



解 祝 周 一

纵深

城事

见识

博闻

虹桥商务区,给新城建设带来哪些启示

■ 本报首席记者 龚丹韵

建立新城,是每一座特大城市发展中必要的一步,往往也容易暴露诸多城市症结。比如,传统的新城建设,喜欢大马路、大广场、大空间,对人并不友好,最终缺乏活力。虹桥商务区作为上海的新城之一,不同于一贯的做法。除了本身的会展、商务、枢纽功能,推进贸易便利化以外,小尺度街区,商业购物中心林立,演艺文化设施丰富,再加上绿色节能建筑,5G提前布局,功能业态十分混合。尽管它还在不断探索过程中,但遇到的挑战和经验,或许能给未来更多新城建设带来一些启示。

难得的窄密路网

在虹桥商务区开小汽车,体验很奇怪——更像行驶在梧桐叶茂的上海中心城区,而非印象中的新城。

撇开枢纽的高速路网,这里的地面由密密麻麻的小区块组成,每一块边长约100米,属于典型的“窄密路网”。你能一眼望到3个红绿灯排在前方。

多年前,虹桥商务区还未见雏形,同济大学教授徐磊青在一次偶然机会中看到了规划图纸,心中十分惊讶,他没想到一个新城,竟然采用窄密路网,理念十分超前。

彼时,上海城市微更新尚未如火如荼,高品质的空间究竟什么样,外界鲜少讨论。小尺度街区、人性化空间、慢行系统、人行友好、抑制车行等等,这一系列概念还没在大众面前普及。而大部分新城建设也没有摆脱惯性思维:追求大马路、大广场、大空间。

一切求大的不利后果是什么?徐磊青这样解释:初期,只有特定人群才会去新城,人流量本就不大,一丁点人口在大马路、大地块中更是被稀释得七零八落。人与人的邂逅和聚集减弱,人与空间距离大,心理距离也远,片区容易缺乏活力。再加上大地块,步行半径往往也大,更是增加了公共服务的难度,限制了服务能力。

简而言之,空荡荡的新城,一眼望去就不想驻留,办完事只想赶紧走。相应地,新城的生活设施、文娱活动、服务配套等,很难快速跟上,人流难以聚集,彼此恶性循环。

似乎人类在文明发展中,总有一种心理,觉得宽敞、气派、宏伟,方能代表先进。即便国外繁荣的全球化城市,不少也是走过弯路后,才回归小尺度街区。

从这个角度看,虹桥商务区多年前就采用窄密路网的设计,并未走当时不少新城“教科书般的错误”道路,理念之超前,令专业人士惊讶。

好处也立竿见影。商务区内的几大综合商场,开业不久就人流如织。比如,紧邻虹桥火车站的商场虹桥天地、虹桥天街等,看似主要满足火车站、机场的过境人流,但实际上,每到双休日,几家商场人气爆棚,欢声笑语的亲子家庭、携手而来的年轻人、从超市满载而归的阿姨爷叔,底楼、中庭、走廊展览区常常人山人海,摩肩接踵。

“我每周日都会带孩子来虹桥天地逛。”家住天山路的周女士说。天山板块不乏多个知名商场,但相比之下,虹桥天地似乎别有一番特色。

每逢节假日,半开放的走廊和露天广场上,有趣的临时市集开张。手工制作的艺术包、难得一见的土耳其香水、材质优良的餐具等,还有汉服社表演、非遗展示、庙会灯会、二次元文化等活动。时间久了,附近总能看到“汉服小姐姐”捏着团扇结伴出游。临时市集渐渐名不副实,一些来自南京、杭州等长三角区域的年轻人,拎着行李当天来回,就是为了参加市集和露天活动。

今年,旅游行业公布全国以商场为旅游目的地的榜单,开业不久的虹桥天地已位列其中,成为新晋“网红商场”。能在短时间内如此“蹿红”,除了商场本身的努力,也离不开窄密路网烘托起的逛街氛围。

商务人群则特别喜爱虹桥商务区密集的咖啡店。“大概全上海的咖啡连锁品牌,都在虹桥拥有一家分店吧。”带着笔记本电脑,坐在麦隆咖啡馆准备工作的陈先生说。作为广告从业者,他几乎喝遍了这里的30多家咖啡馆,韩式、中式、美式、意式,每家各有风味,满足创意人群办公的新鲜感,每次约客户见面,第一选择就是虹桥商务区。

离虹桥天地不远,同属商务区的中骏广场,咖啡店数量更加夸张。几乎每一栋写字楼底层都有一家咖啡店,每走50米,转角就能邂逅咖啡。而如今,咖啡馆作为商业活力、创意人群钟爱的公共文化空间,其密度也从侧面代表了一个区域的活力指数。

当然,人性化的空间,只是硬件打造的第一步。一座好的新城,背后一定还做对了什么。

六大理念,优势也是挑战

虹桥商务区管委会,把发展特点归纳为“六大理念”:大交通、优贸易、全配套、特智慧、最低碳、崇人文。

前两个理念已被公众熟知,尤其贸易便利化,随着进博会新一轮推进,正在持续不断地摸索创新。以跨国公司、总部企业、各类上市企业、高端服务业为集聚的特色园区、品牌楼宇纷纷涌现。而后面几点,有些让人意想不到。

全配套,是指虹桥商务区核心区已拥有国



虹桥商务区掠影



资料图片



际医学园区、国际教育资源、15分钟购物圈、完善的商旅服务等,尽力提供了舒适宜人的配套环境。注重配套,也就避免了过去单一功能新城变“睡城”的尴尬,办公与宜居、宜游结合,是目前国际上提倡的“混搭”做法。

最低碳,是指这里所有的商务楼宇100%按照绿色建筑要求设计,统一由“三联供”能源站提供冷、热、电,且有低碳能效运行管理平台监测能耗。1号、2号能源站每年减少碳排放量2万多吨标准煤。3号能源站正在建设中,年底即将投入运营。核心区去年获得了全国首个最高星级三星绿色生态城区运营标识。此外,地下空间开发的高强度也值得一提,核心区已开发建设地下空间约280万平方米,相当于近20个人民广场。

特智慧,是指商务区运用各种科技手段,精细化管理道路、机场、能源等各方面资源,推进智慧产业集聚和智慧园区建设。目前,作为全国首个5G商务区示范区,近300个5G基站已在核心区基本布局完毕。5G+8K、5G+VR、5G+无人机、5G服务进博会的场景几乎近在眼前。

崇人文,则是商务区遵循的发展理念之一,如商旅文体联动,打造“最好、最美”的社区和商区。日前商务区申长路艺术街区示范街完成艺术提升,努力探索如何增进人文内涵,打造有温度、可阅读的人文新城。

不过作为新城,又承担长三角一体化、进博会等重要使命,商务区并非没有烦恼。比如大交通枢纽,给虹桥商务区天然带来长三角的企业和客流,但同时也制造了一些难题:极高密度、错综复杂的高速路网,频繁的上下匝道和地道,为司机带来困扰。

仅嘉闵高架、外环、北翟高架、崧泽高架、建虹高架、沪渝高速、沈海高速等,已让人眼花缭乱,更别说它们还需要分别与火车站、机场、停车场、国家会展中心各有匝道衔接,排列组合特别多。

一位家住古北片区的女司机说,她每次途经枢纽站的高架,全靠死记硬背。第一次4条岔道选中间,第二次3条岔道选左,第三次选右,顺利来到地面,还有选择题:左边是机场停车场通道,中间是北翟高架上匝道,右边是七莘路地道……

枢纽的先天气属性无法改变,管委会能做的就是精细化管理。现在,高架指示牌精确到每一根车道,比如左一车道通往沪渝高速,左二车道通往嘉闵高架,而原本左一和左二为同一选择方向,一般指示牌只挂一个即可,只是行驶几百米后,司机需要再次选择沪渝高速还是嘉闵高架。如今车道提前标注下一个路口方向,确实方便了司机。

变出来的人才公寓

目前,区内企业2.5万余家,其中沪苏浙皖三省一市企业上万家。

有时候,商务之外的细节,往往才是吸引企业的点睛之笔。这里每天聚集了大量常驻办公人群,再加上往来长三角的差旅客群,管委会意识到,解决商务人士的居住问题十分关键。

盘点资源,区域内可供出租的民宅并不多,人才公寓远远不够,有没有办法“无中生有”?

管委会想到了长租品牌方隅。方隅本就有5栋楼位于虹桥商务区,主打高端酒店式公寓。刷卡进入方隅大堂,仿佛进入一家高星级酒店,楼内配有1200平方米的公共空间,健身房、瑜伽室、休闲水吧、影音区、会议室、书吧、台球室,私宴区一应俱全。

酒店式公寓户型多为约60平方米的标准间和约90平方米的一室一厅,此外也有两居室和复合套房。该项目聘请国际设计师操刀,按星级酒店标准装修,每个房间,透过全景落地窗,虹桥商务区的办公楼群扑面而来。屋内设备均为知名品牌,还提供管家24小时服务,每周一次免费清洁。

按市场价,目前标准间月租超过8000元,主要满足高端客户。租房者多为企业高管,也有企业一口气盘下十几间房,作为员工出差到上海的落脚点。对方算的一笔账:约8000元月租,相当于每晚不到300元,而同品质差的酒店每晚至少600元,算下来高端长租公寓反而划算。也有明星前来咨询价格,希望作为在上海的临时居住点。

现在,经管委会协商,方隅的6号楼、9号楼共计5000多平方米84套间被纳入虹桥商务区人才公寓范畴,户型主要为一室户,按人才公寓政策走,最后月租约6000元。

起初,方隅还有点担心。申请人才公寓需要符合一定条件,并非谁都可以,而符合条件的企业普通员工,真的愿意自己每月花6000元租房吗?没想到一经推出,颇受欢迎,80%的房源已经出租。

一位租客解释,比起4000元以内的老小区民宅,他宁愿多花2000元钱“省心省力”,这样的价格好比“天天住在高星级酒店,有求必应,还是很”。

虹桥商务区还有几处人才公寓。小刘夫妻俩就住在其中的恒基旭辉人才公寓。这里是新小区,外观时尚,为多层楼宇,带电梯,小区绿化繁茂,保安管理严格。实际上,隔壁几栋楼为普通商品房,小区目前拿出了特定几栋作为人才公寓。小刘租的这间朝向不错,客厅明亮,阳光洒在工作台上,让家里看起来暖洋洋的。主卧和卫生间基本设施齐全,自带阳台,添置了一些家具就拎包入住住了。这套一室一厅面积大约60平方米,目前月租不到3000元。

两年前,小刘刚从一家企业跳槽进入现在的公司。正好新公司搬迁至虹桥商务区,拿到了几个人才公寓名额。经过层层筛选,小刘获得了租房资格。

如今,每个工作日早晨,他先开车把妻子送到虹桥地铁站,回家后休息会儿,再步行5分钟到公司上班。“可以步行上班的感觉太好了。”小刘说。

小区绿化环境好,又是小尺度街区,每到傍晚,常常看到健身跑步的年轻身影。双休日,3个大型商场都在周边2公里内,电影院、演艺中心、健身房,各有特点,可玩的项目多。夫妻俩单独买菜比较偷懒,听说老小区那儿有菜场,但就是懒得去,平常直接网络订菜。

小刘坦言,能享受到这样高品质的生活和居住条件,对他留在公司、留在虹桥商务区工作具有很大吸引力。

然而,随着源源不断的新企业入驻,人才公寓未来供不应求几乎可以预见。如何开挖现有资源,与企业、市场进一步合作,这条路并不轻松。

海淘者的“米缸”

申昆路2377号,坐落着虹桥进口商品展示交易中心。第一届进博会结束后,这里就成为承接和辐射进博会溢出效应6+365天的主平台。简单说,进博会的“网红”进口商品,可以在这里全年展示交易,而且面向C端,也就是大众客流。

海淘爱好者走进这里,仿佛“老鼠掉进米缸”。各种海外热销品可以当场购买。部分商品还有优惠活动,如一款日本罐装桃汁、一套韩国网红面膜等正逢打折促销,价格低于国内市场价,有些甚至低于网上的海淘价。

有一排货架比较特别,仅供试用。一些在本国特定领域比较有名的特色企业,未必规模很大,此前并无余力把产品推向中国。进博会之后,企业依然对能否在中国市场站住脚眼心有疑虑,承担不了太大风险,此时,便先把商品放到中心展示和试水,看看大众消费者的反应究竟如何,同时也是一种提前宣传和推广。而中心目前并不收取场地费,还为企业配备了服务人员。

“我们不仅仅有保税仓库,有展会交易,更想通过创新机制,为更多企业下一步进入中国市场,提供常态化的帮助。”东方国际集团进博会推进办市场拓展部部长颜奕斌说。

展示交易中心一期总体规划面积40万平方米,分为A区(长三角电商中心)、B区(展销平台),由东方集团、百联集团、东浩兰生集团、光明集团、南虹桥公司等五大国有企业组建的上海虹桥国际进口商品展销有限公司负责运营。二期也在如火如荼地建设中。

第一届进博会结束后,在管委会主导下,中心以一般贸易模式启动运营,已吸引来自美国、英国、日本、澳大利亚等50多个国家的8000多种商品,400多个品牌,包括50多个进博会展品入驻展销。

B区展销平台北片区已投入运营,如保税展示馆、东方时尚生活馆、东浩兰生健康生活馆、上汽进口汽车馆,配合第二届进博会,新一轮品牌调整已经启动。

南片区10栋楼,初步规划凸显品质消费和先进技术特征,按“一楼一品”的形式打造。对大众而言,这里几乎就是一座云集高质量进口品牌的大型商场。而对于企业而言,它又是保税和展示销售一条龙服务平台。

比如有一款来自日本北海道的大米,进博会期间成为“网红展位”,颇受欢迎。如今,它常年在中心展示,可以直接购买。几个月前,中心还带领北海道大米在内的进口商品,组团进入久光百货进行“快闪”。本以为近200元一袋的大米价格,顾客可能不多,没想到在久光卖得很好,这给大米的外贸渠道商一剂强心针。

渠道商是一位久居日本的上海阿姨,她说,中国市场对大米的进出口管控一直非常严格,此前仅在上海尝试北海道乳制品,大米这种特殊商品,迟迟不敢尝试。

得益于此前中国领导人访问日本以后提及大米,北海道一些厂家成为中国认可资质的企业。借助进博会,北海道大米一炮打响,但进入中国市场,需要配额和许多复杂的手续认证,整个过程虹桥商务区积极支持,展示交易中心也从报关、仓储、物流到展示、宣传,一路给予帮助。

作为一般贸易模式进入海关,其实大米在税

收上并无减免,但放在保税仓的货品可以先不用交税,卖出多少再交多少税,而保税仓的隔壁就是展示交易中心。“企业现金流压力至少减少30%,这样太好了。”这位渠道商感叹。意识到上海市场对日本大米的喜爱,在虹桥商务区的牵头下,这款大米的经营商正计划与一些电商平台合作。

一路向西,成为中心而非终点站

徐磊青认为,虹桥商务区并不仅仅是CBD(中央商务区)。近几年,国际上流行一个概念:空港城市。此前,建筑专业杂志有一期专门描述“空港经济时代”,简单说,由特殊的港口地理位置驱动带动起商务、物流、贸易等一系列产业。

“虹桥商务区理念先进,超出我预期,功能更综合。我认为,它是高铁新城+空港新城+TOD(公共交通为导向的开发模式)的新型商务区。”徐磊青说,“这样的案例在国际上都不多。”

商务区在商贸展会上发力,并不让人意外,但虹桥商务区并不止于商贸和展会,同时注重一系列生态环保、休闲生活、景观旅游和文化街区建设,而后面这些正是一个新城最为高明的地方。唯有如此,新城才能快速吸引人,吸引创意,源源不断地激发活力。有了人气和活力,一切困难、挑战都能在发展中解决。

专家也对发展中的虹桥商务区提出两点,值得关注。

首先是,小尺度街区与枢纽区开车意愿强烈是一对矛盾。

街区亲切宜人,适合漫步,意愿是美好的,而现实是由于地处上海西端,又是火车站、机场枢纽,大部分人仍然选择开小汽车前往。而且虹桥商务区的停车场做得很好——每一栋楼宇地下层,都配备先进宽敞的现代化电子智能停车场,进出口一目了然,去虹桥商务区不用担心停车问题,再度抬高了小汽车的出行率,这让小尺度街区反而成为司机眼中的“不便”。

早已意识到问题,从去年起,管委会已采取一系列措施。比如,交通智能信号灯,根据车流情况设计一套算法,灵活调整信号灯时长,尽量让小汽车通行在小尺度街区时也能感受舒适,通行效率大为提高。

又比如,管委会尝试结合市场力量,引进携程超级班车。

打开手机小程序,就能找到“超级班车”,输入起点和终点,程序会自动推荐某一条班车线路,附上发车时间、上下车地点,微信买票即可。票价一般为顺风车的一半,单趟大多20元以上。

所有班车均为新能源车,保证一人一座,集中在每天早、晚高峰发车。热门线路一天发五六次车,有些线路一天只有早晚各一次。线路大部分为上海各大产业园定制,比如漕河泾园区、张江园区、临空园区、虹桥商务区等,主要解决园区员工们的上下班通勤难题。

用户家里附近如果没有站点,也可以在线申请增加站点,一旦申请人数达到一定量,确认运营成本可接受,就会新增站点。

负责超级班车的总经理曹凯说,这个项目目前临空园区利用率最高。携程总部上万名员工都在临空工作,超级班车的知晓率本来就高,前期数据完备,基于员工需求定制。每周一早上9点放票,几万张票几乎1小时内就被抢空,而且还有多条线路往来安亭、松江、七宝。

去年开始,超级班车在虹桥商务区试运营,比较受欢迎的线路是从会展中心到安亭,洒落到虹桥商务区。不过商务区楼宇分散,且道路资源特殊,管控极其严格,允许的4个停车点位置并不紧挨地铁站、火车站、机场。后台收到商务区用户的申请,较多来自阿里巴巴的员工,用户们希望能在自家办公楼附近新增站点,但周边道路目前并不允许设站。

“我觉得管委会聪明的地方,是尽量发动市场手段来解决,政府搭建一个平台。”徐磊青说。

其次,虹桥枢纽站给人的印象是一个“终点站”,仿佛一切到了它这里,就算目的地了。但虹桥枢纽站可以更进一步成为一个“中心”,尤其向西侧和南侧扩散影响力。“一路向西”,成为朝八方辐射的中心。

巧的是,管委会也有此意。近几年来,不断打造丰富的立体路网,如增加国家会展中心与周边区域的地下大通道,楼宇之间新建二层连廊,让彼此之间的关联更加紧密。同时,也在探索如何把枢纽功能、商贸功能、会展功能有机结合,服务整个长三角。

一个小例子是,虹桥天地商场底层设置了值机柜台行李托运服务。商务人群可以在商场一边吃喝娱乐,一边完成机场手续。别小看这样一个举措,背后与机场系统连接,物流和人流短驳,整体的配套服务跟进,并不是件容易事。

最终,依托大型枢纽,成为长三角的节点,不仅是交通、商贸的节点,也是文旅、生活、创意的节点。这样的新城,在全球也是一种探索和创新。