



五五购物节 1900 余项活动激发消费潜力

下半年时令节庆营销将唱主角

晨报记者 钱鑫
实习生 章毅清

为期两个月的第二届五五购物节于7月14日公布了亮眼成绩单。本次五五购物节以“全球首发季、全城打折季”为主题,联动范围更广、供给质量更优,共举办了380余项重点活动、1900余项特色活动,有效激发了市场活力、释放了消费潜力。

与去年相比,本届“五五购物节”线下消费热度不减、线上消费持续向好。据统计数据显示,上海线上、线下消费达7896亿元。其中,线下消费热度不减,支付端监测全市线下消费4991亿元,同比增长12%;线上消费持续向好,实现网络零售额2905亿元,同比增长14%;上海地区快递揽件量超6.5亿件,同比增长25%。重点样本企业监测数据增幅明显,230家大型商业企业实现营业收入795亿元,同比增长14%。

从品类看,高端商品销售同比增长49%,金银珠宝销售同比增长28%,化妆品销售同比增长14%,食品销售同比增长16%,汽车销售同比增长12%。从商圈看,45个重点监测商圈的近200家商业企业零售额和客流同比分别增长32%和21%,五个新城重点监测商业企业零售额和客流同比分别增长25%和23%。



/视觉中国

数字人民币红包激发消费新动能

本届五五购物节期间,多措并举释放消费潜能。新一轮老旧汽车报废更新补贴政策,已有64万名市民申请。单用途预付卡“增信用、促消费”宣传月,联手10家银行为消费者提供补贴3000万元,带动销售7.1亿元。市体育局发放体育消费券,截至6月20日市民共领取32万张,享受体育消费券补贴465万元。

数字人民币支付率先在“两街四圈”和虹桥国际开放枢纽核心商圈落地,南京路数字人民币重点试验区实现重点商户支付受理环境全覆盖。人民银行上海总部会同市商务委、市地方金融监管局组织推出“数字人民币五五欢乐购”,运营机构发放35万份55元数字人民币红包。阿里巴巴整合12个业务板块投入补贴92亿元,全平台销售额同比增长37%。拼多多发放现金及消费补贴超35亿元,带动线上线下销售超200亿元。叮咚买菜投入4亿元补贴,上海地区交易额同比增长50%。达达集团旗下京东到家平台,联合超10万家零售门店发放1.5亿元消费券。百联集团累计发放各类消费券15.7亿元,带动全渠道增长8.6%。光明集团发放电子专享购物券1.7亿元,拉动销售超69亿元。新世界大丸百货周年庆大促单天销售2.56亿元,较2020年店庆增长49.71%,多个品牌创下今年全市、全国甚至全球的单柜销售记录。豫园股份联合复星集团在全国派发10亿元的福袋,拉动超100亿元消费。

强化社会参与,落实惠民措施

20余家本市各类行业组织,主动参与购物节。市商业联合会举办“上海小吃节”,组织40多个老字号、早餐工程等120余个品牌、8000余个网点参加。上海商情信息中心、市餐饮烹饪行业协会举办“环球美食节”,吸引6大洲2000余家美食餐厅参与。南京路步行街企业联合会面向全球举办招商推介大会,创建商圈共建共治共享长效机制。

市商务委副主任刘敏表示,下半年,上海将全面推进国际消费中心城市城市建设,以实施新一轮全力打响“上海购物”品牌三年行动计划为抓手,在“新”字上做文章,全面抓好促发展稳增长工作。

下半年将加强“时令”节庆营销,推出金秋购物旅游季、拥抱进博首发季、网络购物狂欢季和跨年迎新购物季四大主题营销活动;强化本土制造品牌与“上海购物”联动,深入挖掘一批引领性本土制造品牌,加大本土制造品牌的推广力度;打造一批新消费地标,推出前滩太古里、瑞虹天地太阳宫、天安千树、AI PLAZA 西岸凤巢、大宁久光百货、松江印象城等一批购物新地标;最后加快商业数字化转型,扩大数字人民币使用范围和受理商户数量。

虽然第二届五五购物节已经收官,但购物节的强大后续效应依然在持续释放。7月初,第四届进博会绿地法国企业专场签约仪式现场,也有五十余款法国新品首发亮相;“2021上海夜生活节”开幕式所在地“外滩枫径”的主题已经从6月初的啤酒节、音乐节,过渡到了上周刚刚拉开帷幕的“造浪季”;大宁夜市“第二弹”也已在上周末拉开帷幕……

足不出沪购全球优品

五五购物节放大了进博会溢出带动效应,以进口商品为主题举办“进口嗨购节”,组织进博会“6+365”交易服务平台和四大采购商联盟等30家重点企业,推出670场主题活动,2个月活动期间进口商品销售成交超过105亿元。其中,“进博商品集市”首次亮相南京路步行街,接待消费者近60万人次;国别商品文化缤纷月期间,“丝路音乐节”、“希腊、中东美食节”、阿塞拜疆“火焰之国”文化周等轮番上演;“进口购物季”系列活动,销售额81.3亿元,同比增长21.2%;继续打响“出海优品 云购申城”活动品牌,支持适销对路的外贸产品开拓国内市场,实现销售额同比增长近20%。

首发经济成商业发展新动力

首发经济打造商业发展新动力。“2021全球新品首发季”推出“上海国际美妆节”、“上海潮生活节”、“时尚定制周”、“上海红

品节”以及品牌主题日系列活动等,150余个国际知名品牌和450余个引领性本土品牌发布、展示近3000款当季新品,助力全市中高端消费同比增长11.7%。引进各类首店旗舰店近100家,其中全球或亚洲首店2家,全国首店数量28家,数量和质量稳居全国首位。

此外,据中商数据统计显示,今年上半年上海全市新增各类首店513家,同比增长60.3%,基本恢复至疫情前水平,全年首店数量有望突破1000家。零售、餐饮、服务与娱乐首店占比分别为24.3%、63.4%和12.3%,其中全球或亚洲首店6家,全国首店69家,国际品牌占比约15%,日本、美国、法国、韩国、英国和意大利是最主要的六大来源地。

多“夜态”融合展现商业新魅力

本届五五购物节中首次发布了6条夜生活推介官主题打卡线路,吸引3万余人参与打卡。首次发布夜生活节主题曲和微型纪录片,网络浏览量达3亿人次。88家重点监测企业6月夜间销售和客流同比分别增长22%和22%。美团数据显示,夜生活节期间,密室、到

店餐饮、酒吧等夜间消费同比增长145%、50%、33%。BFC外滩金融中心联合美团推出“夜食嘉年华”,夜间销售同比增长44.1%。

数字化转型释放商业新活力,“双品网购节暨数字生活节”发动电商平台联合线下企业为消费者提供更优商品和服务,如饿了么联合6万海派品牌打造“新海派生活节”,活动曝光量5000万次,成交额超6亿元。哔哩哔哩联合徐家汇商厦举办“花漾徐家汇嬉游季”,推动在线新经济与传统商业有机融合。首届直播电商节围绕商圈直播、品牌直播、生活消费直播、直播大赛4大板块推出68项活动,展现了上海商业魅力,如携程举办BOSS直播等,平台总订单量同比增长2.7倍。上海互联网青春生活节推出剧本杀等十大青年消费新业态,发布长三角青年消费互动趋势消费大数据报告。购物节期间,抖音推出“五五潮购季”、“6·18好物节”等活动,开播总计时长6503万小时,评论96亿条,互动点赞1913亿次,引发广泛关注;阿里巴巴平台上海商家开播次数超10亿次,上海消费者观看近30亿次,助力上海成为淘宝直播经济第一城。