

“出口转内销”商品价廉物美 市民扎堆争购“外贸同款”

这个“五一”假期，越来越多“出口转内销”的外贸优品被上海消费者放入购物车。昨天是节后上班第一天，青年报记者来到普陀区环球港出口商品展销会，看到现场销售依然火爆。除了商场、超市外，各大电商也在积极对接外贸转内销商品。

青年报记者 郭颖



在出口商品展销会上，消费者络绎不绝。

青年报记者 郭颖 摄

出口美国的女鞋
“五一”到现在卖掉700双
虽然是上班时间，但在环球港b2中央厅举行的出口商品展销会，消费者还是络绎不绝，靠着口口相传，吸引了不少“回头客”。

上海清水日用制品有限公司的保温杯展位就在入口处，不少阿姨爷叔围着销售员问价。4月18日，公司在市商务委主办的“外贸拓内销对接会”上遇到了月星集团的负责人，加了微信后就开始洽谈合作。4天后，这些出口产品就摆上了环球港的展销会，可谓神速。
公司仓库里有待发货或被迫取消订单的保温杯4万个左右，急需“出口转内销”。比起4月22日“开张”第一天时的冷清，现在可以说是客流不断。“我们

出口美国的冰霸杯已经卖断货了。”销售人员告诉记者。
来自青浦的鞋厂伊贝拉生产的女鞋100%销往美国，以其便宜的价格、多样的款式吸引了各个年龄层的女性消费者前来下单，100元左右的最好卖，有的顾客一买就是好几双，还可以“讨价还价”。
“我们是从5月1日开始进场的，到今天为止已经卖掉了700多双。”品保经理雷宁忙着按计算器接待顾客，空下来时告诉记者，他们之前每年产值有几亿元人民币，受关税影响，库房中积压了大量女鞋不能出货，这次带来了100多个款式，感谢环球港给了他们一个很好的平台，一直可以卖到月底。“如果销售情况好，我们会考虑在环球港设个专柜。”
一旁的冰柜正在卖出口美

国的冷冻大黄鱼，这是来自青岛国信水产的拳头产品“裕鲜舫”野游大黄鱼，大的120元3条，特大的80元一条。一对老夫妻正好到楼上的AMG海上明珠影城看电影，看到媒体报道特意来逛逛外贸商品。“我们买3条，钞票先付掉，一会儿晚上6点多看完电影下来拿可以吗？”“当然可以，我们给你们开个票，你们一会儿凭票来拿就可以了。”上海国信水产销售部总经理姚梅用保温袋包好老夫妻自己挑选的3条鱼，放进一旁的冷冻柜保存。
“这个黄鱼我们以前是不零售的，只出口和供应酒店，现在美国的关税来了，我们就转入内销给到广大市民一个亲民的价格，也是做品宣，让更多的人知道我们国信水产。”姚梅不忘推介自家黄鱼，“肚子里面一点油都没有的，保证吃口。”

前来逛展的于小姐告诉记者，外贸商品很有特色，有些国内看不到，且价格不贵，希望这样的展会能成为“常设展”，经常“上新”。
此番环球港推出助力外贸企业拓内销优惠举措，在便捷入驻、专人服务、场地免费等方面提供支持，实施场地支持、流量支持、国补加持、开放资源、礼品采购、开店支持、联营联名等7大行动。
环球港方面透露，中央厅展销会将开到5月中旬。之后，将“移步”南广场，届时会有更大规模的外贸优品展销接档。

外贸转内销
商超、电商积极对接
为助力外贸企业拓展内销市场，本市商场超市企业推出多种便利措施。
百联股份发挥商业服务资

源优势，发掘立足上海、全国布局的百货、购物中心、奥特莱斯等40多家成员企业及全渠道平台网络潜力，成立转内销专班，开辟转内销专属通道、开发转内销专属空间、开设转内销专属资源包，助内销促内需。
盒马为外贸企业开通绿色通道，24小时专人服务外贸企业入驻洽谈，简化认证审核流程，缩短商品上架周期，确保外贸商品快速销往国内市场。同时，开放盒马三级仓网体系，支持百货品类外贸企业入驻“云享会”。
此外，各大电商打开绿色通道，积极对接外贸转内销商品。
美团与中国食品土畜进出口商会联合举办了“2025美团外贸优品拓内销消费品专场对接会”，在中国进出口商品交易会现场举行，吸引来自水海产品、蔬菜水果、调味品、休闲食品、餐饮等行业的100余家外贸企业与美团多位业务负责人现场对接，表达合作意向。
美团成立专项，开通“外贸转内销绿色通道”，实现1小时响应、3天极速上架，入驻企业享流量扶持。“专项启动24小时内，我们就收到234家企业入驻申请，其中50家完成对接。”美团相关负责人透露，截至目前，已经有200余家企业通过绿色通道进入实际内销对接流程。
美团将针对入驻外贸企业给予流量倾斜，并派专门团队提供入驻指导和运营规划。同时依托大数据分析帮助企业快速洞察国内消费趋势，优化产品设计与营销策略。“我们将为外贸企业提供从线上入驻、物流配送到品牌推广的一站式解决方案，降低企业转型成本。”美团公共事务总经理肖荣臣表示。

长宁

青年报记者 陈嘉音

本报讯 5月5日，由上海市商务委员会、上海市长宁区人民政府指导、长宁区商务委员会主办的2025“AI智慧生活节”暨长宁区第六届“五五购物节”启动仪式在龙之梦城市生活中心圆满举办。本次五五购物节，长宁区以“爱购长宁，乐享消费”为主题，长宁充分重视内外循环协同，发挥文旅商体展联动、政策

AI生活、宠物经济…… “五五购物节”新玩法来了

激励叠加效应，全面推进外贸优品拓内销，开展多场重点标杆活动和主题促销活动，全力打造消费品牌、释放消费市场潜力。
记者了解到，上海夜生活节主场落地上生新所，打造夜间经济嘉年华。咖啡文化周、市攀岩联赛等文化活动和体育赛事接连走进商圈，汇聚客流，拉动消费；支付宝升级“碰见长宁”礼遇，通过“碰一下”的支付方式，消费者不仅能抽取红包，更有机

会直接买单。
2025第六届“三品”全国行之“上海制造佳品汇”，将在日本大阪首次以海外专场形式全新亮相。长宁三顿半、CIRCLE等知名消费品牌将在活动上亮相，同时打造愚园路“街区出海”，向海外输出时尚消费街区集聚区的影响力，展示城市更新赋予城市空间的新活力，将长宁特有的时尚消费、生活方式与文化生态推向全球舞台。



2025宝山家庭生活季。

受访者供图

宝山

锚定家庭生活 把文旅流量转化为消费增量

青年报记者 刘春霞

本报讯 聚焦家庭出游场景，推出“家邮游”“家行”“家宴”“家跑”“家养”五大板块，联动邮轮消费、汽车消费、餐饮消费、体育消费、银发消费、青年消费、文化消费，打造近百场特色活动……为期2个月的第六届宝山“五五购物节”暨2025宝山家庭生活季正如火如荼开展。记者了解到，宝山区根据临江靠海、适合“城市微度假”的独特地理优势量身定制了发力方向，通过深入挖掘历史、创造体验场景、触发新消费，让产业形象偏重的宝山区，

激荡出更多独特的文化消费IP。
家庭生活是第六届宝山“五五购物节”重点聚焦的消费场景。这意味着，设计方要深入剖析家庭生活的各个场景、细节，尽可能找到那些“需求未满足”的部分。5月中旬起，宝山区将以促进家庭餐饮消费为目标，开展宝山特色美食活动，通过一场海选、一场赛事、一桌家宴、一场巡展四个环节，以餐饮好店推荐为起点、厨艺竞赛为重点，打造一桌融合特色菜、时令菜、名小吃的家宴，形成“宝山家宴”故事IP，讲好非遗匠人故事，重塑宝山餐饮文化名片。

普陀

青年报见习记者 朱彬

本报讯 消费补贴一轮接一轮。继浦东新区之后，普陀也拉开了今年“五五购物节”的大幕。今年活动以“共享开放、创新灵动”为主线，聚焦产业特色，强化部门联动，通过文旅商体展深度融合，形成“1+5+1+X”活动框架，营造全民盛“惠”。除购物

超多“羊毛”可“薅”！ 5000万购车补贴促进汽车消费

节主场活动之外，还有5大主力商场特色主题活动、桃浦中央绿地户外活动和多场特色消费新场景活动。活动从4月底持续至6月底，贯穿劳动节、青年节、儿童节、端午节等6个重要节点。
汽车消费历来是普陀“五五购物节”促消费重头戏，今年普陀投入0.5亿元，面向个人消费者发放购车补贴，覆盖燃油车和

新能源车，实行阶梯式补贴标准。在普陀区内购车，车价在50万元以下(不含)补贴3000元；50万至100万元(不含)之间补贴5000元；100万元及以上可享补贴1万元。根据活动实施细则，购车发票需在5月1日至12月31日，购买新车需符合国六B排放标准且不是营运车辆，先到先得、用完即止。