文匯时评
中国新闻名专栏

上海，在扩大开放中成就更美好的未来

晓彦

史学家倘若撰写当代上海开放史，一定会记下这个盛夏的两个“细节”：7月10日，“上海扩大开放100条”正式发布；同一天，上海有史以来最大外资制造业项目——特斯拉超级工厂落户临港。应开放而生、因开放而兴的上海，再次向世界证明：开放是上海最大的优势。世界也因此见证了一个更加自信开放的上海。

历史，往往需要经过岁月的风雨才能看得更清楚。犹记28年前，上海陆家嘴金融城所在地，还是一片农田。现在，这里高楼林立，金融机构云集，被誉为“东方曼哈顿”。开放带来繁荣，封闭必然落后。吃“改革饭”、走“开放路”、打“创新牌”，这是一座全球城市成长的轨迹，也是一个伟大国家发展的历程。

其实，开放，不仅是一项项具体政策，也是一种胸怀、一种姿态。当今世界，“黑天鹅”、“灰犀牛”此起彼伏，全球贸易保护主义抬头、逆全球化思潮暗流涌动，但世界却感受到中国的大国自信与担当——“中国开放的大门不会关闭，只会越开越大！”在博鳌亚洲论坛2018年年会开幕式上，习近平主席提出一系列对外开放重大举措，并要求“尽快使之落地，宜早不宜迟，宜快不宜慢”。如今，“上海扩大开放100条”释放出清晰的信号：在新的起点上，上海将坚定不移贯彻中央部署，扩大对外开放，不断创造更全面、更深入、更多元的对外开放格局，建设开放型经济新体制。

如果说17年前，“是引狼入室还是瓮中捉鳖”的争论映射着“入世”之初的某种彷徨，弹指一挥间，站在改革开放40周年的重要节点，以更大力度自主开放推进高质量发展，已经成为全面深化改革的重要突破口和未来发展的强有力抓手。

你若盛开，蝴蝶自来。

特斯拉曾公布在华售价的计算公式：中国售价=美国售价×汇率+运输与装卸费+关税和其他税+增值税。有人算过这样一笔账，特斯拉实现国产之后，或许不仅可以免去关税，甚至还能享受到减免购置税的新能源政策。它带来的“鲶鱼效应”，对消费者来说无疑是好消息。而增进人民福祉，始终是开放的出发点、落脚点，也是着力点。比如，金融业对外开放。国际金融中心能级的提升最终会惠及老百姓，我们在个人信贷、财富管理等方面将拥有更多选择，可以享受到更高效率、更高透明度和安全性的金融服务。比如，创造国际一流的营商环境。人们发现，经济体量变得更大的上海，姿态却放得更低——政府甘当“店小二”，权力“瘦身”、职能“健身”，大力推进“一网通办”，人民群众干事创业热情迸发。比如，办好中国国际进口博览会，来自全世界的优质商品和服务将为品质生活作出精彩的注释。

行胜于言。“100条”不是实施意见，而是行动方案。每条措施都有操作性，其中90%以上可以在年内实施。现在扩大开放的“四梁八柱”搭起来了，时间急、任务重、要求高，而“主动争取压力测试”这个词不仅彰显了扩大开放的信心，也提示人们只有保持“不畏浮云遮望眼”的清醒头脑，把各种可能的因素想深想细，既“想一万”，又“想万一”，我们才会有“乱云飞渡仍从容”的定力。如何对内对外一视同仁，构建大格局？如何既对增量开放，也对存量开放？如何把握好具体开放与系统开放的节奏，做到梯次接续、前后衔接？解决好这些现实问题，既要有“不到长城非好汉”的进取精神，又要一砖一瓦砌、一钉一铆紧，成熟一项、推出一项、落实一项，确保高质量落地，发挥扩大开放的最大效益。

思深方益远，谋定而后动。改革开放再出发，“上海扩大开放100条”对接着新时代人民对美好生活的向往，标示出一座追求卓越的城市面向全球面向未来的发展取向，承载着海纳百川的上海新的光荣与梦想。历史的契机，正等待坚定者、奋进者、搏击者。

聚焦“上海扩大开放100条”

龙头龙尾造型亮眼，龙身合围四层船身，顶部的古建筑造型仿照北京天坛

黄浦江上最大“龙船”升级后回归

本报讯（记者**周渊 何易**）“游览浦江夜景、品海派风味”，黄浦江上最大游船“浦江游览1号”龙船昨晚带着“黄浦龙宴”投入试运营。记者了解到，“龙船”经过重磅升级，此次以“浦江游览船餐”特色航班试航，今后每天19时，市民游客可以在秦皇岛码头搭乘该船，途经外滩核心区和世博园区，开启两小时黄浦江夜游美食之旅。

这艘中国风十足的“龙船”，龙头、龙尾造型十分亮眼，龙身合围四层船身，顶部的古建筑造型仿照北京天坛。步入其中，新中式建筑风格中点缀着祥云、牡丹等元素。据了解，该船是黄浦江游览惟一的千客位游船，能容纳650位游客同时用餐。

上海浦江游览集团有限公司营运总监方翱告诉记者，“龙船”自2007年投入运营，此次斥资近2000万元实施升级改造，在安全性、舒适度方面均有较大提升。除对消防、监控系统重点升级外，航程也由原先90分钟延长至120分钟。由于航程延长，游客能在船上享用一顿中西结合的大餐。方翱介绍，游程提供每位300元的固定自助餐和每桌4000元起的包房中式桌餐服务。来自世博洲际酒店的厨师长刘怡佳告诉记者，比起五星级酒店，在船上做菜挑战更大，虽然只提供一顿晚餐，但厨师们14时便上岗准备，菜品原料均经过严格挑选，保证当天现做。未来“浦江游览1号”还将引入米其林星级餐厅，提升服务品质。

目前上海共有35艘游船经营黄浦江游览项目。今年即将举办的首届中国国际进口博览会之前，浦江游览集团投资5000万元建造的五星级标准、融合最新时尚科技的“水晶公主号”游船也将投入营运。

上图：“浦江游览1号”船身以龙为设计原型，在黄浦江上行驶犹如游龙在水中穿梭。 本报记者 **袁婧**摄

长三角产业一体化蓝图越来越清晰，八大重点合作事项明确

沪苏浙皖携手打造全球数字经济高地

■本报首席记者 **张懿**

长三角地区推进产业和信息化一体化发展的蓝图进一步清晰起来。昨天，沪苏浙皖经济信息化委负责人聚首上海，确定了下阶段八个重点合作事项，以及长效合作机制。未来，长三角三省一市不仅要联手推进5G、工业互联网、“区域大脑”、IPv6等前沿信息技术的发展，围绕集成电路、高端装备、移动支付、电子商务等优势领域推进产业协同，还将通过“建平台”“建基金”“建联盟”等形式，完善产业配套和生态。归结起来，就是要共建世界级先进制造业集群，打造全球数字经济高地。

长三角产业合作，各方一定全力以赴

今年6月1日，长三角地区主要领导座谈会举行，发布了推进长三角一体化《三年行动计划》。三省一市产业经济部门此次举行的会议，可以说是贯彻落实中央要求、座谈会精神，对标《三年行动计划》新部署的重要举措。

记者在现场注意到，除非因重要公务实在无法分身，三省一市经济信息化委“一把手”几乎悉数到场。大家围坐在一起，交流得坦诚而直接。有问题摆问题，有想法谈想法，更多的是认同与共鸣。会场内，即席插话、响应发言的场面不时出现。

上海市经济信息化委主任陈鸣波说，长三角范围之内，各地区产业竞争固然存在，但更重要、也更关键的是可以一起做大增量。上海不少优势产业如集成电路、民用航空等，如果要想进一步发展，必然要走出上海，在长三角寻求更大发展空间。

浙江省经济信息化委主任张耕坦言，浙江省民企强、产值高，但更多的是强在新业态、新模式层出不穷；反过来，或许因为企业视野存在局限，浙江省总体上承担的国家战略和重大项目不如上海市和江苏省。这为未来各方开展合作提供了很大空间。

江苏省经济信息化委主任谢志成认为，长三角是国家未来非常重要的增长极，因此，必须搞好产业一体化合作。虽说这不会太容易，但只要明确方向，然后对照目标做好每一件小事，落实每一项具体举措，从易到难、日积月累，日后一定会有大成效。

安徽省经济信息化委副主任王厚亮援引统计数据表示，安徽省近年来引进的产业项目中，来自长三角其他省市的比例高达40%以上，同时，安徽省老百姓外出就业，首选也是长三角兄弟省市。他说，安徽省参与长三角产业合作有基础、有空间，“我们一定会全力以赴。”

聚焦八大方面，蓝图机制已然明确

昨天会议取得的核心成果，就是明确了下阶段三省一市重点推进的八个合作事项。总体上，这八个方面聚焦优化高端资源要素配置，发掘智慧应用对高质量发展的带动效应，始终着眼于提升长三角世界级城市群的能级与核心竞争力。

经过讨论梳理，最终确认的八大合作领域分别是：一是共布长三角新一代基础设施，包括加快5G网络、IPv6以及新型城域物联专网的规模部署；二是共推长三角工业互联网平台建设，全面推进通用型、行业级工业互联网平台建设应用；三是共建长三角“区域大脑”，协同推进“一库（基础数据库）”“一章（网上身份互认）”“一卡（民生一卡通）”建设；四是共促长三角智慧应用落地，推进卫生、交通、环保等领域的信息化一体化建设；五是共绘长三角“产业地图”，引导产业和区域协同发展、错位竞争；六是共强长三角产业创新，加强跨区域产学研联动；七是共促长三角产业与金融对接，畅通产融供需对接机制；八是共创长三角产业集群组织，加快建设重点产业合作载体。

按照这份“合作蓝图”，未来长三角将拥有世界级信息基础设施体系——除了被多次提到的5G、工业互联网等平台和网络，还包括量子保密通信干线、区域一体化卫星定位系统等。在产业方面，沪苏浙皖未来有望通过合作，进一步放大在生物医药、新能源汽车、机器人、集成电路、高端装备、民用航空以及电子商务、移动支付、智能安防等产业上的比较优势。

一天的会议十分短暂，但长三角三省一市经济信息化部门已经就长效合作机制达成一致。据了解，围绕重点合作事项，四方将协同制定年度工作计划，并将其纳入各自重点工作，本着先易后难、逐项落实的方式持续推进，希望率先取得实效。

推动长三角更高质量一体化发展

打响四大品牌·聚焦上海服务

匠心·上海设计师②

带领团队摸索五年，以数字科技结合实体玩具，成为传统玩具市场“挑战者”

盛晓峰：给积木添“芯”激发孩子科技梦

■本报记者 **王翔**

从国际知名互联网企业辞职“下海”，却在创业后不久用一年时间关停90%的产品线，把心思集聚在儿童积木上——上海葡萄纬度科技有限公司首席运营官、70后“大男孩”盛晓峰，带领设计运营团队在上海整整摸索了五年，以数字科技结合实体玩具创新设计积木产品，成为传统玩具市场的“挑战者”。

以数字科技“挑战”传统积木市场

2016年，全球玩具市场规模已经超过千亿美元，中国大约占据7%，也就是500亿元人民币左右，并以平均每年20%以上的幅度增长——与我国电影市场规模相当。其中积木玩具占比约为10%。虽然市场很大，但以丹麦乐高公司为首的传统玩具制造巨头占据了一半以上市场份额，是横亘在前进道路上无法绕开的一座大山。

2014年，盛晓峰接受好友邀请，共同创立“葡萄科技”这家中国本土玩具品牌公司，负责设计运营。面对激烈的市场竞争，经过市场调查发现，传统积木玩具已经逐渐向“成人化”发展，许多限量版积木玩具俨然已是橱窗内的高价摆设。

“入行”之前，盛晓峰曾在美国英特尔公司亚太研发中心主管教育产品线。如今，为了设计专供孩子使用的积木产品，他将设计思路引到了老本行——数字科技。不同于普通积木，他主导设计的科技积木产品建立了独立的搭建体系，并在积木模块中嵌入芯片，植入AR（增强现实）技术、遥控、编程等智能互动元素，专供儿童使用。

上海葡萄纬度科技有限公司首席运营官盛晓峰。 本报新媒体中心 **张伊辰**摄

如今，葡萄科技积木不仅在线上热卖，更在线下开设了20多家实体门店，产品份额逐渐占据行业的领先位置。

专心设计科技积木，关停九成生产线

结合数字科技的积木产品一经推出，引起市场良好反响，这给了盛晓峰很大的信心。经过商议，葡萄科技于2016年底决定彻底转型，关停90%的其他玩具产品线，将研发设计力量集中到科技积木产品上。设计团队以注入多种科技元素的积木为主体，融入热门动画IP（知识产权），开创了一种全新的智能互动方式，真科技融入全年龄段的儿童体验中。

“玩具是儿童生长过程中的必需品，而创新设计则是玩具的生命力。”盛晓峰说，公司现有员工320人，其中设计团队保持在150人左右，已经自主研发出150项发明，外观及实用新型专利。让他特别自豪的是，数字化设计创新的积木模式已经引起了玩具行业巨头的注意。

接下来，与中国航天合作，以“月兔号”月球车为原型的星际探索系列科技积木即将上市。盛晓峰和他的设计团队坚信，这款极具产品竞争力的科技积木，将在孩子们心中深埋下中国航天梦、科技梦的种子。他们最大的希望就是，用自己的创造之心，去激活孩子们的创造之心。

为人父的责任感带来跨界创作灵感

生于上世纪70年代的盛晓峰，有一个5岁大的孩子，他对于做好积木玩具的初衷，源于为人父的天然社会责任感：“孩子听的、看的、玩的，是不是对他们的成长有好处？”

盛晓峰对于科技积木设计的理念很简单：好玩，创新，品质。为什么选科技这个方向？是因为出生在互联网时代的“00后”甚至“10后”，已经学会通过互联网下载最新上架的游戏，而在现实世界中他们摆弄的玩具却与十年前没什么两样。科技产品的低龄化和智能化趋势不可逆，但传统玩具显然没跟上，且针对儿童的科技设备也少之又少。

对于玩具已经有了不同以往的需求——盛晓峰相信，智能化和互动性会成为未来玩具的发展趋势，科技玩具将成为这一代孩子适应未来人工智能时代的起点，也是全面激发儿童创造力和动手能力的重要手段。

致力营造一流营商环境，奉贤区“企业直通车”“发车”

提供更精准贴心“店小二”服务

本报讯（记者**薄小波**）用大调研激活创新，奉贤区为营造一流营商环境而创设的“企业直通车”昨天“发车”。

大调研开展半年以来，奉贤区共开展各种形式调研20余万次，调研对象40余万个，其中企业调研7.4万家。通过统计分析发现，企业反映最多的问题集中在政策信息碎片化、诉求渠道不畅、诉求回应缓慢、政府部门推诿、公共服务功能不清、经营成本居高不下等。在准确把握企业经营中的难点、痛点、堵点问题的基础上，奉贤区学习借鉴上海市企业服务云的最新理念和创新举措，推出了在深化企业服务、优化营商环境领域的一项重要举措——奉贤区“企业直通车”，为企业提供更精准、更贴心的“店小二”服务。

“企业直通车”具备“6+1”服务功能，即6种服务、1项评价。6种服务包括政策服务、诉求处理、专业服务、公共服务、信息服务、企业展示，1项评价即服务评价。为保障“企业直通车”高质量运行，奉贤区委区政府构建服务企业“1+13+50+X”服务网络，“1”即奉贤区中小企业服务中心，“13”即13个镇（开发区、公司）企业服务分中心，“50”即50家联席会议成员单位，“X”即与区企业服务中心签约的社会服务机构，通过网络平台、微信号、服务电话等线上载体，结合“周三贤商汇”等线下形式，充分体现企业直通车的“全要素、零距离、兜底式、便利化”。

据了解，奉贤区专门设置了工作机制和考核制度。对企业诉求，要求100%处理，在收到诉求的一个工作日内与诉求人取得联系，三个工作日内给予答复；对承办单位的诉求回复率、处理率和满意率进行考核，并纳入区政府年度绩效考核指标。

本报地址：上海市威海路755号 邮编：200041 电子信箱：whb@whb.cn 发行专线电话：(021)62470350 本报北京办事处 北京市崇文门东大街6号8门7层 电话(010)67181551 本报浙江记者站 杭州市庆春路182号7楼 电话(0571)87221696 本报陕西记者站 西安市曲江池南路286号5栋1201室 定价每月30元 零售1.00元
电话总机：(021)22899999 传真：(021)52920001(白天) 广告专线电话：(021)62894223 本报江苏办事处 南京市龙蟠路盛世华庭B7幢 电话(025)85430821 本报湖北记者站 武汉市长江日报路28号23楼E2室 电话(027)85619496 本报陕西记者站 西安市曲江池南路286号5栋1201室 电话(029)89860038 上海报业集团印务中心