

杨浦滨江:从静态保护到功能共生

百年工业文明“再启航”——杨浦全力接住新流量,打造数字经济产业的“理想之城”



杨浦滨江承载着上海近代工业的百年记忆,这里的更新命题不是在成熟商务区中做功能置换,而是在历史保护与商业活力之间建立可持续的共生关系。

日前,位于杨浦滨江百年老船厂旧址的抖音滨江中心正式启用,在全新办公楼启用的同时,部分厂房旧址也以“老船厂 MEET178”开放式商业街区的崭新形态亮相。接下来,美团、哔哩哔哩也将入驻杨浦滨江,三家大厂的员工总数达到数万人,为杨浦滨江注入满满的青春活力。

最近,杨浦区商务委的专属“杨MALL券”已经在抖音平台上发放,平凉路街道编写的《你好,新同学——老船厂MEET178生活全指南》已经发送到抖音员工的电子邮箱里,交通组织、环卫保洁、街面共享单车清运、人才公寓……大家各司其职,一场“恰同学少年——平方合·滨江楼宇生活季”迎新专场暨滨江职工文化体育艺术季已于近日举办,让杨浦滨江的新人才快速融入新环境。

滨江中心是抖音在杨浦的第二个大型办公点,此前,新江湾城办公地及配套商业“江湾里MEET678”已经在2023年启用。滨江中心总建筑面积约11.5万平方米,集总部办公、创新研发与文化展演于一体,是杨浦滨江数字经济产业集群的核心地标之一。抖音员工在原办公点打包搬家的同时,一份生活指南也躺在了他们的邮箱里。

这本16页手绘的小册子翔实又生动,既有“杨浦滨江步道秦皇岛路杨浦大桥段,饭后散步、夜跑胜地”这样的休闲健身指南,也有“丹阳路地铁站内,到站即取、效率高”这样的“咖啡续命速查”,还有“科学家社区,约40套30—40㎡可租”这样的安居指南。平凉路街道相关负责人表示,抖音小伙伴初来乍到,希望这本小册子能包罗万象,以最实用、最明了的信息,成为大家的入驻指南。

当然,要服务好体量巨大的新入驻企业,仅仅靠一本小册子是不够的。实际上,早在今年初,杨浦各相关部门已经行动起来。考虑到在线新经济企业的工作节奏与传统企业不同,晚上会出现集中的下班和打车高峰,与杨树浦路相交的宁远路和天章路等道路已经打通,网约车潮汐式蓄车场、分时段调整机动车通行方向、电动自行车停放专区、共享单车清运等新的交通组织方案也已在筹划中。街道还在同步摸排员工的高频便民需求,研究推进出入境自助签注、便民理发等配套服务落地,变被动处置为前置服务。

“航母”的入驻既是挑战更是机遇。头部企业入驻具有很强的带动效应,近期,不少企业都在对接考虑入驻杨浦滨江。如何抓住这个风口,助力杨浦滨江数字经济总部集聚区建设,带动加快建设杨“数”浦新质秀带创新区,是摆在杨浦各相关部门面前的一道考题。

从线上的电子小册子,到线下围绕新导入人群的衣、食、住、行、医疗、娱乐、政务需求,着力完善周边15分钟生活圈的配套服务,杨浦各部门正全力以赴,让杨浦滨江成为数字经济产业的理想之城。

自2017年底黄浦江45公里核心段贯通以来,“一江一河”至2025年底已累计贯通超110公里、新增滨水空间超600公顷。当“走得通”不再是主要矛盾,“留得下、活得好、价值升”正成为新一轮滨水空间竞争的核心命题。

业内人士表示,杨浦滨江的未来,需从静态保护走向功能共生。面对百年厂房,更新不仅要在历史原真性与商业回报间找平衡,更要前置商业运营思维。通过精准的业态策划持续吸引并沉淀多元客流,让工业肌理融入现代生活,打造活力水岸。

■孙云 宗禾文 谢典书 摄

(稿件综合自《新民晚报》《新闻晨报》,部分图片为资料图)





进博会上,美团“小黄灯民生服务计划”升级至2.0版

平台、药企、连锁药店深度协同,织密夜间健康守护网

本报讯 当前,“健康中国2030”建设持续深入,促进优质医疗资源扩容下沉一直是企业探索的方向。夜间和基层的健康服务,曾是资源下沉的难点,如今已成为药企、平台与连锁药店协同的契机。

近日,在第九届中国国际进口博览会上,美团买药联合科赴、赫力昂、罗氏制药、晖致等30余家全球药企以及益丰、大参林、漱玉、德生堂、好药师等百大连锁药店,共同启动“小黄灯2.0”计划。平台、药企、连锁药店三方深度协同,推动夜间健康服务从“深夜药品可及”向“专业健康解决方案触手可及”升级,织密夜间健康守护网。

“‘小黄灯民生服务计划’推出五年来,平台24小时药店已增至1.6万家,累计服务超2亿用户,服务场景也从社区居民深夜急需延伸至异地出差、旅行途中的临时购药等。”美团医药健康即时零售业务负责人吴佳妮表示,如果说过去五年“小黄灯”重点解决的是“深夜能不能买到药”的刚需,进入2.0阶段,则要重点突破“深夜健康服务能不能更全面”的难题。

据介绍,升级后的“小黄灯2.0”计划将从空白区域点亮、产品服务加密、用户权益升级及特殊人群守护等四大维度全面展开。在区域覆盖层面,各方将携手优先点亮21个空白城市与824个空白区县,并在节假日实施夜间需求前置保供,推动24小时药店服务向更多地区延伸;在产品服务方面,将加速布局24小时医疗器械闪电仓,推动护理垫、血压计、康复支具等超400个健康品类实现全天候配送,补齐医疗器械夜间供给缺口;此外,在用户履约体验方面,美团还将联合各方,针对夜间高需产品探索免费“1对1急送”权益升级服务,并面向偏远地区和特殊人群开启专项守护行动。

药企、平台与连锁药店的三方协同,是“小黄灯2.0”的运转基础。科赴中国线下销售负责人尹勐表示:“小黄灯2.0阶段,我们开始着眼于更复杂的广阔市场,我们在做的事情不只是把产品铺得更广,而是把科学、专业的健康解决方案一起带过去。科赴拥有21个知名品牌及专业的健康解决方案、持续的科研创新能力、医学服务能力,希望这些专业能力与美团及连锁药店充分协同,让用户随时随地获得更好的健康服务。”

在好药师大药房连锁有限公司总经理刘黄河看来,“小黄灯”对患者而言是一份确定性的守护,对零售连锁而言则是实实在在的增量空间。特别是在创新药、原研药及急用药等刚需场景下,能够在夜间实现药品急送到家与健康服务即时响应,是赢取用户信任与建立品牌心智的关键一环。好药师将与美团及工业伙伴深化三方联动,共同将夜间健康服务做深做透。

作为小黄灯健康守护联盟成员,罗氏制药与美团医药健康在进博会现场联合发起“抗流感健康驿站”行动。呼吸道传染病具有典型的潮汐爆发特征,且抗病毒治疗讲求时效性,是检验全天候即时服务能力的核心场景。双方将携手连锁药店伙伴,通过线上线下融合模式构建“防—筛—治—护”一站式服务,并围绕流感药品探索夜间一对一急送服务,帮助流感患者抓住48小时黄金窗口期。目前,双方与赫力昂、英诺特联合支持由中国医药商业协会发起的《零售药店流行性感冒服务规范》已正式起草,推动行业服务走向标准化。

■毛信慧