

共建和谐美丽城市 共创幸福美好生活



“最暖城区”，不断提升“含新量”

编者按

优质的营商环境是企业发展的“土壤”。在打造“最暖城区”升级版的过程中，杨浦以科技为“圆心”不断“做加法”，构筑区域发展新增长极。“科技+环保”，“加”出怎样的循环经济新场景？“科技+消费”，杨浦如何打造“宠物经济试验场”？人民城市新实践，“最暖城区”，不断提升“含新量”。



“科技+环保”，“加”出怎样的循环经济新场景

随着环保理念的深入人心以及垃圾分类工作的深入推进，对于杨浦居民来说，小区里的“爱回收·爱分类”智能回收机早就不是新鲜事物。“扫码、开门、投递、收益入账”这四步操作，很多居民都已经“熟门熟路”。不仅如此，一些居民在智能回收机投递可回收物时，选择将积分捐赠至小区公共账户，用于添置由再生纤维板制作的公共设施，比如休闲长椅。杨浦社区里“变废为宝”的场景，是政企合作，探索循环经济场景的一个缩影。

杨浦企业万物新生(爱回收)集团成立于2011年，近年来，万物新生创新回收模式、深化技术应用、完善再生资源体系，为绿色低碳转型注入新动能。

2019年，万物新生开始孵化再生资源循环利用体系业务——爱回收·爱分类。爱回收·爱分类采用“点—站—场”运营模式。居民可通过社区内的智能回收机扫码进行投递，智能回收机自动称重，根据投递

的回收物重量给予用户相应积分，用户可进行积分提现。可回收物经中转运输，进入末端分拣工厂后会被精分成80个类目进行处置。爱回收·爱分类模式整体呈现出用户投递热情高、垃圾源头减量、数字化运营和市场化运作的特征，助推城市管理提升和可持续发展。

截至2024年末，爱回收·爱分类在全国38个城市运营超过3.1万台智能回收机，年回收量达67.8万吨。然而，爱回收·爱分类，只是万物新生二手流通创新生态链中的“一环”。

万物新生坚持技术驱动，推动以算法、数据、自动化为关键核心的科技手段与二手3C行业的深度融合，催生出一系列具备实用性与针对性的创新型技术方案。在万物新生的自动化检测设备上，1—2秒即可检验出手机内是否有过拆修和换件情况，3分钟内即可完成对手机外观、功能和性能的全部检测。人工智能和自动化等先进技术的落地应用是实现二手电子产品高精度和高效率质检的重要手段，万物新生通过技术创新，带领二手消费电子行业从原先的人工处理时代，步入自

动化处理时代。

在回收和以旧换新渠道建设上，线上，万物新生与京东等电商平台及苹果等手机品牌共建在线交易场景；线下，万物新生以门店为核心为用户回收服务。截至2024年三季度末，万物新生在全国263座城市开设了超过1600家门店。此外，万物新生还推出了上门、邮寄等多种回收方式，形成了健全的回收体系。

此外，基于多年商业实践和经验积累，万物新生已探索出一套系统化、标准化的产品评估体系，包含38项质检标准和36个质检等级，使“非标”二手产品实现到“标品”的跨越。仅以屏幕划痕为例，就有显示度、长度、深度等多项评估指标。万物新生为质检后的设备提供详尽的质检报告，采取“一机一图一报告”的呈现形式，便于用户对设备情况有全面的了解。目前，这套标准正在为产业链上近78万商家提供参照，二手电子市场的可信度和可扩展性进一步增强。

长期以来，杨浦依托区域科创要素集聚优势，持续优化营商环境，积极孵化培育科技型企业，成功打响更贴近市场评价体系的“双创小巨人”品

牌，为企业提供科技创新、科技金融、人才培养等全生命周期的政策支持和人才服务，成功培育出万物新生、优刻得、毕得医药等一批科创属性强、成长速度快的优质企业，并陆续登陆国内外资本市场。

目前，万物新生已经入选第二批上海市创新型总部，此次入选的4家杨浦企业呈现出引领性强、创新能力强、成长性高等特点，杨浦区域内的市创新型总部数量已达8家。

“科技+消费”，杨浦有个“宠物经济试验场”

市民舒虹是位爱宠人士，她一共养了三只宠物，每年在宠物上的消费达近万元。日前，她带着自己的小狗朱丽叶，来到上海国际时尚中心，参加第四届上海宠物时装周的海选。令舒虹惊喜的是，朱丽叶第一次参赛就表现不俗，“这是我家小狗朱丽叶第一次来参赛，没想到它一点也不怯场，一下子就拿到了3家品牌方的offer，希望它能在后续的比赛多长见识，多交朋友。”

3月28日至3月30日，第四届上海宠物时装周将在上海国际时尚中心拉开帷幕。记者从主办方获悉，本届上海宠物时装周从发布品牌、参展规模、观展人群、主题活动、跨界互动等板块实现了全面升级。超1万平方米的活动场地将集中呈现：宠物品牌发布秀、宠物时尚生活展、宠物艺术展、宠物艺术论坛、宠

物锦标赛、宠物咖啡文化节等板块，吸引来自美国、英国、西班牙、德国、瑞典、韩国、墨西哥等18个国家和地区的宠物时尚品牌参与。在为期3天的活动中，将举办15场时尚发布秀、13场快闪活动以及5场运动赛事，预计将吸引约20万名宠物爱好者及从业人员前来。

据不完全统计，中国目前宠物保有量已接近国内5岁以下儿童数量，宠物已成为家庭中的重要一员。“它们就像是我的家人一样。”舒虹说，她每年在宠物上的消费涉及食粮、衣服、配饰、玩具等各个方面。

在第三届上海宠物时装周上，人工智能机器狗方阵给人留下了深刻印象，这些机器狗除了陪伴主人，还能与家里的智能家电相关联，为主人打理日常生活。今年的宠物时装周，除了规模能级的跃升，还将致力于推动科技与消费深度融合，助力跨界协同创新。

上海国际时尚中心园区管理有限公司总经理张欣介绍，将与京东宠物、小红书、抖音、得物共建“即秀即买”数字化消费场景；和LOVOT人工智能机器人等的创新合作，助力宠物产业快速向智能化、情感化服务转型升级；联动MINI、戴森、霸王茶姬、海尔、海鸥等品牌，从不同维度创新打造人宠时尚空间与产品；携手上海国际时尚教育中心成立行业首个“萌宠时尚创新实验室”，构建产学研一体化发展新格局。

本版部分图片为资料图

