

举办特色活动1000余项 “五五购物节”交出漂亮“成绩单”

线上线下销售总额超5000亿元



横跨五、六月，参与商家线上超过52万家、线下超过10万家，举办重点活动170余项、特色活动1000余项……昨天举行的市政府新闻发布会上，市商务委主任华源表示，“五五购物节”重启了生产流通消费的良性循环，极大促进了消费回补和潜力释放。下一步将全力做好下半年促消费工作，“五五购物节”也将年年办下去。 青年报记者 刘晶晶

促进了消费 网络零售额同比增长23.5%

购物节期间，本市200家大型商业企业实现销售额684亿元，同比增长4.5%，环比增长33.5%；市统计局数据显示，5月份全市社会消费品零售总额同比增长0.6%，增速高出全国3.4个百分点。

线下实体商家持续回暖。在外来消费仍处低位、商家打折促销力度加大的情况下，支付端大数据监测显示，全市线下实物消费总额2846亿元，环比增长11.6%，基本恢复至去年同期水平。重点监测零售企业销售额环比增长33.9%，如：新世界大丸百货、八佰伴环比分别增长2.1倍和1.4倍。

线上网络零售爆发增长。市邮政局数据显示，上海地区快件

数达5亿件，同比增长20.6%；第三方大数据显示，全市网络零售额达2551亿元，同比增长23.5%。如盒马、叮咚买菜销售额同比增速分别超过90%和120%。

重点领域实现快速复苏。汽车消费增长明显，销售新车11.6万辆，销售额同比增长9.9%。餐饮消费加速回暖，饿了么、口碑销售额同比增长15%以上，美团到店餐饮消费额同比增长34%，夜间外卖消费额同比增长近两成。中高端消费回流明显，27家高端品牌销售额同比增速超过50%。重点商圈消费人气恢复。南京东路、南京西路、小陆家嘴、徐家汇、五角场等商圈平均销售额环比增长52.8%，客流量环比增长38.8%。

创新了模式 29万场直播观看人次9.5亿

线上线下深度融合。平台赋能、联动促销加快商业数字化转型步伐。如：新世界城联合拼多多发放消费抵扣券，首发当日商场客流超10万人次；南京路步行街携手抖音、喜马拉雅推出“抖申购”“有声南京路”等活动，带动客流环比增长1.8倍；杨浦区携手哔哩哔哩开展“嗨翻五角场，欢乐打折季”活动，带动商圈销售额环比增长52.7%。

直播带货引领消费新风尚，直播场次超过29万场，累计观看人次达9.5亿。如：闵行区结合进口商品，宝山嘉定等区结合老字号产品，松江、奉贤等区结合先进制造，青浦、金山、崇明等区结合农产品特色，书记、区长纷纷化身首席带货官；徐汇区携手

腾讯等推出“花漾徐家汇”云直播，助力商圈销售额环比增长57.6%；上海人民广播电台55位主持人讲述老字号品牌故事，并推出“520爱在长宁”10小时直播；达达集团首创“直播购物1小时达”新模式。

商产文旅跨界联动。商业、制造、文化、旅游等行业抱团营销，推出一批跨部门合作、跨行业联动的亮点活动，促进整体复苏。

内外贸易链路打通。开展“出海优品，云购申城”系列活动，i百联、小红书、爱库存等平台设立上海外贸产品销售专区，提供快速入驻、流量扶持、佣金减免和快速结款等优惠措施，逾千家外贸企业实现国内销售额超过50亿元。



在夜色中擦亮上海城市文化名片。

受访者供图

惠及了民生 催生一批新职业、新行业

打折促销让利于民。企业促销力度空前，节日打折促销火爆，“618”大促期间，各大电商平台大力度折扣带动全市网络零售成交额突破1000亿元，同比增长20%；上海小吃节期间，推出“五折让利”等97项优惠活动，近40家企业4700余个网点销售额环比增长53.6%。

新品潮品更加丰富。首创“全球新品首发季”，300多个国内外知名品牌累计发布新品超过1500款。乐高首个中国原创IP新品“悟空小侠”系列全球首发，引发20亿人次关注；豫园等170余个老字号品牌打造“国潮

老字号”，推出新品600多款；虹口区“潮生活节”首发本土潮牌新品500款，销售额同比翻倍。

首店加速集聚、加快“落沪”。二季度全市新开设各类首店旗舰店超240家，是一季度的4倍，华为全球最大旗舰店在南京路步行街正式开业。足不出“沪”享遍全球精心打造进口商品节、环球美食节，让消费者足不出沪买遍全球、吃遍全球。“进口商品节”围绕进博会“展品变商品”，推出1.4万款优质进口商品，带动销售成交超过9亿元。

惠及企业促进就业。市场需求的有效恢复带动了企业特

别是中小微企业的生产经营，保障了市场主体稳定运行。支付宝数据显示，全市近26万家小店营收同比实现正增长；5月份全市批发零售业新增注册企业12784家，同比增长28.8%。

购物节也催生了一批新职业、新行业。如：团市委互联网青春生活节带火了整理收纳师、密室策划师、宠物摄影师等新职业，催热了自习室、冲浪馆、汉服体验馆等新行业；夜生活节推出的静安区安义夜巷、黄浦区外滩枫径限时步行街和思南公馆夜派对等50多个特色市集拓展了就业新空间。

打响了品牌 注入多个全新IP、新业态

“五五购物节”品牌效应迅速形成，“上海购物”品牌内涵更加丰富。“五五购物节”集中呈现了打响“上海购物”品牌三年行动计划的重要成果，展示了“品牌最新最潮、购物环境最优最好、性价比最高最划算”

品牌形象。同时，“全球新品首发季”“上海国际美妆节”“夜生活节”“潮生活节”等多个全新活动IP，以及“云购物”“云逛街”和直播电商、社交电商等新模式新业态，为“上海购物”品牌注入了新的活力和动力。

“四大品牌”联动效应加快释放。“五五购物节”在提升“上海购物”体验度的同时，强化了“四大品牌”的联动效应，进一步提高了“上海服务”辐射度，彰显了“上海制造”美誉度，展现了“上海文化”标识度。

以国为潮 体验为新 青年消费追求“精”“质”

上海青年群体呈现出新的消费特点

青年报记者 刘晶晶

本报讯 国货潮品获青睐，新兴消费业态受追捧，青年消费追求“精”“质”。在昨天举行的市政府新闻发布会上，团市委副书记丁波表示，在持续两个月的“五五购物节”2020上海互联网青春生活节中可以看出，以90后95后为代表的年轻一代正在成为消费升级的主力，上海青年群体也呈现出新的消费特点。

青年消费 呈现出三个新特点

以国为潮，国货潮品获得青年青睐。团市委努力将青春生活节打造成国货品牌面向青年群体发布新产品、推广优惠活动的新阵地。其间，联合光明上汽、豫园、飞跃、上海家化等上海

品牌推出“豫”见国潮、“飞驰人生”等系列主题日十余个。“青春生活节”专属平台上架商品中，国货占比高达73.58%，90后消费者超过6成，并取得了不俗的销售成绩。此外，团市委兼职副书记吴敏霞搭档李佳琦推出“霞琦灵光”专场直播，当晚销售上海品牌商品36万件；在共青团中央“我和我的家乡”——“青春购”专场直播以及上海国资系统企业团委书记“六卖神荐”带货团直播中都主打国货潮品，青年消费者对国货品牌的创新转型颇为认可，购买热情高涨助推“国货回春”。

体验为新，新兴消费深受青年追捧。青春生活节期间，团市委联合美团点评共同推出“新青年 新趣玩”主题活动，重点推荐线下新消费。据团市委与美团

共同发布的《上海青年五五新消费新职业大数据》显示，密室、室内游乐场、蹦床、采摘、DIY手工坊、VR(虚拟现实)等成为上海十大热门新消费业态。与此同时，上海的密室、轰趴、DIY手工坊等多个新兴玩乐品类的商户数量已位居全国第一。沪上青年消费力表现强劲，各类新消费平均客单价达253元，排名全国第一。在青年消费群体带动下，据统计，5-6月上海新兴玩乐消费额环比3-4月份增长99%，比去年同期增长9%，其中95后成为上海新兴消费的主力军，占比高达57%，“花钱买体验”成为沪上青年消费新趋势。

“精”“质”为上，青年消费观呈现两面性。“我们一直以为，青年群体是‘冲动型’消费，但实际上青年既追求品质生活，又热衷

精打细算。”丁波介绍说，从“青春生活节”专属小程序以及相关电商平台两个月来的数据看，“衣食住行游娱购安”八大类型商品中，销售前十的商品既有精致小家电，也有口罩、食品等必需品。青年在追求品质“悦己消费”的同时，在生活必需品支出方面已经习惯通过互联网货比三家、慎重出手，性价比最高、价格最实惠的商品一上线就“秒光”，“大钱可以花，小钱必须省”是对青年群体消费的形象描述。

“青春上海” 将招募“青春种草官”

丁波表示，接下来，团市委还将继续努力，更好地满足青年群体多元化的消费需求，进一步引导和释放新的消费潜力。

一是持续关注 and 把握青年

消费脉搏。进一步与龙头电商平台合作，利用“青春上海”网上共青团优势，将各类全新消费信息广泛触达沪上青年；同时，收集和发布青年消费数据报告，供相关政府部门和企业参考。“青春上海”将以“青春好物”为主题，招募“青春种草官”“青春体验官”，向年轻人“种草”新潮、国潮等优质商品，为上海全面复工复产市贡献力量。

二是进一步助力新业态新职业发展。持续发现和展示一批最青春、最时尚的新业态，吸引更多年轻人体验新消费，推动一些新涌现的、个性化的新消费业态走入大众视野，同时为青年就业创业打开新思路、新空间。与市商务委、市人社局等相关政府部门一同为新消费业态整体发展提供政策支持。