

# 上海首个“跨境电商+产业带”落地虹桥

## 为全国跨境电商与产业带融合提供可复制的“上海方案”



首席记者 魏卓龙

7月9日下午，以“跨境向新力·增长新引擎”为主题的虹桥“跨境电商+产业带”先行区启动仪式在虹桥国际中央商务区青浦片区举行。这是上海推动跨境电商高质量发展的重要举措，也是虹桥国际中央商务区以跨境电商助力长三角产业转型升级、培育自主品牌创新实践。

活动现场，青浦区白鹤镇与上海跨境公服签署虹桥“跨境电商+产业带”先行区运营合作备忘录；上海跨境公服、上港集团振东分公司、虹桥寰球跨境电商、弘跃供应

链开展虹桥“跨境电商+产业带”先行区前置集货仓项目合作签约；弘跃供应链、妃鱼数字、肯超企业管理、紫桐树科技等重点项目落地。其中，虹桥“跨境电商+产业带”先行区前置集货仓通过物流企业、港口和政府三方合作联动，依托与港口货站、海关对接可溯源信息化系统，降低入港查验率，提高企业通关便利化，构建高规格长三角物流集货中心。

启动仪式后，“虹桥跨境电商培训班”正式开班并开展首期培训，围绕政策、平台、物流、金融等跨境电商实操要点展开分享。亚马逊、抖音、奕泽供应链、中集集团、中外运、安丹达、递一国际等100多家跨境电商企业参加。

2023年4月，国务院办公厅印发的《关于推动外贸稳规模优结构的意见》提出，鼓励各地方结合产业和禀赋优势，创

新建跨境电商综合试验区，积极发展“跨境电商+产业带”模式。2024年6月，商务部等9部门发布《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》，强调要培育“跨境电商赋能产业带”模式发展标杆。过去5年，我国跨境电商贸易规模增长超过10倍，已成为外贸高质量发展新引擎。上海作为全国跨境电商综合试验区“第一档”城市，规模已从十亿级跃升至千亿级。虹桥国际中央商务区是新时代改革开放的标志性区域，跨境电商业务发展态势迅猛，进口单量和销售金额连续数年占全市一半以上。青浦区重点聚焦“3+3+3”现代化产业体系建设，将跨境电商列入加快推进的3个百亿级产业集群之一，加速培育新质生产力。

在市商务委牵头推动下，虹桥国际中央商务区管委会与青浦区人民政府携手，

凭借虹桥国际开放枢纽、青浦区产业带以及上海海港物流等资源优势，打造上海首个“跨境电商+产业带”先行区，以跨境电商赋能智能制造、智能家居、时尚美妆、健康休闲、工业品5大特色产业带，培育民族自主品牌，促进产业升级和转型，打造竞争发展新优势。今年1—6月，先行区引进跨境电商上下游企业121家，入驻企业出口交易额为16.09亿元，交易单量为1069.1万单。

未来，先行区将依托上海航运枢纽优势与长三角产业带资源，推动“数字经济+实体经济”深度融合，形成“产业带选品—跨境电商运营—海外仓配送”全链条服务体系，多维度、全链路地助力企业降低出海成本、培育自主品牌，为全国跨境电商与产业带融合提供可复制的“上海方案”，推动外贸高质量发展迈向新台阶。



通讯员 孙洁

自1993年成立以来，扎根青浦区重固镇的上海大生牌业制造有限公司完成了从单一标识标牌制造商到全链条品牌服务商的华丽蜕变。如今的大生牌业，不仅能为虹桥机场定制毫米级精度的导向标识，为麦当劳打造品牌空间交互体系，更将业务版图拓展至商业娱乐空间家具、道具和电子产品等领域，用30多年时间将“本土制造”的标签升级为“全球服务”的金色名片。

全方位服务，塑造品牌新形象。上海大生的服务范围广泛，涵盖了城市公共环境及公共交通、连锁零售及新零售、文旅娱乐、地产行业等多个领域。公司不仅提供市场研究、品牌战略规划，还涉及品牌视觉呈现、商业场景设计、数字营销、空间设计、品牌IP打造以及公关宣传等综合服务。一站式的服务模式，让上海大生能够为客户提供从概念到落地的全方位解决方案，满足不同客户在不同场景下的需求。

“我们以专业与专注打造品牌，以创新与品质打动客户，以服务与理念打响市场。”上海大生牌业制造有限公司总经理周仕华表示。近年来，上海大生的业务范围不断拓展至全球，客户遍及全球20个国家，包括麦当劳、华为、特斯拉、比亚迪、泡泡玛特、上海迪士尼、北京环球影城等知名品牌及项目。

创新与品质，驱动企业发展。上海大生不断投入研发资源，注重新材料和新产品的使用与研发，先后推出智能道具、自助点餐机、智能取餐柜等，致力为客户提供更安全、环保的材料产品以及符合新业态新场景要求的智能产品。据了解，公司曾多次获得麦当劳中国颁发的合作共赢奖、优质供应商殊荣，以及迪士尼全球采购供应商殊荣。

“作为传统的制造企业，我们生产的过程也更智能化。”周仕华说道，“我们配备了总投资近500万元的先进智造设备集群，包括机械臂、大型激光切割机、全自动数控折弯机、5D四边开槽机等。”这些设备的引入，不仅提高了企业的生产效率，也在行业内树立了新的标杆。

政企协同，共筑发展新篇。“选择扎根青浦区重固镇，源于我们深刻感受到政企同心共谋发展的良好氛围。”周仕华表示。从本土制造到服务全球，上海大生的成长轨迹，印证着“营商环境就是生产力”的深刻内涵。在长三角数字干线建设的浪潮中，政企携手共进的创新故事，正不断书写新的篇章，为青浦高质量发展注入强劲动力。

## 搭建交流合作平台，促进深度对接



参展商和采购商共同探讨合作机遇与发展空间。

记者 周昱含

7月8日下午，第八届进博会消费品展区、服务贸易展区展前供需对接会暨上海招商路演在国家会展中心（上海）举行。本次活动由中国国际进口博览局、上海市商务委员会、国家会展中心（上海）、中国银行上海市分行共同主办。

消费品展区与服务贸易展区是历届进博会的高热度展区。本次展前供需对接会为这两个展区的参展商和采购商搭建交流

合作平台。消费品展区汇聚了37家美妆及日化用品、智能家电及家居、时尚潮流等行业企业；服务贸易展区则吸引了来自金融服务、商贸物流等领域的18家企业参与。活动还邀请了华润集团、中国通用技术、中国石化等100余家采购商企业，促进双方深度对接，共同探索消费品与服务贸易领域的合作机遇与发展空间。

活动现场通过展商推介、宣传板展示、展品陈列等多种形式的提升参与度。消费品展区展示了如昂特多功能便携包、米

林斯特管道疏通剂等特色产品。服务贸易展区则通过视频和展板，重点呈现数字化运营、可持续发展、零售供应链及全球快递网络等解决方案。

根据国家《提振消费专项行动方案》，2025年全力提振消费是中国经济的重点任务。第八届进博会将顺应新型消费发展趋势，提振消费信心，持续提升中国消费市场的影响力与美誉度，推动全世界更多优质产品通过进博会进入中国、融入中国市场。

## 青浦：帮助对口地区掌握自我发展的“金钥匙”

通讯员 东方

青浦区2017年与云南德宏傣族景颇族自治州建立对口协作机制，精准对接东部产业转移与西部天然资源，在蚕桑产业、纺织轻工等领域，不断地结出硕果，书写跨越3000公里的沪滇协作实践样本。

在德宏州陇川县户撒乡的这片蚕桑基地里，农户们正忙着采摘桑叶。这个占地千亩的蚕桑示范基地目前共有48个蚕房，是上海青浦区沪滇协作的重点项目，去年带动当地群众就业超过8000人。2019年前，这里的村民都是散户养蚕，养殖不成规模、收益低，在上海青浦区援滇干部们的推动下，建立起了标准化示范基地，配套建设了路网、蚕

棚、灌溉系统，破解产业发展技术难题，直接农业产值超过5000万元。

此外，沪滇项目还投建了小蚕共育基地，并引入企业进行标准化管理，带动农户规范化养殖。如今，蚕桑产业已成为户撒乡的“一县一业”。青浦区还引导并动员在沪企业到德宏州盈江县投资兴业，构建起跨区域产业链，打造盈江县轻纺产业园。目前园区通过以商招商，形成了14家服装企业集群，带动5000多名周边村民就业，去年实现产值4亿元。

除了云南德宏以外，青浦区从2010年起对口支援青海果洛州班玛县，内容涉及乡村建设、产业发展、保障改善民生、交流交往交融等方面。在对班玛藏区的对口帮扶中，

青浦区以激发乡村活力为着力点，深度挖掘当地文旅资源，整合高原村落特色民俗文化，积极打造多贡麻村乡村振兴实践样板，同时推动当地特色农畜产品贸易和精加工等产业发展，进一步拓宽群众增收渠道。

中国式现代化的乡村振兴，本质上是实现城乡融合、区域协调的高质量发展。未来，青浦将坚持普惠导向，让发展成果“一个都不能少”，同时以创新机制为引擎，帮助对口地区掌握自我发展的“金钥匙”。既要让发展成果惠及全体群众，又要构建可持续的内生动力机制，把握普惠共享与长效赋能两大方向，青浦区在对口协作中推进巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接，走出了一条共同富裕的可持续发展道路。

通过科技赋能，辖区现代农业发展未来可期。现有30余家现代农业合作社，种植的“一米”（稻米）、“两花”（蝴蝶兰、国兰）、“四果”（草莓、蜜梨、桔子、沃柑）初具知名度。香花桥街道积极盘活农业资源，全力构建科技农业项目，引进优质品种，打造自有品牌。泾阳村、朝阳村超2000亩高标准农田已全部完成验收。东斜村、金米村230余亩高标准菜地预计今年10月底竣工。作为上海唯一以竹为特色的综合性生态园林，青浦竹博园种植近90种竹类及多种珍贵树种。街道还精心发布了农业旅游路线地图，进一步激发农业旅游的潜力，带动农业产业升级，为乡村振兴注入新活力。

### 香花桥街道与上海市农业科学院深化街院合作

## 积极引入推广农业新品种，推动科技成果高效转化

通讯员 杨文婷

夏日炎炎，正是蜜梨采摘季。在香花桥街道康然都市农业园中，一个个蜜梨圆润饱满，沉甸甸地挂满枝头，散发着令人陶醉的果香。这正是通过香花桥街道牵线搭桥，由上海市农业科学院指导康然都市农业园推广种植的最新“沪晶18”蜜梨品种，已经进入采收季，喜迎“甜蜜”丰收。

近年来，香花桥街道与上海市农业科学院深化街院合作，引入推广农业新品种，盘活了部分经营不善的种植园。康然都市农业园并对接市农业科学院，建成梨树展示示范基

地，在市农业科学院专家团队和技术的支持下，从育苗到技术指导，培育出早熟的新品种“沪晶18”蜜梨。该蜜梨亩产1700公斤，以礼盒方式销售，年销售额达150万元，成为具有香花桥街道地域特色的“拳头”农产品。去年，青晖农业专业合作社引入市农业科学院专家与资源，对112亩土地进行土壤测试与改良，引入了“黑金699”紫玉米和“沪翠甜6号”哈密瓜，其中“黑金699”紫玉米的花青素含量高出普通玉米5倍，堪称玉米界的“花青素之王”，受到了市场的追捧。青晖农业专业合作社同时利用富农种业资源试种了20多个新品种小番茄，成功遴选出适合该地块种植的“青霞66”小番茄。青

晖农业专业合作社尝到了与专业院校合作的“甜头”，将一块经营不善导致亏本的种植园转变为街道一处特色农产品种植基地，产品直供商超，扭亏为盈。

为全面落实习近平总书记考察上海重要讲话精神，推动科技成果高效转化，日前，香花桥街道前往上海市农业科学院开展学习交流，进一步落实街院合作机制。下一步，将积极推进市农业科学院香花桥研发基地建设，引入推广特色花卉、食用菌、抗旱水稻等项目，加强农业科技人才培育，以科技赋能农业农村，把香花桥打造成市农业科学院新品种培育的实验场、科研成果的转化地、优质品种的推广地。

首席记者 魏卓龙

“崧泽”，一个承载着“上海第一人”“第一村”“第一稻”“第一井”等厚重文化标识的名字，如何走出博物馆，融入现代生活？2023年秋，赵巷镇政府与互集文旅集团签订合作协议，给出了创新答案——整村运营。崧泽村党总支委员顾士婷道出关键一步：“通过农民集中居住，我们盘活了土地，特意保留了72幢农宅作为发展载体。”这不仅是空间的腾挪，更是发展思路的跃迁。村委会同步优化营商环境，为项目落地扫清障碍，守护文化根脉与带动村民共富成为共识。

“崧泽映巷”入口处，“此生必驾318”的醒目地标，昭示其作为318国道上海起点的独特区位；而由旧民居涅槃重生的“崧泽映巷”，则成为连接远古与现代的“文化会客厅”，6000年历史的厚重感与数字展陈的科技感在此奇妙共生。

步入“崧见”餐厅，老木料改造的吊灯散发着温润光泽，旧瓦片砌成的墙面沉淀着乡愁。窗外，林荫休闲区、活力草坪、滨水观景台成为市民游客的热门打卡点。“‘崧泽映巷’试运行以来，受到广大市民的关注，节假日客流稳定在3000人次，清明小长假期间高峰客流日均达到6000人次左右。”上海崧见文化传播有限公司主理人嵇洁的言语中透着信心，“崧见”咖啡试运营3个月，便登顶大众点评青浦区咖啡馆热度榜单。在会议室里，一场平安银行重点金融产品分享会正热烈进行。“之所以选择这里，是因为崧泽村作为青浦乡村振兴新标杆，不仅有好咖啡、好风景，而且面临着很好的发展机遇。”平安银行客户经理杨女士道出了许多访客的心声。

紧扣亲子同乐、萌宠友好、文化沉浸的都市休闲需求，“崧泽映巷”一期项目已引入13家特色业态。二期项目蓝图正徐徐展开：飘着麦香的乡村窑烤面包坊、充满活力的宠物俱乐部、静谧的抹茶馆，以及6栋主题餐饮区，都在紧锣密鼓地推进中。未来，中法葡萄酒博物馆、非遗手工作坊等三期项目，将进一步织就一幅跨界融合的文化图景。

“真没想到，我能在‘家门口’找到工作！”“崧见”餐厅后厨，村民何大姐笑容满面，像她一样，在“崧泽映巷”就业的村民还有很多。她们的故事，是赵巷镇“四村联动”全域振兴战略下村民获得感提升的生动写照。过去的一年，崧泽村里发生了巨大变化，造型别致的建筑拔地而起，大小草坪上、乡村公园里，村民和游客怡然自得。中泽苑三期公共空间、崧泽净心岛生态景观和崧泽村村容村貌建设有序推进，完成了238户农宅的宅前屋后综合治理提升，小桥流水、一步一景。

崧泽村用一场跨越时空的对话证明：激活乡土文明最深沉的脉动，方能铸就乡村振兴最坚实的底气。展望未来，上海之源的故事，正续写崭新的篇章。

## 永辉超市青浦宝龙店“717好吃节”火热来袭

记者 徐哲

作为上海第五家、青浦首家胖东来模式调改门店，记者从永辉超市青浦宝龙店获悉，该店精心筹备的“717好吃节”于7月9日正式开启，为消费者带来一场别开生面的夏日美味盛宴。

上午9点，记者在青浦宝龙广场永辉超市看到，门店通过萌宠碰头基地、多巴胺能量站、烟火美食工坊、超市美学打卡区、超治愈童心天地5大主题分区，将购物与社交深度融合，全面升级沉浸式消费体验。萌宠碰头基地贴心服务萌宠市民，多巴胺能量站利用多巴胺配色吸引年轻消费者，烟火美食工坊人气火爆，成为家庭客群的“一站式美食补给站”。

市民蔡女士说：“商品种类比以前多很多，而且现在还有熟食区，家里想吃的东西都能买到，价格也比以前划算很多。”在熟食区，不少市民正在排队选购，区域内设置了多个试吃点，让消费者可以先尝后买。“感觉挺好的，品种也蛮多的，老百姓也喜欢到这里来。”市民周阿姨表示。

本届“717好吃节”以焕新升级的百家调改门店为主阵地，巧妙融合夏日时令需求、品质生活消费趋势与家庭细分场景。依托深度供应链优势，永辉联合超100家核心品牌反向定制新品，并启动孵化“100个亿元级品质单品”战略计划，进一步夯实“优质平价”的民生价值主张。

永辉超市CMO余威平强调：“此次‘717好吃节’的举办是永辉超市从‘货架逻辑’向‘生活方式逻辑’跃迁的关键一步。全面学习与对标胖东来，从品质和情感等方面构造高质价比、多元化特色的商品矩阵。商品开发力与场景运营力的双轮驱动，是永辉向‘国民品质超市’转型的核心。”

此次“717好吃节”将持续至7月20日，活动紧扣“国民超市，品质永辉”战略升级核心，旨在通过“好好逛、好好品、好好品、好好吃”4大维度，全方位重构超市购物体验，打造中国家庭品质生活消费新范式。

为提升消费者体验，鼓励消费者参与互动，发布带有#永辉717好吃节#话题的小红书笔记，即有机会赢取百元购物卡，让购物之旅充满惊喜与社交乐趣。活动期间还同步推出多重暖心福利，包括生日专属礼遇——凡是7月17日当天生日的顾客，可享指定生日蛋糕5折优惠。活动期间，永辉还将联合众多品牌伙伴，在线上发起千万级蓝V互动与宠粉赠礼活动，消费者参与晒单、互动，即有机会赢取额外惊喜好礼，畅享夏日欢乐。

赵巷镇崧泽村整村运营后成为热门打卡点

守护文化根脉 带动村民共富