

锚定现代化 改革再深化

学习贯彻党的二十届三中全会精神

宝山:打造花卉特色小镇激发内在活力

# 一间乡村直播室

## 以花为媒踩上“在线经济”风口

在淘宝上被粉丝们称为“多肉卖出珠宝范儿”的爱萌多肉网络直播间,就设在宝山区月浦镇的聚源桥村里。这个地处北上海的乡村,以花为媒,培育自己的乡村直播,踩上“在线经济”风口,成功激活了内在活力。

月浦镇致力于打造花卉特色小镇,横向以点状花旅融合片区组建花旅联盟,打响企业花卉品牌;纵向贯通花卉产销链条,将企业花卉示范园与生态宜居美丽家园、百姓增收幸福乐园融合,让花卉产业在乡村振兴中迸发澎湃活力。

### 扎根乡村 线上经济如火如荼

每天一早8时30分到第二天凌晨1时,田田、婵婵、明哥等几个姑娘轮番上阵,坐在镜头前向粉丝们展示各种可爱的多肉,胖大海、金嗓子喉宝、清咽利喉颗粒就放在手边。“遇到淘宝打榜日,直播还会延长到凌晨3时。确实挺吃力的。”外向爽朗的小明特别受欢迎,被粉丝们尊称为“明哥”。虽然累,但每每跟粉丝调侃互动,被粉丝夸赞,都让姑娘们很有成就感。尤其是老板王雷,更是铆足了劲。

爱萌多肉直播间的老板王雷是中国人民大学公安大学侦查系学士、诉讼法学硕士,腰板笔挺、笑容憨厚的他,研究生毕业之后到上海创业,成为经营“花”的掌门人。

王雷告诉记者,落地聚源桥村完全是被月浦镇打造花卉小镇的产业规划所打动。镇里专门规划了花卉土地储备,这是企业稳定发展最好的保障。“镇里多方支持鼓励,筑巢引凤,吸引优质企业带动当地村民参与进来,形成符合大都市乡村资源特色的农业产



主播在爱萌多肉直播间直播

受访者供图

业,为企业集群发展营造好环境。”

菊章玉、红窗玉、菊化石、海豚风铃、樱花风铃……王雷介绍,爱萌多肉店铺在售的多肉品种超过100种,因为客户群体大多是知识分子、白领,要想不被问倒,必须具备过硬的专业知识,光是培训带货主播,就得花上半年时间。

爱萌多肉所在的上海安然园艺有限公司,2014年开始经营多肉植物,2015年在淘宝开设线上店铺,逐渐积累了不少客户。2018年开始进军直播后,在打榜的排位赛中,爱萌多肉曾创下单日营业额59.8万元的最高纪录。

企业扎根在聚源桥村,怎样让当地老百姓的钱袋子鼓起来,成为王雷关注的焦点。2020年,王雷签署与聚源桥村共办聚新农业专业合作社的合作协议,月浦镇启动“企业+合作社+农户”致富模式,安然园艺提供技术支持和销售渠道,共同把月浦的名优特农产品打造成线上线下都炙手可热的精品。同时,将数十万粉丝直接嫁接到本地农产品推介平台上,村民摇身一变成“股民”,共享企

业发展红利。

### 线下发力 花卉产业惠及民众

在点亮在线新经济的同时,坐拥山野美景的月浦镇线下也在不断发力。已经举办5届的宝山月浦园艺展越来越丰富。举办五彩“花粉”秀,通过粉丝见面会及在线直播,推介花卉企业和特色花卉产品;精彩纷呈的竹编技艺展现非遗慢生活魅力;舌尖上的月狮草头饼唤起乡愁味道;宝山第一家花卉主题民宿开启白领团建接待服务;花卉大篷车载满月浦特色花卉空降社区,让月浦乡村振兴的特色成果惠及月浦广大市民,实践政府搭台、企业唱戏、市民受益,拉动内需、扩大消费的新模式。

花卉产业还带来美丽庭院建设。由聚源桥村村委会砌花坛、发花苗,村属花卉企业技术指导,村民种花、赏花、护花。薄荷、迷迭香、鱼腥草在庭院里扎根,好吃、好闻又好闻。每年的“美丽庭院”星级示范点评选活动成了村民们的大事,家园美了,乡风改了,秩序好了,房租涨了,美丽庭院撬动了乡村

振兴连锁效应。

同时,爱萌多肉还延伸注册了上海萌影网络科技有限公司,第一个项目将以聚源桥村为起点,包括绿荫潭、甘露寺等当地古迹为场景,以多肉植物拟人化为人物形象,构建一个仙侠题材的故事。一方面宣传月浦,一方面宣传多肉植物,为爱萌多肉吸引更多流量。

### 政府搭台 积极鼓励“触网”创业

“这长寿花,平时一盆卖40元,今天两盆只要16.9元哦!而且再额外赠送一袋肥料和一瓶营养液,满满一箱,轻轻松松带回家!”这是前不久宝山罗泾镇来到月浦镇取经开展的“数商兴农·新农村样板直播间打造之旅”活动中的一幕。

当地特地策划了一场生动的“直播模拟”环节。两位有过直播经验的基层青年干部“就地取材”,热情洋溢地推销起了长寿花套餐。台下“观众”积极举手互动,或询问产品详情,或讨教种植经验,现场热闹非凡。

爱萌多肉基地的工作人员对“直播模拟”的展示效果进行了点评,并给予了充分的肯定与鼓励。像这样的实地培训,更能激发基层青年干部的学习热情,提高电商销售技巧和语言表达能力。

其实,早在2019年年底,宝山区农业农村委就计划委托专业培训机构为宝山区各家合作社提供电子商务知识教学、电商运营实习、农民创业指导等内容,通过组建“云播农”联盟,为宝山多家农业企业开展互联网直播销售等课程培训,拓宽农产品销售渠道。由宝山区农业农村委牵头,区农广校组织开展的宝山区线下“云播农”联盟培训班也邀请多名讲师,为有意开展线上销售的农业从业者讲解电商课程,分享直播平台的搭建心得。希望通过培训,让更多人改变传统销售思维,参与“触网”,搭建自己的线上销售平台。

本报记者 郭剑烽

## 从“酱油小镇”到上海科创策源地

### 张江32年发展交出亮眼“成绩单”

从以生产酱油、咸菜为特色的小镇,到如今成为上海科创策源地,今天是张江高科技园成立32周年的日子,从国家级高新技术开发区到“活力四射”的张江科学城,张江交出了一份颇为亮眼的“成绩单”。

今年上半年,张江固定资产投资完成260亿元,同比增长34%。截至今年5月底,经营总收入4602亿元,其中,集成电路、生物医药、人工智能三大先导产业营收1706亿元;规上服务业营收1347亿元,同比增长9.9%,其中,科技服务业营收291亿元,同比增长21%。

### 制度创新助推研发

“今年5月15日,我们的1.1类新药甲磺酸瑞齐替尼二线适应症正式获批,为此我们总共投入了近10亿元人民币,但和以往一款新药需要投入约10亿美元相比,我们可以说是‘多快好省’地完成了一个新药,这得益于张江科学城和自贸区的叠加效应。”倍而达药业公司副总经理胡学勤告诉记者。

2013年,倍而达的新药甲磺酸瑞齐替尼立项启动,针对非小细胞肺癌的三代TKI药

物研究已有十年,这正是张江快速腾飞的十年,倍而达也充分享受了制度创新的红利。

“由于生物医药行业的产业链长,对于像倍而达这样的初创公司来说,资金压力很大。最早从这里开始的药品上市许可持有人制度试点,允许倍而达专注药物研发,不必建立自己的生产基地,节省了财力和时间。”倍而达的创始人张晓东博士说,“作为科研人员,希望能专心致志做研发,但仅依靠自有资金支撑举步维艰。”让张晓东感动的是,张江先后给予倍而达药业共计1500余万元的资金支持,可谓是“雪中送炭”。如今,张江已成为国内生物医药研发机构最集中、创新实力最强、创新成果最突出的区域。

### “小巨人”的逆袭之路

连续5年在泌尿外科激光治疗机市场占有率全国排名第一,跑赢近20个国内外品牌……从“无技术、无品牌、无市场”到国产激光第一品牌,上海瑞柯恩激光技术有限公司可谓浦东“土生土长”的国家级重点专精特新“小巨人”企业,在张江完美演绎了“逆袭”之路。

瑞柯恩公司营销中心总监王晓宏介绍,

自上世纪90年代末起,国内三甲医院泌尿外科逐渐用软激光刀来开展泌尿外科微创手术,使用的主要是进口设备,当时国产软激光设备的市场占有率几乎为零。

如今,瑞柯恩通过不断研发,已经实现了软激光核心零部件全部国产化,打破了进口垄断的格局。相对于传统的软激光来说,新技术能更迅速地粉末化碎石,提高结石清除率。同时,它可对膀胱癌作精准切除,为患者提供保留膀胱的微创治疗。

如今“小巨人”已经“长大成人”,瑞柯恩的总部和医疗激光设备研制基地项目在张江落地,今年6月12日开工,预计2027年完成投产,投产后的年产值预计达到9.6亿元。

据了解,张江现有企业2.48万家,高新技术企业1930家,专精特新企业1065家,专精特新“小巨人”企业127家。外资研发机构181家,跨国公司地区总部70家。

### “由园到城”华丽转身

张江科学城承载着科创中心、综合性国家科学中心、自由贸易试验区等诸多国家战略,“由园到城”的华丽转身,也让一座活力四

射的未来之城呼之欲出。

最近,“张江之尚”项目又有新进展。这个项目位于张江副中心核心位置,与“科学之门”双子塔、“张江人工智能岛”“张江科学会堂”等建筑遥相呼应。该项目的前身为张江水泥厂,是一块三面环水、呈“半岛”形态的珍贵工业遗存土地。为了把这块“宝地”用好,项目集结了包括安藤忠雄等国内外高水准设计师,总建筑面积约44万平方米。对联合储库、筒仓、烟囱和窑尾等工业遗存保留、加固和改造后用于商业和文体配套,将这片“灰色”变为“绿色”,让张江水泥厂从“沉睡”的土地变成生机勃勃的“张江之尚”。

建筑师安藤忠雄表示,“历经百年,依旧充满魅力,这个场所包含的信息,将过去与现在联结在一起——这就是建筑的力量,也将在五十年后、一百年后,继续传递下去。”

张江科学城负责人表示,张江将全力打造“科学特征明显,科技要素集聚,环境人文生态、充满创新活力”的国际一流科学城,为生物医药、人工智能、数字科技等科创领域的年轻人,提供满足生活和精神需求的多元空间。

本报记者 宋宁华 实习生 张欣然