

沪首条跨越高架无人机航线开通

杨浦聚焦发展新质生产力,努力打造低空经济产业创新高地

本报讯(记者 孙云)从五角场合生汇到周家嘴路上的互联宝地园区,行车距离4.5公里,非高峰时段驾车时间约15分钟。最近,这一物流运输方式正被改写——全市首条跨越高架无人机航线在杨浦正式开通,从合生汇到互联宝地,“大厂”白领们的午餐外卖从空中一单单“空降”,高峰时段,挂着外卖的无人机还要在空中排队等候降落。开航第一天,就有159名白领“尝鲜”。

伴随着低空物流配送的发展,杨浦支持低空经济发展的区级政策近日也在全市率先发布。当前,低空经济作为未来空间产业的重要组成部分,已成为推进新型工业化、形成新质生产力、赋能新经济的重要抓手和增长引擎。以美团等为代表的杨浦数字经济领军

企业正积极拓展无人机即时配送新业态,探索消费新场景。杨浦还围绕低空经济研发、制造和应用,汇聚行业内外多方高端智力资源,推动创新孵化和产学研合作,成立长阳创谷低空经济孵化器。力争到2027年,实现低空经济产业创新策源地、集群显示度大幅提升,努力打造产业链条完整、示范场景多元、创新生态活跃的低空经济产业创新高地。

低空经济在杨浦率先起飞,得益于杨浦有着创新的优势和发展的沃土。10月23日,2023年度上海市科学技术奖获奖名单揭晓,共授奖214项(人),其中,杨浦区企事业单位和区域内高校累计获86项,获奖总量全市第一;第一完成人奖项数58项,占总奖项的27%,居全市第一。当前,杨浦正紧扣强化创

新策源这个核心任务,聚焦发展新质生产力这个战略重点,加快构建支持全面创新体制机制,提升科技实力和创新能力,建设国家创新型城区、全国双创示范基地、上海科创中心重要承载区和“科创中国”试点城区。今年以来,丘成桐院士领衔的上海数学与交叉学科研究院在杨浦成立,杨浦区政府、复旦大学和上海城投集团又共同发起成立未来谷—湾谷创新中心,围绕杨浦“1+2+3+4”创新型现代化产业体系,主要承接推动重大科技专项落地、促进科技成果转化落地、促进产业项目集聚发展等三大功能,创新策源成效初显。

昨天,杨浦区科技金融俱乐部第三季活动“医疗创新沙龙”在五场路举办。此前几季活动也颇有亮点,例如杨浦区在全市首发数

据资产增值因素模型,区科经委牵头农行五角场支行、上海数据交易所开展一次数据资产赋能的尝试,推动全市首个金融征信领域数据资产的质押融资落地,仅用14天完成贷款调查、数据资产确权、评估、登记、认证、质押到贷款审批发放的全流程,给予区内一家企业400万元的贷款融资。

当前,杨浦的创新动能不断积蓄,创新生态蓬勃生长。美团、哔哩哔哩、抖音等一批头部企业和高新技术企业、专精特新“小巨人”企业等快速增长。“长阳秀带”成为沪首批在线新经济生态园,大创智数字创新实践区成为沪首批数字化转型市级示范区,环同济成为沪首批科技服务业发展示范区(试点)……创新发展再出发,杨浦的创新策源地澎湃不竭。

建设最佳实践地 文明创建新作为

习近平总书记多次强调,要把红色资源利用好,把红色传统发扬好,把红色基因传承好。上海市文明单位正深入开展“学思想 见行动”主题活动,为扎实推进红色文化传承弘扬,部分文明单位创新传播形式,丰富教育载体,增强红色资源感染力,积极推动红色文化的传承与发展。

“行走课堂”广受欢迎

徐汇区司法局(上海市文明单位)将法治教育与红色文化深度融合,精心挖掘衡复风貌区的红色法治资源,推出“寻味红色足迹遇见法治之美”特色研学路线,涵盖15处法治

创新传播形式 丰富教育载体

上海文明单位推动红色文化传承发展

点位、5大场馆及众多法治文化密码。通过小班化教学,打造行走的法治课堂,让群众沉浸式感受红色法治文化。司法局联合法律大V推广红色法治文化Citywalk,并线下打卡吸引市民参与,宣传视频播放超120万人次。此外,还邀专家采用“采访式”“互动式”宣讲。“行走中的法治课”已成为徐汇区法治文化新名片,为群众提供法治文化体验和学习机会,为上海建设国际文化大都市注入法治力量。

“移动列车”沉浸教学

“看着老照片与‘上海’‘南湖1921’字样,

结合生动讲解,代入感强。”乘客们称赞道。上海铁路国际旅游公司(上海市文明单位)与中国铁路上海局联合推出的全国首列常态化运行红色旅游列车“南湖·1921”,以“重走一大路”为主题,通过复古改造并布置红色氛围,重现革命历史,成为移动红色教育课堂。列车提供沉浸式教育,搭载在线课堂邀请名师授课,打造红色文化阵地。同时,深化文旅融合,定制研学服务,推广长三角铁路文创产品。自8月延伸至杭州站,已发送旅客近30万人次,组织300余个红色团队,成为传播红色文化品牌列车,有力推动地方文化旅游发展。

“红色地图”丰富多彩

崇明区竖新镇社区党群服务中心(上海市文明单位)通过深挖红色资源、深悟红色精神、创新传承载体,积极推动红色文化发展。服务中心联合多方力量编制《竖新文史集》,系统梳理和保护开发6处红色遗址,打造“红色地图”,并建成多处展览馆,丰富红色空间。同时,中心开办“党员微课堂”,创新宣讲模式,推动红色文化宣讲进基层,年均宣讲100余场。此外,还利用现代科技手段开辟线上“红色旅游”专线,创作展演红色主题文艺作品,让红色文化深入人心。这些举措不仅促进了当地经济社会发展,也为乡村振兴战略的实施注入了强劲动力,成功打造“红色文化之乡”,让红色基因在新时代焕发新的生机与活力。

本报记者 赵菊玲

拼多多加码扶持 引领电商进入新阶段

今年的11.11大促,低价不再是竞争的焦点,各大电商平台纷纷开始转向,更加注重体验及服务,并积极为商家减负等。其中,作为新电商平台,拼多多推出“百亿减免”及“新质商家扶持计划”,引领电商进入了一个新阶段,平台扶持新质供给已初现成效;更多新质商家、新质品牌在今天的11.11大促期间迎来了销量的大爆发。

加码扶持新质供给

其实,拼多多一直在加码扶持新质商家、新质品牌等新质供给。所谓“新质供给”,是指商家的供应链能力与平台数字能力进行深度融合,涌现的一批具备产品、技术创新能力的新质商家,这批商家依托供应链优势,可以及时匹配电商人群需求、市场趋势的变化,并推动产业升级,给产业带注入新的动力。

早在今年中国农民丰收节期间,拼多多就已投入10亿补贴资金、20亿流量资源包扶持新质农货商家,专项团队先后深入开封红薯、温县山药、会理石榴、乳山生蚝、周至猕猴桃、大理雪莲果、新疆水产等农产区,助力各农产区丰产增收。

随后,拼多多宣布将投入百亿资源包,大力扶持具有产品、技术创新能力的新质商家、新质产业带,并大幅度减免优质商家的交易手续费,未来一年预计减免100亿元。拼多多“百亿减免”计划已先后推出一揽子减免举措,包括多项服务费减免权益、免除商家偏远地区物流中转费、下调商家店铺保证金及提现门槛等。

近期,拼多多再次加码,宣布全面启动“新质商家百亿扶持计划”,将在未来一年投入100亿资源包,成立专项团队深入100个农产区、产业带,优选具备产品、技术创新能力的新质商家,借助平台的数字化能力,对新质商家进行产品、营销、运营及供应链的全链路扶持,并通过



拼多多百亿减免扶持计划海报内容:

- 退单订单,基础技术服务费自动退回,从活动商品,扩大到全部商品
- 商家贷款账户提现门槛由100元下调至1元
- 全部类目,店铺基础保证金阈值,从1000元下调至500元
- 所有先用后付订单,基础技术服务费从1%下调到0.6%
- 即日起偏远地区免费中转,所有中转费由平台承担
- 售后申诉不限次数,有任何疑问都可申诉
- 部分场景平台自动返还推广软件服务费,等额推广红包

▲前不久,拼多多“百亿减免”先后落地一揽子政策,力促商家提质增效

新质商家的带动效应,推动农产区、产业带实现产业升级,走出一条高质量发展的道路。

软枣猕猴桃的逆袭

随着今年的11.11大促进行得如火如荼,拼多多继续加码对新质农货商家的扶持力度。在辽宁丹东,虎山镇豺狼沟的村民胡秉龙通过20年的种植和摸索,将山里的一株野生“奇异莓”成功移植培育,并带领村民实现规模化种植,但一直苦于没有更好的销路。

2018年,胡秉龙的外甥孙许远将软枣猕猴桃搬到了拼多多上,从日销数单到几百单,



▲人们正在流水线上分拣软枣猕猴桃。吴文韬 摄

再到5000多单,逐渐打开了销路。

今年11.11大促期间,拼多多将豺狼沟软枣猕猴桃上线秒杀频道,在平台的集中曝光下,每日销量达到2万多斤。

平台扶持下,许远更有动力和信心投入产品的质量把控上,他将果子根据品相、规格分好级别,以满足不同消费客群的需求,针对有送礼需求的消费者,许远定制了“豺狼沟软枣猕猴桃”礼盒。随着软枣猕猴桃的畅销,如今,豺狼沟家家户户几乎都种上了软枣猕猴桃,相较传统种植的板栗,软枣猕猴桃带来的经济效益更高,不少村民家中甚至盖上了新楼。

此外,拼多多新质商家扶持专项还先后走进亳州花草茶、东海穿戴甲、平度假睫毛、沧州化妆刷、六安婚纱、汕头服装等产业带,助力产业带商家直连国内外市场,也引发行业的广泛关注和积极反馈。

新质商家成为主角

电商发展至今,具备供应链优势的商家、品牌不断脱颖而出,拼多多通过“减免+扶持”的举措,让商家降低了经营成本,更有空间进行产品及技术创新,推出更具质价比的产品。同时,拼多多通过数字化能力,助力商家精准匹配细分需求。这也是今年11.11大促显

示出来的产业趋势,新质商家将成为大促及电商未来的主角,并助推产业带高质量发展。

10月8日,拼多多百亿补贴率先开启今年的11.11大促,并上线“超级加倍补”活动,重点扶持一批具有产品、技术等创新能力的新质品牌,公牛插座成为首批报名的品牌之一。为了筹备拼多多11.11大促,公牛团队早在8月份就与平台展开了合作,研发了5款专供平台的新质产品。据公牛团队介绍,专供产品针对拼多多用户的洞察,在外观及线长上进行了调整,造型更简约,性价比更高,成本降低了5%至10%。

在“超级加倍补”活动开启后,公牛插座第一时间报了名,5款产品上线后很快售罄,也助力公牛爆得大促的开门红。公牛旗下拼多多店铺负责人表示,“大促之前,我们的预期是实现两三倍的增长,就已经很满足了,现在的销量环比9月份增长了12倍,补货都来不及。”

与公牛相比,小熊电器旗下两款专供产品——养生壶及电热水壶,报名了“超级加倍补”活动,销量表现同样不俗,叠加百亿补贴的双重优惠后,产品销量环比分别增长了7倍、9倍,小熊电器相关负责人保守估计,小熊电器将在拼多多本届11.11大促实现30%的增长。(文/李文乾)