



“一核两带”全域生产总值去年增长至3.2万亿元,经济密度5倍于长三角平均水平
“一核”虹桥国际中央商务区去年税收收入500.97亿元,较2020年增长87%;进出口商品总额856.4亿元,较2020年增长255%

大虹桥 四年 成绩单 亮眼

本报记者 张钰芸

3月18日,两架直升机分别在虹桥国际中央商务区起飞,一南一北向着嘉兴和苏州的天空,执行虹桥国际开放枢纽城际载客低空飞行的首飞任务。这不仅是数条航线的物理延伸,更是长三角一体化发展向立体空间拓展的生动注脚。

2021年,国家发改委印发《虹桥国际开放枢纽建设总体方案》。历经四载实践耕耘,虹桥国际开放枢纽探索出一条从空间接轨走向深度融合的“虹桥之路”,为长三角区域推进更高水平协同开放贡献了“虹桥方案”。



一大批高能级经营主体和功能平台在虹桥国际开放枢纽“落地生根” 本报记者 陈梦泽 摄

数字呈现四年发展 经济密度更高

日前,虹桥国际开放枢纽晒出最新的“成绩单”,四年来,区域经济总量迈上新台阶。

“一核两带”7000平方公里全域生产总值从2020年的2.3万亿元增长至2024年的3.2万亿元,经济密度达4.5亿元/平方公里,是长三角平均水平的5倍。特别是“一核”虹桥国际中央商务区经济发展全面提速,2024年税收收入500.97亿元,较2020年增长87%;进出口商品总额856.4亿元,较2020年增长255%。

2021年和2023年,国家发改委先后印发《虹桥国际开放枢纽建设总体方案》和《关于推动虹桥国际开放枢纽进一步提升能级的若干政策措施》。经第三方评估,截至目前,虹桥两轮政策明确的128项重点任务已落地121项,落地率超94%,有力提升了“大虹桥”的吸引力、带动力、竞争力和软实力。

2024年虹桥综合交通枢纽总客流量高达4.38亿人次,日均119.74万人次,是目前世界上最大的综合交通枢纽之一。从“平面枢纽”跃升为“立体枢纽”,低空经济场景也在这里迅速拓展。3月18日,“大虹桥”首次试飞虹桥—松江、虹桥—金山、虹桥—嘉兴平湖、虹桥—嘉定、虹桥—苏州太仓、虹桥—苏州昆山共6条航线,标志着虹桥国际中央商务区以低空经济为支点,撬动“大交通”能级提升。

还有一大批高能级经营主体和功能平台在这里“落地生根”。截至目前,虹桥国际中央商务区累计引进跨国公司地区总部、贸易型总部、外资研发中心

等238家,引进国际贸易投资促进机构43家。虹桥国际商务人才港落地265家人力资源企业,虹桥国际中央商务区集聚154家机构和企业。

千亿级产业集群牵引 科创动能更足

从“上海的虹桥”,跃升到“长三角的虹桥”“中国的虹桥”乃至“世界的虹桥”,应该怎么做?作为虹桥国际开放枢纽功能布局中的“一核”,虹桥国际中央商务区在巩固提升原有“大交通”“大会展”“大商务”三大功能的基础上,增加了“大科创”功能,力争使科技创新这个“关键变量”成为虹桥发展“最大增量”,推动上海加快发展的“新质生产力”。

生物医药是上海重点发展的三大先导产业之一,也是虹桥国际中央商务区高质量发展的重要抓手。随着信达生物、正大天晴、威高、云南白药等一批生物医药重大项目相继落地、开工、投运,以及新虹桥国际医学中心逐步建成投运,千亿级生物医药产业正从一张蓝图“渐变”成美如画的“实景图”。

集成电路产业也在加速蓄能,一批产业创新载体加快建设,上海交大集成电路学院在闵行揭牌成立。上海汽车芯片工程中心在嘉定设立,推动产业链上下游企业联合形成产业生态,合力攻关汽车芯片等关键产品。还有中科院上海微系统所等全国重点实验室,围绕集成电路、光伏、芯片、认知智能等领域协同开展基础研究和攻关。

人工智能产业活力迸发,“大虹桥”成为科创企业的孵化器、练兵场和试金石。上海模迪拉科技有限公司在2024年成立并入驻西虹桥,提出“乐高式智能制造”解决方案,深度融合AI在工业

结构设计中的创新应用和自学习能力,让机械臂与人形机器人提供智能化装配服务,重塑传统制造流程。其目前已与吉利极氪、广汽埃安等主机厂合作,实现量产落地。

“模块化制造将原本包括车轮、制动、转向、悬架等在内的上百个零部件,整合为一个独立完整的模块,生产效率提升10%到30%,制造成本下降50%到60%,还能大大节约制造空间。”模迪拉科技董事长陈飞告诉记者,今年公司计划新建7家工厂,将模块化制造业务范围拓展至浙江、安徽、重庆、广东乃至泰国等的多个主机厂基地,到2026年,计划与30家新能源汽车、机器人以及低空载具主机厂合作。

建设开放“桥头堡” 助力企业“出海”

作为对内对外开放的重要“桥头堡”,“大虹桥”在打造国际贸易中心新平台,推动双向贸易发展的同时,也在不断完善“走出去”的服务体系,全力打造服务企业“走出去”先行区。

面对全球不确定性加剧的挑战,专业的跨境服务能力和完善的法律保障体系是中企“出海”的支撑要素。虹桥国际中央商务区管委会整合虹桥国际中央商务区、虹桥海外发展服务中心、虹桥海外贸易中心、华商会进博及贸易促进中心等资源,构建了覆盖全球的专业服务集群,支持出海总部在虹桥集聚。

国际市场有哪些动向?如何对接国际规则,防范市场风险?企业想要开拓国际市场,有没有把握?针对上述问题,去年3月试运营的虹桥海外发展服务中心集成政务服务和专业资源,目前已集聚500余家国际化专业服务机构,

设立ODI(对外直接投资)咨询服务点,举办百场活动服务千家长三角企业,对接企业需求案例30个。今年2月,随着《虹桥国际中央商务区建设并购集聚区行动计划》发布“虹桥并购8条”,服务中心的“大虹桥全球投资并购在线项目库”再度升级,海外项目库将持续扩展,而国内项目库则将在3月底上线,首批将发布超过610个优质标的,总估值达1340亿元。

“有一家生产有色金属复合材料的的企业,面临其链主对绿色供应链的复杂ESG(一种衡量企业可持续发展绩效的评价体系)合规要求,一筹莫展。”虹桥海外发展服务中心相关负责人表示,得益于中心覆盖十大领域的专业服务联盟网络,立刻为企业找到了祺鲲科技的一站式ESG智能服务平台,极大地减少了企业在合规过程中的时间和成本。

相关链接

虹桥国际开放枢纽 “一核两带”

“一核”是虹桥国际中央商务区。“两带”是以虹桥国际中央商务区为起点延伸的北向拓展带和南向拓展带。其中,北向拓展带包括虹桥—长宁—嘉定—昆山—太仓—相城—苏州工业园区,重点打造中央商务协作区、国际贸易协同发展区、综合交通枢纽功能拓展区;南向拓展带包括虹桥—闵行—松江—金山—平湖—南湖—海盐—海宁,重点打造具有文化特色和旅游功能的国际商务区、数字贸易创新发展区、江海河空铁联运新平台。

海底捞“宠粉”莫“伤粉”

宋宁华

最近海底捞身陷舆论漩涡,因“小便门”事件付出了不菲代价;但有网友提出,对肇事者不应“宽容”,要让始作俑者做出赔偿。此前,海底捞有门店取消免费美甲服务也曾引发争议。

两起事件看似孤立,实则共同指向流量时代服务业的集体困境——当“顾客即上帝”的信条遭遇失控的消费行为,过度“宠粉”很可能演变为对品牌价值与公共秩序的双重反噬。

作为餐饮业服务标杆,海底捞曾凭借“免费美甲擦鞋”等细致入微的保姆式服务“圈粉”无数。但在流量至上的年代,餐饮服务也正被算法“绑架”,异化为“社交货币制造机”。通俗地说,就是利用人们乐于与他人分

享的特质,来塑造自己的产品或思想,从而达到口碑传播的目的。

某网红博主“带8人吃海底捞只花60元”的攻略获百万点赞,导致门店出现“薅羊毛大军”。当服务员配合顾客拍摄“过生日免单”短视频时,笑容背后可能是KPI的无奈。不少餐饮企业将“出片率”纳入服务标准,但过度追求传播效果有时反而导致服务主业的弱化。这种流量焦虑催生的“伪需求”,正在消解服务本身的内核,导致舍本逐末。

值得欣慰的是,不少年轻消费者正在打破这种扭曲关系。许多“Z世代”的年轻人表示,排斥“过度服务”,更愿为“有尊严的服务”

买单。有商家推出“免打扰牌”,顾客可自主选择服务介入程度,试点期间差评率反而有所下降。这些现象都折射出一个喜人的趋势:健康的消费关系应建立在双向尊重,而非单方面无底线取悦之上。

日本管理大师山田芳雄曾在《服务的品质是什么》一书中谈到什么是服务的品质:当实际评价高于事前期待时,会得到顾客“物超所值”的高度评价,并成为回头客;当实际评价低于事前期待时,会引起顾客的不满;当实际评价与事前期待没有差距时,顾客会将此当作是普通的服务感受,不会留下太多的印象。

为此,在消费理念更加成熟后,“讨好式”

经营未必能让消费者得到最佳的用户体验。“内卷式”服务竞赛让企业投入持续加码,顾客阈值却水涨船高,甚至会令个别被“宠坏”了的消费者损伤品牌形象甚至品牌价值。

如今,“买买买”已不是个人和企业的事,提振消费位列今年政府工作任务首位。近日发布的《提振消费专项行动方案》中提出,强化消费品牌引领、支持新型消费加快发展、提高内外贸一体化水平。只有精准把握消费者心理,下大力气保护好消费者合法权益,规范不合理经营行为,倡导实价优质,才能让消费者买得放心、省心、舒心、安心,最终实现消费者和企业的“双向奔赴”。

