

张江探索“生态即生产力”新范式

打造全球数字游民OPC新高地

在距离张江科学城核心区仅几公里的张江镇新丰村，一场关于未来工作与生活方式的革命正悄悄发生。昨天，张江镇联合交大安泰校友会共同主办的AI应用OPC(一人公司)大会举行。记者了解到，“张江数字游民OPC生态社区·新丰科创小院”正式揭开面纱。这是国内首个将“林下数字经济”与AI超级个体孵化深度融合的标杆项目，让度假、工作、生活无缝衔接，实现“生态即生产力”。

依“水草”而居

什么是数字游民？在原乡映客CEO李燕宁看来，他们是全球数字时代全新的生活方式开创者，依靠网络和AI实现地理套利，在物理与虚拟空间自由穿梭。而OPC则是这种生活方式在AI时代的组织升维——个人借助AI工具化身“千军万马”，实现轻资产、高效率的商业闭环。

“我们观察到，不同类型的创业者有不同的空间需求。有些人偏爱产业园的硬科技氛围，有些人则更向往在舒适、有灵感的自然环境中激发创意。”张江镇镇长李灿告诉记者。

新丰村，作为靠近张江科学城的“森林氧吧”，也是上海首个乡村人才公寓村。此次张江镇联合国内首家数字游民服务平台——原乡映客，通过活化村内闲置的宅基地、农民房及林下露营地，改造成集居住、工作、社交、学习与旅行于一体的“五位一体”

空间。社区背后的“硅基大脑”——映擎MaaS(模型即服务)中台，则为这里的数字游民提供核心技术“后盾”。李燕宁形象地称之为依“水草”而居：创业者既追逐自然环境的真实水草，也追逐张江科创生态这一“创新水草”。

送“三包”服务

为了确保这些“超级个体”不仅能留下来，还能活得好，张江镇政府配套推出了极具诚意的“三包”服务。

场景是技术落地的“最后一公里”。李灿介绍，张江镇将通过“场景任务包”，围绕政务服务、城市治理、环境优化等领域，系统化、体系化地向OPC创业者敞开场景大门。“来到这里的创业者拿到的‘第一单’，是政府提供的基础性服务任务。”他表示，通过数据标注、分析及应用连接等任务，可以直接为OPC创业者提供生存保障。

针对人工智能企业研发成本高、算力需求大的痛点，张江将通过“资源配套包”，提供AI工具服务平台，整合算力券、模型券、语料券，并针对企业租用算力、调用模型、购买语料用于大模型和垂类应用研发的，采用市区协同配套方式，根据核定的实际发生费用给予一定补贴。

此外，张江镇通过“服务无忧包”，在每一个空间配置专业团队，为OPC创业者提供一站式的工商、财税、法务、产权保护、人才政策等多方

位支持。“让创业者简单、快捷地获取支撑，而不是花时间去研究政策。”李灿说。

建“创业矩阵”

据介绍，新丰村的科创小院与张江的产业园区、纳仕青年公寓共同构成了张江的“创业矩阵”。创业者可以在林间寻找灵感，也可以随时切换到园区与产业巨头深度对接。这种“工作生活一体化”的探索，本质上是一次结构性的改革。李燕宁认为，OPC的意义在于让企业社会化，创业者之间形成“你中有我、我中有你”的全新协作生态。目前，张江数字游民OPC生态社区已吸引AI咨询、软件开发、文化创意等领域的50余家企业落地。

当天，大会围绕OPC创业重磅发布了三大项目，并启动“科创生态合伙人”计划，提供各类软硬件服务，努力把张江镇打造为超级智能体应用最活跃、OPC创业者最集聚的标杆阵地。

“未来，张江镇将因地制宜在产业园区、居住社区和美丽乡村推出不少于4000平方米的创业空间和500套的居住空间，满足不同创业者的多样化需求，探索OPC的无限可能性。”张江镇党委书记王庆表示，张江愿做每一位超级个体的“同路人”，推动OPC群体从零散尝试走向组织化、规模化成长，助力张江科学城打造“青创第一城”和“科创不夜城”。

本报记者 宋宁华



世界名牌重回张园“漫游”

本报讯(记者 陈佳琳)今天至5月10日，法国品牌CELINE思琳再度回到上海张园，开启“eTé CELINE夏日限时漫游”活动，带来夏日系列的全球首发与定制服务。

此次漫游活动，以海滨假日为灵感，张园建筑外观呈现巨幅海景视觉，广场上铺陈沙丘景致(见图 本报记者 周馨摄)。步入主楼一层，经典海滨小屋与巴黎风格室内美学交织，夏日系列女士成衣、配饰及精选男士系列巧妙融入陈设。二层由几个独立空间组成，包

括首饰与高定香水系列主题展陈、照相亭及私享沙龙，古董家具与定制作品相映搭配，致敬法式生活美学。

值得一提的是，思琳还带来了专属个性化定制服务的全球首发。

该服务全球范围内仅限张园，且为首次面向全球推出。消费者可前往专属定制空间，为手袋、小皮具及丹宁单品进行现场定制。定制图案涵盖中国特有的十二生肖、源自品牌档案库的大象元素、可爱的猫猫，以及26个英文字母，可供自由创意搭配。

“不用跑上百里找修车师傅了”——拼多多助力上海汽配服务高原牧民

在距离上海3000多公里的西藏，一位藏族大叔对着从拼多多买来的汽车空调滤芯犯了难。手机那头，是商家客服在焦急地指导；手机那头，是大叔用“藏普”解释着安装遇到的难题。文字、语音、图片轮番上阵，藏族大叔依然不会安装。

沟通陷入僵局时，身在上海的商家客服在公司楼下找到了大叔家同款汽车。架起手机，从拆包装到安装滤芯，他录制了一段“保姆级”教学视频，发给大叔后，事情很快得到了圆满解决。

这个小故事，是上海汽配厂商服务西部消费者的缩影，也是拼多多“千亿扶持”计划持续推动构建用户、商家、产业及平台等多方共赢生态的结果。自2025年4月拼多多推出“千亿扶持”计划至今已满一年，目前该计划仍在持续加码“电商西进”，助力提升偏远地区消费者的美好生活，激活西部等地的经济活力。雨刷、滤芯等海量汽配产品跨越数千公里，从上海工厂直达高原牧区和戈壁深处，成为消费普惠与产业协同的生动写照。

物流高墙

东部好货难入西部

上海澳麟汽车零部件有限公司创始人金国，在汽车配件电商领域摸爬滚打了15年。从雨刮器、空调滤芯扩展到清洗类小商品，他旗下的品牌不仅在汽车小配件赛道排名靠前，更主导完成公司内部雨刮接口标准的制定，实现产品接口标准化管理。

然而，即便产品行销全国大部分地区，在金国的生意版图中，西藏、青海、甘肃、内蒙古、宁夏等西部地区市场，一直很难开拓。原因简单也无奈——卡在偏远地区高昂的运费上。“不是不想卖，是实在卖不起，”金国算了



工人在生产线上熟练组装雨刮器零部件 马琳 摄



工作人员在仓库内为订单产品打包发货 马琳 摄

一笔账，“我们的雨刮、滤芯，单件商品价格也就几十元，而西藏、青海等地，光运费就要二三十元。如果因产品适配问题需要退换货，那么物流成本甚至会超过产品本身。”这道物流的门槛，一度让东部产品与西部消费者难以相见。

但西部地区又有巨大的消费市场。由于风沙大、雨雪多，雨刷、滤芯在西部地区属于高频损耗配件，车主需求旺盛却难以买到高质价比产品。消费者要么跑几十甚至上百公里，去线下门店购买、安装汽车小配件，价格也往往要上百元；要么自己承担高昂运费，还要面对商家“偏远地区不发货”的限制。商路不通，不仅制约了东部制造业的市场拓展，也让西部群众难以共享电商普惠的发展红利。

模式破局

包邮进藏，两年跑出六倍速

澳麟公司的“西部转机”出现在2023年4月，彼时公司决定深耕拼多多平台。在此之前的2022年，拼多多创新推出“中转集运”模式，安排商家将发往偏远地区的包裹先送至中转仓，再经归集后统一发往目的地，由此将西藏、内蒙古、青海、宁夏、甘肃等西部地区纳

入“包邮区”；2024年，平台推出物流中转费减免政策，西进商品的二段运费由平台全额承担；2025年4月，再推“千亿扶持”计划，持续加码西部地区电商生态建设。

“如果没有平台的补贴政策，过去把一件雨刮发往西藏的单笔运费最高能到26元。”澳麟品牌拼多多运营负责人汤琼文感慨道，“得益于平台推动电商西进政策，我们只要承担发往中转仓的费用，单笔运费降至5-7元。”据估算，仅2025年一年，这项政策就为澳麟节省了近20万元的西部运费成本。

成本的减少换来了市场的增加。政策红利极大促进了偏远地区消费潜力的释放，让优质工业品真正得以顺畅“下乡”。澳麟在拼多多“起步”稍晚，但“脚步”飞快——年销售额从2023年末5个月的244万元，飞跃到2025全年的2500万元，实现了超6倍增长。“2026年1月，西部六省(自治区)的单量同比增长超7倍，增速是整体水平的两倍以上。”汤琼文手中的这份数据也说明，平台政策的牵引，不仅带动了上海等东部汽配产业全链条扩能增产，更让曾经“远不可及”的西部市场，变成了触手可及的“手边市场”，让西部绝大部分区域融入全国包邮网络。

服务升级

把汽修变成“换电池”

解决了物流难题，厂商得以腾出手来深耕服务。雨刮器看着简单，实则是“专车专用”的非标品。为打破技术门槛，澳麟公司通过“视频教学+标准接口”的组合，把本来挺复杂的维修，变得跟“换电池”一样简单。

“以前换配件离了修车师傅干不了，现在车主在家里就能拆装，这些汽车配件成为了随用随换的‘日用品’。”金国自豪地说。公司针对不同车型制作了3000多段教学视频。这种“去技术化”在西部具有特殊的社会价值。在东部，家门口就有修理店；但在西部偏远牧区，找个修理厂可能要跑上百里。

在澳麟的实验室里，金国谈到，决定雨刮寿命的关键是胶条，它极易受环境影响，所以他们有专门的测试环境，模拟极端温度、湿度，以高于原厂50万次刮拭的标准生产，确保产品能适应全国各地的极端环境。“50万次刮拭，在东部这叫耐用，但在西部的风雪天或者沙尘暴天里，这关乎驾驶安全。”凭借对品质的极致追求，澳麟在平台“小二”的支持下孵化了多款适配西部的爆款产品，并赢得了消费者的广泛认可。

“汽车后市场规模达万亿级，但目前线上销售大约只有千亿左右，尤其是西部市场，我们判断起码还有两到三倍的增长空间。”金国对未来充满信心。

从上海工厂到高原牧场，一枚小小的滤芯、一只耐用的雨刮，跨越数千公里，见证的是电商普惠的力量，更是区域协调发展的实践。拼多多通过优化供应链组织方式，打破了地域造成的市场分割，让东部优质制造走进西部高原戈壁，也让西部群众共享数字经济发展成果。(文/唐燕)