老上海味道，动漫店和旧书店的老顾客社交圈，这些经年沉淀下来的“上海味”很难因物理层面的变化而消失。记者实地探访发现，不少小店都尝试在周边择址重新开张，也不乏有人时刻关注、追随而至。

**周边寻店址，留住老城厢的上海味道**

开在老城厢，土法做创冰，店面时尚，

黄琴家的创冰店集聚着成为“网红”的各种要素。虽然消费主力是年轻人，但让她引以为傲的顾客是附近七八十岁的老上海。老人家住往只点绿豆或者红豆刨冰，最纯粹的基础款也能品咂出正宗上海刨冰，“有头发全白、走路颤颤巍巍的爷叔，三伏天开始每天雷打不动两杯绿豆刨冰，一杯给自己一杯给老伴”。

“上海人特别讲究干净和味道正宗。”创冰店开在黄琴家私房的底楼，店面连着厨房。穿过三四平方米的小客厅就进到只容下一个身位的厨房，环境逼仄却一尘不染，灶台上两个高压锅分别熬着红豆绿豆，香气漫漫。为了这道火候，他们报废了好几个高压锅，焖煮过好几锅红豆、绿豆。黄琴说，这是65岁的父亲循着儿时味道熬的豆子，“里面用的全是上好的冰糖、绿豆，还有工夫和心思。无论我们搬到哪里，老顾客说还得来买我们的”。

这道口味中藏着老城厢小作坊秉持的经商之道，讲究实在、图个问心无愧。好不容易熬出独一无二口味，积累起相对忠实的消费者，黄琴一家希望小店生意能在文庙周边延续下去，目前找寻新址最大的担心就是房租压力，“舍不得这家店以及老城厢这些上了年纪的老客人，未来也会探索更多饮品，比如冬天尝试一下做奶茶”。

有类似打算的，还有在文庙路上经营了近20年的婷婷炸串铺。配合旧改，店铺已于7月10日关张。店主许婷婷目前也在周边寻找新址，她在店铺门面上留下联系

电话，还为老顾客们建了一个群，一旦落定就会第一时间在群里告知。

**社交圈打造忠实消费群**

动漫模型店“极模社”店主任恒君在文庙路上开店不到两年，却意外相逢十多年未曾谋面的老同学。

“一些来店的小朋友看着面熟，结果发现是我小学、中学同学们的孩子。”1988年出生的任恒君曾在东台路，对文庙路沿街店铺的吃喝玩乐如数家珍，到文庙路开店也部分应了他儿时的情怀，“我当年的同学，想到动漫还是会带孩子来文庙路”。

五六年前，文庙路一带模型手办店越开越多，故有了“上海秋叶原”一说。他认为，文庙路的动漫文化至今仍有其一席之地，也跟各家店主社交式经营有关。“喜欢动漫的人彼此相看两悦。基于此再聊聊美食、各种见闻，一来二去就成了朋友。既是朋友也是稳定的客源”。

“对我来说，在这里开店最看重的就是社交，感觉很像小时候在弄堂里，躺椅一放乘风凉嘎三胡。”任恒君说，之后打算在汉口路继续开店，不少动漫店也都打算迁去新址。

对旧书店来说，社交正是诠释志同道合的最佳范本。

文庙大门口转角处，中华路上有一家国营性质的旧书店，随着文庙路旧书店及各类小店纷纷撤离，客流量减少，这家店的

生意也随之清减。采访时，只有一名顾客站在小椅子上往书架高处寻字帖，“他是收藏资料方面的行家，今天到了一批旧书，我第一时间就给他发信息。”店主姚女士说，不复以往学生挤在书店看小说的盛况，如今的客源都是好几年攒下来的老顾客，不光挑书还会聊天，“可有意思了，社会热点、国际时事、健康养生他们都会讨论，有时就一个问题会争得面红耳赤”。

社交属性以及旧书通常只有孤本的性质，维持着书店稍显冷清的人气。姚女士说，旧书店已在此生存了102年，换了好几茬经营者，目前虽是国营性质，但对书店的未来她也不乏担忧，时常向顾客请教生存之道，“有客人建议结合茶室打造旧书店，毕竟大家在这里聊天也是很愉快的体验”。

儿时时常来旧书店淘书的楼先生告诉记者，真正喜欢这些小店的客人都会追随新店而去，小本买卖做的是老客户生意，却因为客群固定而有一定的生命力，“我这次回来打卡，留下儿时的一抹念想——文庙路上曾令人垂涎的单档双档（扁肉百叶汤），还有把零花钱交给在的游戏机、动漫店、旧书摊的经历……以后这种感觉、味道可能会散落在城市各处，但我相信它们不会消失，有心人也一定能找到”。

据介绍，为提升文物资源保护水平，推动历史文化保护与城市更新有机结合，文庙街区改扩建工程正有序推进，将拆除违章建筑和部分管理用房，恢复文庙路西面、东面等传统规划布局。改扩建完工后，文庙区域将与周边石库门民居连接呼应，形成内外交融的文庙特色街区。

## 上海铁路航空客流逐步恢复

本报讯（记者张晓明）昨天傍晚6点半，95后小伙子小李正在铁路上海站候车室，准备搭乘当晚7点始发的G7026次高铁列车返回苏州。“我是地地道道的苏州人，单位在上海，不想远离家，就一直坚持双城通勤。”他说，之前受疫情影响，高铁车厢空荡荡的，但近期感觉坐火车出行的人多了起来。小李的感受得到了权威部门数据的印证：铁路部门和航空公司提供的数据显示，上海始发客流正在逐步恢复。

记者从铁路上海站（下辖上海站、上海南站、上海虹桥站、上海西站、南翔北站、安亭北站、安亭西站）获悉，自前天起，上海站恢复开行、增开列车20余对，扩容后日常开行列车达到508对，已恢复至固定九成。据统计，8月1日至8月10日，上海站发送旅客163.1万人次，日均发送16.31万人次，客流恢复至去年同期水平。其中，上海站沪宁线日均发送3.6万人次，沪杭线日均发送2.3万人次，安徽及苏北方向日均客流均达1.56万人次。

做好旅客运输同时，上海站落实落细常态化疫情防控措施，做好进出站旅客测温工作；加强疫情防控宣传，对电梯扶手、门把手、进站闸机、安检设备、卫生间等重点部位保洁和消毒；保持公共场所空气清新、温度适宜、环境整洁。

暑运以来，航空旅客运输量也出现恢复性增长。东航方面表示，8月3日至9日，连续7天单日旅客运输量超20万人次，日均航班量保持在2000班次左右，进一步实现恢复性增长。

客运之外，航空物流也保持了“热度”。8月1日至8日，东航物流在上海虹桥、浦东两大机场累计保障全货机、“客改货”等各类航班累计达4568架次，运输货邮共计4.4万吨。从空运进出口货物品类看，主要以汽车零部件、电脑配件、防疫物资为主。