

浦东如何构建可持续差异化竞争力

关键在于立足自身禀赋,深耕细分领域,打造不可替代的产业生态位

奋进引领区
勇担新使命

本报记者 舒抒

今年是浦东开发开放35周年,也是深圳经济特区建立45周年。上海与深圳两地在金融创新与开放、人民币国际化等方面如何实现差异化协同发展?上海、北京与深圳三地的差异化布局背后,各城市间应如何构建可持续的差异化竞争力,避免同质化竞争与资源内耗?记者日前专访了清华大学国家金融研究院院长、清华大学五道口金融学院副院长田轩。

记者:当前,国家赋予深圳一些浦东都尚未覆盖的政策试点机遇,使其在金融开放等领域获得新的发展空间。在此背景下,上海与深圳应如何实现差异化协同发展?

田轩:上海与深圳两地在金融创新与开放层面的对比体现在多个维度。

上海在人民币跨境支付系统(CIPS)、人民币跨境投融资、人民币国际化产品创新等方面走在前列;多层次资本市场体系以上海证券交易所为核心,在股票发行、债券市场、衍生品市场等方面具有举足轻重的地位。

深圳聚集了华为、腾讯、蚂蚁集团等一批全球领先的金融科技企业在,在移动支付、智能投顾、区块链应用、供应链金融科技等方面创

本报记者 林子璐 唐烨

昨天,上海市委社会工作部、静安区委联合举办“汇聚志愿力量,共建美好社会”——2025年度上海市“12·5”国际志愿者日主题活动。

为促进志愿服务专业化、国际化发展,上海邀请联合国志愿人员组织一行访问上海。联合国志愿人员组织对外关系和宣传司司长苏赫罗布·霍什穆罕默多夫充分肯定上海志愿服务取得的成效,并表示当志愿服务全球化合作与以上海为代表的坚实地方实践相衔接时,能够焕发出强大活力。他倡议:以上海为代表的城市、各类社会组织、高校和企业,共同营造更加包容、多元的环境,让人都有施展志愿力量的空间;诚挚欢迎每一位心怀热忱的个体贡献时间、才干与经验,共同推进可持续发展。

活动现场为2024年度全国志愿服务“四个100”上海先进典型颁发证书,包括最美志愿者4人、最佳志愿服务组织3个、最佳志愿服务项目3个和最美志愿服务村(社区)3个。

今年中国志愿服务基金会启动“温馨社区计划”专项基金,上海承接实施其中的“邻里守望”试点项目,全市共有33个试点社区入选“温馨社区计划”。下一步,市委社会工作部将结合“暖在社区”市级示范项目,针对“一老一小一新”以及困难群体,培育建强社区志愿服务队伍,因地制宜开展助老帮困、AED生命急救、社会心理服务等志愿服务项目,打造上海“全场景友好温馨社区”的示范样板。

电竞梦剧场

12月4日,2025上海电竞大赛在静安体育中心开赛,包括《决胜巅峰》《无畏契约》《守望先锋》《第五人格》等4个正式比赛项目,共有来自中、韩等国的近百名选手参赛。上海就此开启“电竞梦剧场”,为电竞爱好者提供线上线下沉浸式体验。

据悉,《决胜巅峰》已入选2026年亚运会新增电竞比赛项目,首次纳入大师赛赛程,赛事专业性与观赏性再升级。

图为在《无畏契约》比赛中,FPX战队对阵TE战队。

本报记者 蒋迪雯 摄



今日聚焦 ■ 平台竞争升级为生态系统对抗 阿里巴巴能否依旧保持优势

本报记者 查睿

昨天一早,“饿了么”官宣更新为“淘宝闪购”,饿了么App、公众号等均已更换。新版本图标主体为橙色“淘宝闪购”标识,底部依然保留蓝色“饿了么”文字。

在阿里巴巴打造大消费平台的目标下,饿了么的最终离场,几乎成了业内心照不宣的共识。只是当靴子最终落地时,大家仍不免有几分唏嘘——赢了对手,却逃不脱时代的洪流。

众所周知,饿了么的创业故事,始于2008年的上海。当时就读于上海交通大学的张旭豪组建创业团队开发外卖网站,专为校园学生提供外卖订餐服务,学生通过网站下单,商家制作餐品后由兼职学生配送,这种“线上点单+线下配送”的模式,便是饿了么的雏形。

那时正值移动互联网的淘金热潮,张旭豪很快拿下金沙江创投的百万元融资,随之而来的便是全国扩张,2013年,饿了么覆盖全国12个城市,日订单量突破100万单,开启了中国外卖市场的新纪元。

不过,商业世界的有趣之处在于,早起的鸟儿有虫吃,早起的虫儿也会被鸟吃。饿了么无疑是早起的那一批,只是张旭豪当时并不知道,饿了么到底是鸟儿还是虫儿。

很快,饿了么迎来了第一只“鸟儿”——美团。凭借团购业务积累的三四线城市扩张经验,美团外卖业务采取了更为激进的推策略——短期内招募大量地推人员,在尚未被外卖覆盖的三四线城市迅速扩张。

饿了么更名 淘宝闪购还得过三重关

当然还有“补贴大战”。在“外卖大战”打得最凶的时候,外卖平台不仅抢用户,还会抢热门餐厅的“独家入驻”,平台的城市经理甚至会拎着现金直接发给餐厅老板,要求其美团、饿了么“二选一”,短短一年内,美团外卖市占率已逼近三成,饿了么的领先地位已不再明显。

在“外卖大战”厮杀正酣之时,百度出乎意料地下场了,成了饿了么遇到的第二只“鸟儿”。

由于精确的市场定位,百度外卖一度占据白领外卖市场头把交椅。饿了么与美团也及时将战略阵地从校园市场转移到白领市场。2015年左右,饿了么有一句广告词深入人心——饿了别叫妈,叫饿了么。在王祖蓝一声声的洗脑式叫唤中,饿了么守住了市场份额,最终抓住校园以外更大的市场机遇。2017年,百度外卖不敌蓝黄二队,最终以5亿美元价格被饿了么收入囊中。

在这场三足鼎立的商战中,饿了么虽然暂时领先,但战略摇摆已初现端倪。张旭豪的校园创业思维也被市场不断诟病,特别是在资本混战的野蛮生长期,饿了么在收购百度外卖后,并未形成“1+1>2”的协同效应,反而逐步在与美团的竞争中落于下风。

2018年风云突变,阿里巴巴联合蚂蚁集团宣布95亿美元收购饿了么,整个创业江湖为之一震,张旭豪套现退出,并迅速淡出大众视野。

这只早起的虫儿,最终被第三只“大鸟”吃下。自此,饿了么进入了“阿里时代”。

早在2016年,阿里巴巴已向饿了么投资12.5亿美元,一举打破全球外卖平台单笔融资金额最高纪录。饿了么也被视为阿里巴巴在本地生活的一枚棋子。

饿了么正式被收购后,经历了多次组织架构调整:2018年与口碑合并成立阿里本地生活服务公司,2019年蜂鸟配送独立开放即时配送服务,2024年和飞猪一起并入阿里中国电商事业群……直至今年4月,淘宝闪购横空出世,也加速了“饿了么”品牌的消失。

特别是并入阿里中国电商事业群之后,饿了么开始向阿里电商事业群CEO蒋凡汇报,蒋凡也将饿了么从独立品牌统筹在整个阿里电商版图中考虑,这也意味着饿了么从“前台品牌”转型为“后台服务商”,成熟的骑手网络、商家服务体系和技术能力全面注入淘宝闪购的生态系统。

随着淘宝不断壮大,饿了么在阿里内部的战略地位也有所松动,尤其是饿了么将外卖业务集成至淘宝后,饿了么App的渠道优势也大为削弱,或许有人会问:饿了么在失去名字的下一步,是否会失去独立的App?

饿了么或许略感失落,但饿了么与淘宝的强强联合,确实在最新的“外卖大战”中打了个胜仗,尤其是在非餐饮领域,拓展了饿了么原有的业务边界。

本报讯 (记者 王力)昨天上午,一趟载有太阳能光伏组件、汽车零配件等货物的海铁联运班列从上海芦潮港集装箱中心站开出,宣告上海迎来新里程碑——全年海铁联运业务首破100万标箱,同比增长近两成,创历史新高。

随着中国铁路进入高铁时代,既有线运力极大释放,上海的铁路线也逐渐延伸至港口;上海港更加紧密地融入全球供应链,成为全球货物运输与贸易的枢纽,并顺应全球航运业的新趋势,加速绿色、低碳、智能化转型;国家积极推动物流运输结构调整,推动“公转铁”降低全社会物流成本……

从前端到后端,一个新纪录的诞生背后,是多方的合力,也是上海加速全球供应链转型、提升上海国际航运中心服务能级的生动实践。

“近四年自筹资金超2亿元实施设施改造,芦潮港集装箱中心站实现四束8线可整列装卸,年装卸能力从50万标箱跃升至120万标箱,单箱作业时间仅需3分钟。”上海铁路集装箱中心站运输安全部经理李忠说。

“配合铁路列车运行图调整和调机优化,上海单日开行海铁联运列车数较去年增长40%。”上海铁路物流中心生产调度中心主任陈瀚斌说。

目前,上海海铁联运线路已辐射全国逾40座城市。这些连接中国腹地与上海港的线路,就像是一条条大动脉,让经济循环更加畅通。

根据预测,在上海市相关部门及中铁集装箱公司、上港集团的大力支持下,今年上海海铁联运到发箱量有望突破109万标箱,同比增长15%。

“未来我们还将持续加密开行至长三角多地、长江中游及中西部地区的班列,包括开行定制化班列,进一步吸引腹地货源集聚。”上铁集团物流事业部多式联运部经理陈松迪表示。

深化立法经验交流互鉴

黄莉新会见澳大利亚客人

本报讯 (记者 王海燕)市人大常委主任黄莉新昨天在人民大厦会见了澳大利亚新南威尔士州议会下议长派珀一行。

黄莉新说,中澳两国互为重要合作伙伴。当前,上海正按照中共二十届四中全会部署和习近平主席对上海发展的战略定位,抓紧谋划“十五五”时期发展蓝图,加快推进“五个中心”建设。上海市人大愿同新州议会加强友好交往,深化立法经验交流互鉴,推动经济贸易、绿色低碳、先进制造等领域深化合作,为中澳全面战略伙伴关系稳定发展作出新贡献。

派珀赞赏上海经济社会发展成就,期待增进多领域合作交流,实现互利共赢。

畅通职工职业发展通道

本报讯 (记者 王力)昨天,2025年市政府与市总工会联席会议召开。会议审议通过共同深化“赛证融合”机制助推上海产业工人队伍建设改革,提升工会劳动争议调解能力、继续帮助支持“上海市退休职工住院补充医疗互助保障计划”等3项议题。

会议提出,深化构建赛证融合体系、举办专项技能大赛、扩大赛训合一规模、强化基层支持保障、推行新八级工制度五方面共同行动,进一步畅通职工职业发展通道。

市人大常委副主任、市总工会主席郑钢淼,副市长解冬出席会议。

“与外卖深度绑定,淘宝闪购不仅放弃了近百亿元的品牌价值,还要重新塑造消费者认知,这无疑是一项高风险的决策。”

同时,饿了么融入淘宝所带来的业务增量,并非长久之计。摆脱“补贴换流量”困境,是淘宝闪购更为迫切要跨越的第二关。

阿里巴巴最新财报显示,第三季度收入达2477.95亿元,同比增长5%。同期,公司经营利润仅实现53.65亿元,同比下降78%。京东和美团的财报也都不太好看,“外卖大战”消耗了巨额的营销费用,也吃掉了大部分的利润。

面对难以持续的高额补贴,阿里巴巴管理层明确表示,预计对淘宝闪购业务的整体投入会在下个季度显著收缩。

从行业角度看,从饿了么到淘宝闪购,反映了即时零售的一个新趋势:单打独斗的品牌越来越难生存,未来想的是整个生态的协同能力。用户想要的不是一堆零散的App,而是高效方便的一站式购物体验。阿里巴巴这步棋,就是想把各种服务整合到淘宝这个统一入口里。

经济学常识告诉我们,不要把鸡蛋放在一个篮子里,特别是当阿里巴巴、美团、京东的平台竞争已经从单一业务竞争升级为生态系统的对抗,这对各业务的均衡发展提出更高的要求。在这一背景下,阿里巴巴能否依旧长期保持生态优势,闯过第三道关,目前也要打一个问号。

太阳底下无新事。多次互联网大战告诉我们,先发优势并非长期“护城河”,ofo小黄车如此,饿了么亦如此。告别饿了么,阿里巴巴押注淘宝闪购,是一场关乎未来消费人口的豪赌。而历史从不眷顾守成者,只奖励破局人。

连接中国腹地与上海港,让经济循环更加畅通