

新思想引领新时代改革开放·改革开放在新城

奉贤新城

“组团上门式服务”提升外企发展信心

“美丽工厂”享最佳服务



奉贤「美谷美购」集中了诸多品牌 本报记者 张龙 摄

生产流水线运转不停,从这里出品的美妆护肤品每天销往世界各地;货架上进口化妆品琳琅满目,市民无需出国就能尽情挑选;世界顶级品牌纷纷入驻,研发中心、生产基地拔地而起……这是记者在奉贤新城东方美谷看到的景象。

奉贤新城正在通过美丽健康产业拥抱世界,谱写从无到有、创新发展的奋进故事。

“智能工厂”如何建成

走进美乐家位于环城西路上的智能工厂,最直观的感受就是整洁、安静、智能、高效。在仓储区,不见人声鼎沸,取而代之的是阵阵音乐声,一台台机器人“哼着小曲”完成了货物的分类与搬运,替代了原本需要大量人工才能完成的作业;在打包区,工人们在智能传送设备的帮助下,从“人找货”变为“货找人”,订单所需的货品自动送到打包箱前,极大提高了效率与准确率。

美乐家是一家来自美国的企业,主营家庭清洁、身体保养、化妆护肤及营养食品。它是入驻奉贤新城东方美谷产业集群中最具代表性的外资企业之一。这家智能工厂,是美乐家海外最大、最先进的

总部园区,但它诞生的过程并非一帆风顺。从2019年底动工到2021年10月竣工,企业遇到了疫情挑战,营业执照变更困难以及化妆品生产许可证续证等一系列难题。

面对企业困扰,奉贤区委、区政府开展了一系列富有成效的工作,确保了项目从规划选址到顺利落成的每一个环节都能高效推进。在美乐家总部园区项目出让合同签订不到24小时,区政府就帮助企业拿到了建设用地批准书、建设用地规划许可证、不动产权证书、设计方案批复、建设工程规划许可证5张证书,以最快速度、最高效率加快项目落地。

如今的美乐家智能工厂,已经成为奉贤新城智能制造的标杆,仅用300多位员工,就维持了21条自动化生产线与仓储物流中心的运转,每天派发包裹最高可达3000单,辐射国内、亚太乃至全球市场。

外企信心从何而来

“之所以决定投资1.5亿美元,建设海外最大区域总部和日化生产基地,体现了美乐家愿与奉贤区共成长的决心和信心。”美乐家中国区总裁许瑞告诉记者,作为一家

入驻奉贤多年的外企,对于政府部门跨前一步的服务意识和营造的优良营商环境感受颇深。

奉贤区以“跨前一步——妈妈式服务”的理念,主动邀请企业通过早餐会议的形式,面对面倾听企业的诉求。政府以快、准、稳的原则落实工作,现场与企业共同商讨问题的解决方案。这一突破性的改革创新,打破了政府部门间的壁垒,组团上门式服务极大提升了企业发展速度,增添了信心。

东方美谷聚集了众多化妆品和大健康产业的领军企业,成为一个可以资源共享、合作共赢的平台。在区政府支持下,美乐家多次受邀出席东方美谷国际化化妆品大会,成为该大会的“元老”;在第二届进博会上,依托奉贤区“东方美谷”展台中的两个展柜,首次参展进博会并大获成功。落户奉贤区二十余年,美乐家实现纳税额千倍增长,并连续七年荣获奉贤区财富百强企业前三甲。

“请进来”与“走出去”

在奉贤区优良的营商环境下,一批像美乐家这样的外企得以快速发展。奉贤新城凤创谷一号楼,

最显眼位置的“韩国品牌国家馆”,汇集了上百个韩国品牌、上千种品类的进口化妆品。它也是入驻“美谷美购·跨境购”的首家品牌国家馆。不少上海市民远道而来,采购心仪的韩国进口商品。

“这些品牌大多不被国内消费者熟知,却是韩国中小化妆品企业中的独角兽,对进入中国市场寻求机遇充满了向往,却因为体量所限难以直接实现这一目标。”展馆负责人告诉记者,“美谷美购·跨境购”成为了这些企业进入中国市场的“孵化器”。

2020年,奉贤新城打造“美谷

美购·跨境购”这一新零售体验中心,吸引了大批跨境电商企业,正发展成为东方美谷国际化建设中的重要组成部分。记者在零售体验中心看到,除了线下销售点之外,还设有直播间,主播们正在推荐各类进口美妆产品,打通海外品牌与中国市场的对接渠道。

除了让国外“尖货”走进来,“美谷美购·跨境购”也成为国货“走出去”的最佳平台。未来将有一大批国货品牌通过园区提供的全链路跨境出海服务,开拓海外市场,助推中国品牌出海。

本报记者 李一能

记者手记 以诚相待,近悦远来

奉贤,意为敬奉贤人之地,朴实好客,是已经写入这方土地人民血脉中的“基因”。

多年采访奉贤新城优化营商环境,特别是服务外企、吸引外资的举措,能够感受到别无他法,唯有“真诚”二字。

真诚,体现在一次次上门恳谈,阐明机遇,打消顾虑,最终让

外商找到那个怦然心动的理由;真诚,体现在外企遇到问题时的不推诿、不畏难、敢担当,想方设法积极主动服务;真诚,体现在长情默默守护,无事不扰,有事必到。

以诚相待,近悦远来。在高水平对外开放的大潮中,奉贤新城正勇立潮头,未来可期。

优势互补 下好“合作棋”

沪新两地企业家代表畅谈携手发展新空间

本报讯(记者 李一能)昨天,上海市-新加坡全面合作理事会第五次会议在沪召开。同为经济发达的国际化大都市,沪新两城既面临着相似的挑战,也有着各自的优势,如何能够取长补短实现共赢?多位与会嘉宾对此各抒己见。

“2016年我来上海出差,下车时出租车司机问我微信还是支付宝车费。”劲升逻辑副总裁大中华区总经理黄志强告诉记者,在他看来,上海的优势在于应用场景丰富,新生事物很容易实现运用,而新加坡则拥有不少科技实力很强的企业,

两者合作可谓强强联手。

劲升逻辑是新加坡国际港务集团旗下的一家全球化的科技公司,致力于促进全球贸易数字化、便利化。将围绕数字身份、电子签名、贸易单证数字化等领域与上海开展深入合作,推动沪新两地贸易数字化高质量发展。黄志强告诉记者,上海与新加坡在数据合作,尤其是人工智能开发以及AI学习上的合作前景非常广泛。

在新加坡企业中心主任黄非看来,沪新两地在数字经济、绿色发展、人工智能等领域都有开展合

作的潜力,当下他较为关注的是低空经济在上海的发展应用。黄非表示,在东南亚,电动飞行器有着极为广泛的应用市场前景,例如印尼这样的千岛国家,这一方式可以极大提升跨岛运输效率,这正是沪新企业可以携手合作的方向。

对于许多上海企业近年来出海进入东盟市场,黄非表示新加坡将是公司落地理想的桥头堡。今年1月新加坡企业中心与浦东新区新举办招商会,报名人数很快就超出了计划人数,可见上海对新加坡企业具有很强的吸引力。

展前供需“连连看” 新品“剧透”看点多 第七届进博会 进入招商办展阶段

本报讯(记者 张钰芸)首发新品提前“剧透”,新朋旧友率先对接,“四叶草”里又是一番热闹景象。昨天下午,第七届进博会消费品展区、服务贸易展区展前供需对接会暨上海招商路演在国家会展中心(上海)举办,50多家参展商和百余采购商在现场参与。

“第六届进博会上,我们与30家以上合作伙伴签订了合作协议,意向签约金额达到了6.8亿元,刷新了此前的纪录。”乔山集团中国

区总部副总经理林绍安表示,今年是乔山第三次参展进博会,目前正积极筹备一系列的首发新品,例如集团中最高端的商用产品系列,包括跑步机、登山机等。“我们已与华为合作,将健身设备链接智能穿戴式产品,满足消费者健康跑的需求。”

来自服贸展区的欣海国际报关是连续七年参展进博会的“全勤生”。“今年将覆盖服贸展区和食品展区3个展位,参展面积达144平方米。”副总裁汪敏表示,去年进博

会期间,来到欣海展位咨询交流的企业多达500家,签订意向合作协议160家。

第七届进博会将于今年11月5日至10日在上海举办。目前,进博会的筹办工作已从招展为主转向招商办展为主,其中企业商业展的签约展览面积已超过35万平方米。各交易团组织工作有序开展,专业观众报名注册全面启动,配套活动已经接受申办,精准招商和供需对接持续强化。

Advertisement for 'Shanghai Summer' (上海之夏) featuring a woman, QR code, and text about international consumption season and city walk.