

决策。

在邵波看来，一个区要让企业长久驻留、健康发展，前两种服务是基本功，后一种是制胜绝招，这需要“店小二”具备超强的个人能力和专业素养。而这样的导师级“店小二”，经过近些年的培训和成长，在杨浦区投促办已形成二三十人的团队。

在杨浦萌芽、发展、壮大之后，优刻得开始打造创新生态圈，反哺杨浦。“我们是一家平台型的服务企业，许多客户的业务也在创新领域，我们就以自身为例子，跟他们推荐杨浦的双创环境。”许多客户看到优刻得的生动案例，都纷纷被吸引前来，不少同样是独角兽和龙头企业。

优刻得英文名里的U的含义是User，代表着这家企业以服务客户为第一宗旨；而这样的宗旨，同样是杨浦服务双创企业的写照。二者理念相同，故而彼此促进，和谐共生。

优刻得的创业故事不是孤例。在杨浦，英语流利说、爱回收等“独角兽”企业崛起的背后，都有“金牌店小二”们的全心努力付出。他们完全有资格分享企业的高光时刻，但更多时候是与企业一起克服困难、爬坡前行。不是每个服务对象最后都能辉煌成功，但他们不会因此放松服务的任何细节。

与企业成为命运共同体，这是杨浦作为全国首批双创示范基地，展现出来的能力与担当。

## “双创是生活的一部分”

杨浦区主要领导曾经指出：与北京中关村、深圳南山等地区相比，杨浦作为国家双创示范基地的独特优势，就是与高校和科研院所的高度融合。诚然，大学校区、科技园区、公共社区的“三区融合”，是杨浦双创的鲜明特色；它的集中体现，就在五角场的“大创智”。

“大创智功能区”的核心区为创智天地，始建于2003年。在时任上海市市长韩正的关心下，当时还被称为“杨浦区大学城中央社区项目”的创智天地被列入“市重大工程建设项目”。开工后，项目受到杨浦区高度的重视和全力支持，力图使之成为从“工业杨浦”向“知识杨浦”转型的标杆性项目。

标杆该怎么建？当时全国各地都热衷于建设科技“园区”、创业“园区”，而创智天地将自身定位为吸引高端人才、为创新创业提供一站式服务的“社区”。

双创人群需要的不仅是基本的生活硬件，更渴望有一个交



有了杨浦优越的营商环境，加上自身的努力拼搏，优刻得飞速发展，已入选“独角兽企业”和中国互联网企业100强，当下正在冲刺科创板上市。

流沟通的开放空间。为此，创智天地将周边大学校区、公共社区、科技园区融成一片，联动发展。

这样的理念在大学路上集中展现。这条700米长的小路，一头连着复旦大学、上海财经大学，一头连着创智天地中心广场，一头是知识，一头是产业。大学路上的办公空间从几十平方米的共享工作区到几百平方米一层的孵化器、几千平方米一层的加速器，直至给500强企业的总部大楼，学生从毕业到创业再到企业走向成熟，整个过程都能在此安家。

如今，大学路已经遍布创业者喜爱的充满文艺范儿的门店，露天咖啡馆、特色餐厅酒吧、文化书吧、创意零售，琳琅满目。在路边的阳伞下，藏着一个个网红“打卡点”；更重要的是，那些一起喝着咖啡高谈阔论的年轻人里，很可能就藏着未来的“独角兽企业”老板。创新创业，已经成为这里的人们生活的一部分。

2014年，杨浦区委区政府决定在更大范围内延伸创智天地品牌，建设“大创智功能区”，规划面积最初为2平方公里，后来又扩展到6平方公里；规划产业载体面积135万平方米，目前已建成114万平方米。2018年，大创智功能区服务业营业收入约123.44亿元，税收约30亿元。

大创智董事长杜鹃告诉《新民周刊》记者：“近年来，我们以创智天地为核心，又打造出了‘创智国际’‘创智汇’‘创智左岸’‘创智源’一系列载体品牌。同时，我们联合周边天盛广场、凯迪立方、国正中心、铁狮门、云基地等品牌载体，共同推动区域创新要素的汇聚和整体经济的繁荣，充分展现出大创智‘更大、更好、更包容’的品牌内涵。”

在大创智的范围内，不同空间载体各有特色。例如，创智左岸紧邻大学路的政民路的改造，是大学路风格的延伸，以特