

# 共建和谐美丽城市 共创幸福美好生活



## “线上云园区+线下实体园”双轮驱动,剑指300亿——“金梧桐”杨浦·抖音电商生态计划启动

# 政企协同 杨浦如何重构电商生态

编者按

产业链是产业发展的生命线,唯有实现上下游深度联动、各环节高效协同,才能形成真正的集群效应。1月13日,“金梧桐”杨浦·抖音电商生态计划正式启动。300亿元销售目标、280余家上下游企业集聚、“线上云园区+线下实体园”双轮驱动……杨浦将如何推动政企协同,重构电商生态?



### 从“单点突破”迈向“全域繁荣”,杨浦已形成多层次品牌矩阵

杨浦将互联网电商产业链纳入12条重点产业链链长制管理体系,以绘制产业链图谱为核心抓手,串联上游品牌供给、中游服务支撑、下游平台分发的全链条资源。两年来,区域新引进互联网电商产业链上下游企业280余家,让电商产业生态从“单点突破”迈向“全域繁荣”。

“金梧桐”计划为上游品牌供给筑牢了核心根基。杨浦打造“流量引导+在地供应”的数商融合新模式,打破传统品牌供给的地域与渠道壁垒。借助抖音电商的流量和数据优势,杨浦为本土品牌、老字号、初创品牌提供精准曝光;通过政策扶持与空间承载,吸引全国优质品牌入驻,实现品牌供给的扩容升级。如今,杨浦已形成老字号数字化焕新、新锐品牌崛起、科技企业产品市场化的多层次品牌矩阵,为产业链升级提供了坚实的“硬支撑”。

在中游,杨浦通过系列举措搭建起“内容创作—直播赋能—商业转化”的联动“立交桥”。“千家企业上抖音”助力传统企业拥抱直播电商;“百国优品聚美团”“小红书宝藏主理人计划”实现平台资源共享;东方购物“白玉兰直播计划”则将直播电商与本地生活场景融合。这些行动培育了专业的MCN机构、代运营团队等服务主体,形成成熟的服务体系,有效降低了企业转型与运营成本。

下游的场景打造成为连接产业与消费的关键纽带。“玩转杨数浦”白玉兰直播间、滨江建行直播间等地标载体,抖音生活嘉年华等特色活动,以“线上引流+线下市集+商圈联动”模式激活消费。数据显示,活动期间周边商圈客流量与销售额显著增长,充分彰显了下游场景对产业链的拉动作用。

### 打造新品首发高地和数字消费新增长极

产业集聚发展,既需要物理空间的承载,也离不开数字技术的赋能。“金梧桐”计划创新推出“线上云园区+线下实体园”双轮驱动模式。

线上云园区是杨浦集聚全国电商资源的“数字磁场”。依托抖音电商的大数据技术,杨浦搭建的“电商云园区”具备企业精准匹配、政策智能推送、资源在线对接等功能,通过算法筛选全国优质企业,实现“云端招商”与“云端服务”。企业无需物理搬迁即可享受杨浦的政策与资源,而杨浦则突破空间限制,形成了“不求所有,但求所用”的开放型产业生态。目前,云园区已吸引数百家企业在线入驻,成为区域电商发展的重要数字阵地。

杨浦以抖音新江湾广场办公园区、抖音集团上海滨江中心为核心,联动周边载体打造“金梧桐电商生态园”,配备直播间、选品中心、仓储物流及法律、金融等专业服务,为企业提供一站式线下服务。园区内企业比邻而居,协同效率大幅提升,某新锐美妆品

牌入驻后一周内便与园区MCN机构达成合作,正是线下产业协同的生动体现。

同时,杨浦与抖音电商联合成立的“金梧桐杨浦·抖音电商服务中心”,为企业提供从落地注册到品牌拓展的全流程服务。双方按照“政府引导、平

台支持、企业参与”原则,构建了多方联动的投入机制:政府提供政策与场地支持,抖音电商投入流量与技术,企业参与生态共建。启动仪式上,近30家品牌企业签约入驻,印证了这一生态模式的强大吸引力。

在主题分享环节,抖音电商国补华东区负责人谢剑坤对面向新商家的专项扶持政策进行了详细解读。“除了设立过亿级补贴资金池外,平台还推出‘平台资源+区域配套’双重福利。”他介绍,将为新商家提供包括“0元入驻、零粉丝开通带货、首月运费补贴、流量券、一站式AI运营工具及专属课程”在内的平台福利包。同时联动杨浦区落实品牌首店奖励、载体首年免租、人才租房补贴等配套政策。通过“过亿级补贴资金池”与“一窗通快速入驻通道”,3个工作日内可以完成整体的上线配置和运营,助力新商家高效启动、稳健成长,“目标是在5年内将杨浦打造成为新品首发高地和数字消费新增长极。”

上海财经大学电子商务研究中心主任劳帼龄教授指出,电子商务已成为连接超大规模市场与完整产业体系的重要代表。在“数商融合”背景下,电商不应局限于线上销售,更应推动从线上到线下、从销售到研发与品牌建设的深度融合。她特别赞赏“金梧桐计划”为企业跳出同质竞争,实现“入海”(进入上海,落户杨浦,走向国际)发展提供了全新路径,是助力构建现代化产业体系、扩大内需的战略性举措。

一位企业家则表示,良好的营商环境与人才支持对企业竞争力至关重要,希望借助生态圈对接杨浦高校资源实现“校企联合”,并高效获取行业扶持政策,从而优化成本、提升服务,最终反哺消费者。

### 预计到2029年底,累计突破300亿元

针对产业生态繁荣的核心需求,“金梧桐”计划依据品牌的成长周期设计了分层分类的扶持策略。计划为不同发展阶段的品牌定制差异化方案:助力头部品牌扩大市场版图,为新锐品牌提供流量与运营支持,为初创品牌搭建全周期孵化平台,推动老字号文化焕新,同时培育契合新消费趋势的特色品牌。多层次的培育模式,让杨浦的品牌生态呈现出百花齐放的局面。

聚焦企业核心竞争力的提升,政企双方整合多方资源,构建起一套全维度的品牌增值服务矩阵。政企联合为品牌提供运营定制化指导、文化内涵挖掘、全域流量传播等服务,还通过数字技术优化供应链管理与用户体验,联动金融机构为品牌研发和扩张提供资金支持。飞智电子的智能游戏外设、傲鲨智能的外骨骼机器人等本土科技产品,正是在这一体系下实现了从技术研发到市场落地的转化。

着眼于品牌长期发展的战略布局,“金梧桐”计划将生态优化与国际化拓展作为两大核心发力点,并制定了五年发展目标:预计到2029年底,累计突破300亿元。

面对数字经济的浪潮,杨浦依托平台、政策与产业三重优势,以政企协同为抓手、品牌建设为核心、场景创新为突破,全力打造具有全国影响力的电商品牌集群。未来,杨浦将持续深化与抖音电商的合作,让电商产业成为区域经济核心增长极,为上海建设国际消费中心城市注入杨浦动能。

■成佳佳 毛信慧  
本版部分图片由相关单位提供,部分图片为效果图

