

在规范中聚起外摆经营烟火气 上海激发消费新活力

□ 新华社记者 陈浩明

冬日午后，在上海安福路街边坐着喝杯咖啡；傍晚移步西岸梦中心，于临江商铺外就座，边吃甜品边看日落；晚上再去吴江路夜间市集点一份热气腾腾的小吃……如今，“外摆”已成为上海一道独特风景，不仅为市民聚起触手可及的烟火气，更持续激发着街区的消费活力。

“外摆位让整条街都很热闹，大家可以直观感受到城市的烟火气和消费活力。”从杭州来上海过周末的刘先生，专程来到西岸梦中心体验沿江的外摆店铺。他说：“坐在这里吃东西、喝咖啡，看看风景和来往的行人，感觉非常放松。”

据上海市绿化和市容管理局介绍，目前上海全市已设近500处外摆区域，覆盖商户超4000家，业态以轻食、咖啡为主，与街区风貌相互融合，构建出层次丰富、形态多元的城市商业生态。

在上海新乐路与东湖路交叉口，一道鹅卵石铺就的分界线，巧妙区隔了餐饮店的外摆区与公共步道。这里的外摆生意四季常热，深受欢迎，新入驻的“回官井·黄鱼小馆”正积极融入这一氛围。负责人余延奕观察发现，尽管是冬季，许多顾客仍偏爱户外座位，高峰期时常一座难求。

“外摆位能直接把店铺的活力展示给过往行人，成了我们吸引客流的‘活招牌’。”余延奕表示，作为2025年底开业的新店，在外摆形象与整体布置上仍在不断调整优化，希望未来能像周边老店一样，将外摆位打造成自身独特的消费吸引力。

外摆位是城市商业空间亮眼的延伸，但必须在规则的有效引导下进行。外摆经营，如何摆出秩序感，又留住烟火气？

为满足市民对高品质、亲民化生活的需求，上海市绿化和市容管理部门近年来持续探索外摆经营规范化、精细化治理路径。2025年8月，上海市绿化和市容管理局会同市商务委、市交通委等五部门联合发布《关于进一步规范外摆位设置提升街区“烟火气”的若干措施》，对街区外摆位设置区域、业态类型、配套服务等方面提出明确要求，进一步规范外摆位管理。

规范的外摆经营也为商户带来了显著的经济效益。据上海市绿化和市容管理局介绍，抽样调查显示，合规的外摆可为商户平均提升约20%的营业额。以杨浦区大学路为例，两年来举办近90场外摆主题活动，吸引客流超千万，销售额达2.65亿元；徐汇滨江引入外摆餐车，为市民游客提供咖啡、冰淇淋等轻食服务，在2025年第二季度总营收超102万元，环比增长约20%。

“我们希望在规范中激发街区活力，并通过精细化治理手段，平衡好商户经营与居民生活需求。”上海市绿化和市容管理局市容管理处处长张浩说，“下一步，我们将持续推进这项工作，进一步优化上海营商环境，持续激发街区活力，实现城市品质与市民获得感的双提升。”

新华社上海1月11日电



这是1月7日在上海市静安区吴江路拍摄的夜间市集现场。
新华社记者 陈浩明 摄



1月10日，消费者在上海市徐汇区西岸梦中心一家商铺外摆区域享用美食。
新华社记者 陈浩明 摄



1月10日，消费者在上海市徐汇区西岸梦中心一家商铺外摆区域享用甜品。
新华社记者 陈浩明 摄

累计成交超600亿元，「832平台」助力脱贫地区乡村产业提质增效

□ 新华社记者 韩佳诺

新疆墨玉县的葡萄干、大枣等农产品销售额同比增长超60%，品牌“墨玉福袋”逐渐打响；西藏地区供应商平台交易额突破4900万元，增速达40%，青稞等更多农产品从粗加工走向深加工，价值大幅提升……

打开“832平台”（脱贫地区农副产品网络销售平台），越来越多来自脱贫地区的特色农副产品通过线上销售，跨越山海进入千家万户。最新数据显示，截至2025年底该平台累计成交额已超600亿元。

“832平台”是在财政部、农业农村部、中华全国供销合作总社指导下，由中国供销电子商务有限公司建设和运营的脱贫地区农副产品网络销售平台。

成立以来，这个以全国832个脱贫县命名的平台，正悄然改变着许多地区的乡村产业发展方式。

“平台给我们带来的不只是订单，更重要的是教会我们怎么做品牌、怎么规范经营。”一家农产品企业的负责人这样评价。

对不少脱贫地区而言，当地特色农产品销售面临一个共同难题：品质虽好，但没有稳定的销售渠道，或产品包装简陋，卖不上价钱。

对此，“832平台”从推进产品标准化和品牌化入手，组织专业选品团队帮助脱贫地区商品进行分等分级、标准化包装。随着品质和包装的不断优化，越来越多产品如宁夏黄牛肉、河北省大名县花生油等赢得市场关注，实现从“产得出”到“卖得好”再到“叫得响”的跨越。

不仅如此，平台还帮助脱贫地区对初级农产品进行精深加工，通过“平台+政府+龙头企业”模式，在全国25个县市落地产业项目，培育出“墨玉福袋”“海伦大豆”等25个区域公用品牌，带动超10万农户增收，相关销售额累计突破30亿元，形成了以品牌为核心、全产业链联动的良性发展格局。

数据显示，目前，该平台上深加工产品的比例已超六成，在售商品达44万款，成功培育“两品一标”认证产品1.3万款，注册采购单位近50万个。

为更好展示销售各类向新向优农产品，平台不断推出各类提振消费活动，带领脱贫地区产品走向更广阔的市场。

平台上，“寻味832”进食堂、“832平台”乡村振兴公益行”等一系列活动将消费帮扶深度融入日常场景，持续提升脱贫地区企业的市场对接与运营能力。

2025年末，在粤港澳大湾区举办的脱贫地区农副产品产销对接活动，现场签约额超1.5亿元，吸引超百家央企、6000余家地方国企和200余万名个人用户参与。

市场化销售不断增长，政府采购也为脱贫地区产品带来了稳定订单。如国家税务总局在平台专门开设“税务系统帮扶专区”，汇集了来自定点帮扶地区6400多家供应商的超11万种产品。

面向未来，中国供销电子商务有限公司董事长刘国生表示：“‘832平台’将在坚守公益‘基本盘’、严控商品质量与价格的同时，坚持‘背靠政策、面向市场’，通过完善运营机制、提升产品竞争力、吸引更多社会力量参与，推动帮扶成果实现长效化与可持续。”

新华社北京1月11日电