

打响上海四大品牌，改革开放再出发——2018区委书记访谈

轨交延伸、百座公园……区委书记庄木弟“剧透”奉贤未来蓝图

既留得住乡愁又看得见发展

上海面积最大的人工湖“上海之鱼”预计在2019年建成；未来五年奉贤区要建设百座公园；5号线南延伸工程预计今年内通车试运营，以后去奉贤中心城区，再也不需要公交地铁各种换乘啦……“打响上海四大品牌，改革开放再出发！”《2018对话区委书记》系列访谈昨天中午12点在FM93.4和阿基米德同步播出。第十一期访谈嘉宾、奉贤区委书记庄木弟在畅谈服务、制造、购物、文化方面的特色时“剧透”了奉贤的各种蓝图。

青年报首席记者 范彦萍

制造品牌

构建美丽健康“三维立体产业体系”

庄木弟：爱美人士或许还不太知道，你贴在脸上的面膜每四片中就有一片来自奉贤，许多著名品牌化妆品的制造商都在奉贤的东方美谷。“东方美谷”不是一个物理概念上的园区，而是一个以奉贤区全域为载体，以“美丽健康”概念相关的产品轴、服务轴、产业轴3大坐标系构成的“三维立体产业体系”。

以往，人们谈起上海的制造业，多半会想到飞机、汽车这样精密的“大家伙”。实际上，包括化妆品在内的美丽产业，也透露着上海作为国际大都市的精致和气质。根据规划，“东方美谷”的产业规模2020年要达到500亿元、2025年达到1000亿元左右。从产业品牌到城市品牌，再升华为文化品牌，东方美谷将努力完成“三级跳”，确立奉贤在世界美丽健康领域的坐标。

“东方美谷核心区—临港南桥科技绿洲三期”近日开工。这既是上海市美丽健康产业“东方美谷核心区”，“奉贤新城”的重要组成部分，也是临港集团重点打造的科技城。2020年末，临港南桥科技绿洲将成为南桥新城北大门。

我们要让东方美谷成为区域品牌，让人家知道，中国有一个东方美谷。简单地说，东方美谷就是奉贤，奉贤就是东方美谷。

对标国际最高最好是我们的目标，同时还要实现超越。通过化妆品、食品、药品，发展美丽健康产业，逐渐把文化也做起来，和城市联系起来。

奉浦大道（东方美谷大道）规划范围西起浦卫公路，东至浦星公路，全长13公里，道路红线宽40米，局部展宽至60米。研究采用人车立体分离模式，打造一条还路于民，宜生、宜业、宜居的城市大道。

服务品牌

打造现实版的“村庄里的都市”

庄木弟：奉贤正在打造田园综合体·农艺公园，在城市化和逆城市化中寻找乡村振兴的机遇，全力推进“一产业、一庄园（庭院、公园）、一总部”的经济发展新模式，让生活在这里的人，“有与城市一样的生活品质，但与城市不一样的生活感觉”，既留得住乡愁又看得见发展。

农艺公园项目规划面积50平方公里，紧临浦江南岸，西起千步泾，东至金汇港，南邻大叶公路，涉及13公里滨江岸线及庄行镇、南桥镇、金汇镇、西渡街道内15个村庄。公园建设以原生态、原风貌、原住民为核心发展理念，在保留原有的农业生产、农民生活及农村体系的特有禀赋和框架内，注入城乡优质资源，打造园林化的乡村景观、生态化的郊野田园、景观化的农耕文化、产业化的组织形式、现代化的农业生产。

按照区绿化“十三五”规划，未来五年奉贤区要建设百座公园，使人均公共绿地达到10平方米以上，百座公园将融合休闲、文化、体育、健康等多种元素，为百姓打造公共开放生态空间。

我们的上海之鱼预计在2019年建成，将成为上海面积最大的人工

湖。该风景区以大地雕塑的手法开凿成金鱼造型的人工湖，将通达黄浦江和东海，成为奉贤区的标志。

农村老百姓最想要的，就是享受与城市一样的生活品质。由此，涵盖政府公共服务、市场商业服务和社会公益服务的生活驿站应运而生。这个现实版的“村庄里的都市”，是奉贤创新基层社会治理中在全市做出的又一创新之举，也是奉贤围绕乡村振兴战略，让农民过上品质生活的有益探索。今年初，青溪生活驿站、青溪综合为老服务中心、青溪邻里中心三合一场所正式落地。该场所通过政府主导、购买服务和社会化服务相结合，不仅包含了具有日间照料等功能的智慧养老，还开拓了优抚之家、社会组织孵化中心、中医理疗等服务，不断拓展和完善“15分钟”生活服务圈。

再说奉贤的交通。5号线南延伸工程全长19.5公里，全线共设东川路站、江川路站、西渡站、萧塘站、奉浦大道站、环城东路站、望园路站、金海湖站、奉贤新城站9座车站，预计今年内通车试运营。作为贯穿浦江南北的一条通勤线，以后去奉贤中心城区，再也不需要公交地铁各种换乘啦。



区委书记庄木弟在访谈中透露奉贤未来蓝图。

受访者供图

文化品牌

重学好德 孕育出独一无二的“贤文化”

庄木弟：2500年前，孔子弟子言偃来到东海之滨，办学兴儒，教人育德，奉贤也因此得名，意为敬奉贤人之地。之后的千百年，这片土地上的人们世代重学好德，民风淳朴善良，孕育出独一无二的“贤文化”，与江南水乡的乡愁一起，化为弥足珍贵的“奉贤记忆”。

在奉贤区南桥镇古华公园中央广场的东侧，躺着一块世界上目前已发现最长的“硅化木”，可以追溯到亿万年前侏罗纪时代。奉贤的古华园里有现存奉贤最古老的石桥，有中国最大的人造沙滩海滨浴场、海湾国家森林公园，有清朝时候享有“进京乳腐”美誉的鼎丰腐乳，有“上海小茅台”之称的老一辈人最爱的神仙白酒，有庄行羊肉烧酒，还有多汁而又甜浓的锦绣黄桃，被列入中国地理标志农产品的庄行蜜梨等。

我们的文化品牌主打专精特新，就是在这个方面达到全国唯一，特色唯一，达到最高品牌水平。这个事情朝着一个方向走，到最后会形成一个

集聚效应。

九棵树（上海）未来艺术中心目前还在建，位于奉贤新城中央林地内，用地面积76670㎡，总建筑面积71700㎡，建筑高度24米。我们希望把该中心作为打造城市功能、城市名片的一个重要抓手，还将把它作为一个文化产业集聚地，旁边还有一批文化产业。我们还打算建“三中心”，即青少年活动中心、文化馆、工人俱乐部三馆合一，东至环城东路、南至奉浦大道、西至陈桥路、北至航谊路，用地面积70198㎡，总建筑面积约122000㎡，建筑高度30米。我们争取中国艺术节在上海举办的时候，将这里作为一个分会场，把我们的江南水乡特色做出来。

我们最近还在做一个海国长城，也就是水上长城。据专家说，中国几千年来，古代的三大基础设施建设，一是万里长城，二是京杭大运河，三是古石塘，我们叫水上长城，从山东一直到这边，现在奉贤就有遗存。

购物品牌

百花齐放 形成社区型商业网络体系

庄木弟：奉贤的商业发展也是飞速发展，从1980年代的商业街，到金叶商厦的一枝独秀，再到现在的百联、苏宁、宝龙等商业综合体的百花齐放。

目前奉贤区基本形成了南桥商圈、东部板块和南部板块为主的商业网点集聚区，同时围绕主要的居住社区，形成了社区型商业网络体系。

我希望通过“跨界以至无界”，最后成为城市品牌、文化品牌、产业品牌，成为奉贤打响“四大品牌”的鲜明特色。“十三五”以后，奉贤到底想留给大家的印象是什么？一是解决千城一

面的问题。十字水街，田字绿廊，九宫格里看天下，一朝梦回五千年，再加上已提出的“江海连景，双城联动”，唯有在奉贤能够打造出来。二是以东方美谷作为产业特色。一张亮丽的名片，东方美谷就是奉贤，奉贤就是东方美谷。人家可以不了解奉贤，但一定会了解中国上海有一个东方美谷。三是生态良好。文化氛围融合，成为凝聚市民的重要力量，包括九棵树艺术未来中心、海国长城、“北纬31度”的建设都是绚丽多姿的，一定会让人感觉到这座城市是有文化的。