

加快释放新潜力,培育新动能,发展新经济

无论是90后的聚集地B站,还是“耳朵经济”的开荒者喜马拉雅——

上海数字经济文化经济在战“疫”中拓宽“航道”

■本报记者 徐晶卉

一段段Up主(内容生产者)自发上传的防疫短视频、一场场点击“10万+”“100万+”的战“疫”科普……B站、喜马拉雅、趣头条等一批互联网领域的“内容生产者”,在展现巨大正能量的同时,其自身也化危为机、加大动力,在数字经济文化经济全产业链中加快释放新潜力。

优质内容聚集,战“疫”科普带来正能量

一家互联网企业究竟能产生多大的影响力,疫情中爆发的能量是一块“试金石”。

“林晨同学”最近为自己增加了一个标签:武汉日记记录者。作为一名B站资深Up主,疫情爆发至今,他已连续在网上发布了《武汉Up主实拍:医院、医生、武汉人生活的情况》《武汉Up主

实拍:按下暂停20天,留在武汉的普通人,在怎样生活》等视频,详细记录疫情笼罩下武汉的真实情况。这些视频仅在B站播放量就超过2300万,全网播放量更是接近8000万。

根据数据公司QuestMobile发布的报告,B站在24岁及以下年轻用户偏爱的十大App中位列榜首,当90后在认知、解读疫情时,这里成为了给95后科普的最好触点。哔哩哔哩副董事长兼首席运营官李旻说,B站的核心内容是PUGC(专业用户内容创作),Up主的整体创作力是B站的壁垒和基石。

疫情期间,一系列高质量科普内容在B站上线:Up主“Ele实验室”制作了视频《计算机仿真程序告诉你为什么现在还没到出门的时候》,通过“传染模拟程序”科学地向大众普及新冠肺炎传播的危害性;Up主“回形针PaperClip”发布了《关于新冠肺炎的一切》,全网播放量高达1.1亿。

“疫情发生后,喜马拉雅迅速成

立抗疫专项小组,推出抗疫专题,不间断地为公众筑起“防护墙。”喜马拉雅创始人兼联席CEO余建军告诉记者。该平台上55位原声头部主播录制的免费专题节目《疫情防护科学指南》,上线仅一天播放量就超过700万。曾为《大话西游》《天龙八部》等配音的叶清是牵头节目录制的主播之一,在他看来,通过声音让更多人获得信息、知识,感到温暖和力量,是移动互联网时代全新的科普方式。

用户规模扩大,一老一少成为增量

2020年,第一批90后步入30岁,第一批00后迎来20岁。岁末年初,首届Bilibili新年晚会在网上热播,从社会反响来看,这一现象级节目不仅体现出平台对年轻群体兴趣趣好的深刻理解,还拓展了在大众层面的影响力。

在更广泛层面的“实力出圈”,也

让B站的用户规模快速扩张。根据最新财报数据显示,去年第四季度,B站月均活跃用户再创新高,达1.3亿,同比增长40%。B站董事长兼CEO陈睿表示,2020年B站目标月活用户为1.8亿,2021年将达到2.2亿,“今年第一季度,无论是用户增长幅度,还是用户的时长、活跃度都明显超过预期。”

春节期间,喜马拉雅的“耳朵经济”同样为自己带来大批听众,收听播放量同比去年大幅增长。新增的用户来自哪里?余建军分析说,互联网音频市场前景广阔,老人和孩子是这一波增幅中的用户来源。针对宅在家的孩子,喜马拉雅联合国家地理中文网推出《国家地理:小探险家双语百科之海洋探秘》等节目,吸引了一批“小耳朵”。数据显示,亲子儿童内容日均播放量比去年春节增长128%,在线学习成为更多家长和少儿的选择。余建军表示,未来还将针对移动人群、

一老一少等进一步丰富产品、优化体验,力争实现人群的更大覆盖。

构建数字经济文化经济新产业链

信息消费也会新陈代谢。非典时期的信息消费以网购、门户网站浏览为主,而如今,数字经济文化经济的产业链变了,B站、喜马拉雅等不仅成为越来越多人进行内容创作和消费的首选之地,更构建起数字经济文化经济新产业链的“护城河”。

Up主“林晨同学”告诉记者,之所以选择把自己制作的片子上传到B站,是因为这里有全新的交互模式。“平台用户跟Up主的关系很近,互动很直接。”他总结说,全新的弹幕模式能直观了解哪个画面、哪个节点触碰到了用户的神经,而评论和私信可以显示用户是否受欢迎,这是一套年轻人喜欢的方式。

Up主口中“年轻人喜欢的方式”,代表着数字经济文化经济的新模式和前进方向。“B站已形成从原创到制作、发行、播放,再到衍生品销售的数字经济文化经济的全产业链。”一位负责人以动画为例介绍,原创力量在这里已出现“拐点”——2019年,国创区月活跃用户数量第一次超过番剧区,成为B站第一大专业内容品类,原生版权也让动画与漫画、游戏、衍生品等文化内容的协同效应日益凸显,引领着未来发展的新思路和新模式。

喜马拉雅、蜻蜓FM、阿基米德……“耳朵经济”几乎都集聚在上海,筑起了独特的信息消费产业链。在余建军看来,声音已成为重要的内容传播媒介之一,大量优质内容回应了人民群众对美好生活的追求,也让公众更加清楚地体会到了内容背后的价值,“喜马拉雅将进一步扎根上海、着眼全球,持续投入优势资源打造优质内容,创造价值。”

化危为机,上海企业要活出精彩

■本报首席记者 张懿

咬住牙,沉下心,不仅要活下去,更要活出精彩。这是记者昨天在松江区密集采访了数位在上海打拼的创业者后,对他们形成的判断。

化危为机——与其说这是中小企业无法逃避的答卷,不如说是其主动直面困难的选择。虽然这些企业并

不在金字塔尖,但代表了最广大的那部分群体。面对疫情,中小企业中的一大部分经历了巨大挑战,但随着我们这座城市逐渐回归正轨,企业家们正走出最初的迷惘,努力靠着他们特有的活力、灵气与韧性,应对不确定的未来。

“危和机总是共生并存的,克服了危即是机。”上海中小企业对此深有感触,他们也在加速冲出逆境。

嗨酥食品

转型始于最迷惘的日子

80后创业者曹哲慧经营的是速冻的老上海口味:鲜肉月饼、大馄饨、油面筋塞肉、熏鱼。在他任总经理的嗨酥食品公司,由于师承名师,特别讲究口味和质量,因此企业不仅把点心送到了多家高星级酒店以及多条航线的公务舱,还连续两年入选进博会保障品供应商。

“2月是我压力最大、最迷惘的时候,自己的直营门店开了门也几乎没生意,酒店、航空公司的销售额也是一落千丈。”对于记者的提问,曹哲慧答得很坦诚。

转型恰恰始于最迷茫、最低落的那段时间。此前,几乎完全靠线下渠道的嗨酥,从2月开始与几家著名的线上渠道开始接洽,探路如何把正宗本帮口味

搬到网上:“上线经营后,我们会守住特色,并在此基础上创新。”

挑战显而易见。一家知名新零售企业在和他交流后表示,按照网上消费者的喜好,嗨酥必须把他们的招牌产品蟹壳黄做大,而且至少增加50%:“食材和成本不是主要问题,最难的是工艺,蟹壳黄做大后,烘烤方法完全不一样了,我们一直在试。”

眼下,在嗨酥旗下门店“徐盛兴汤包”,堂食客一点点多了起来。更重要的是,他们和几大在线平台基本磨合完毕,即将全面对接。最困难的局面正在过去,虽然前路依然有些看不清,但曹哲慧觉得,线上市场完全有可能填补线下缺口:“我对未来相对乐观。”

回天新材

每次危机也是起飞契机

在昨天记者采访的企业家中,章锋是年龄最大、阅历最丰富、也是对未来最乐观的一位。过去20多年的两场重大危机——1998年的亚洲金融危机以及2008年的全球经济金融危机,非但没有把章锋击倒,甚至成了他起飞的两次契机。他很有信心:这次也不会例外。

章锋担任董事长的回天新材是国内胶黏剂龙头企业,尽管如此,公司规模只能算“中等”。员工复工难,产业链上游供应受阻、下游需求不足……乐观的章锋不是没有遭遇挑战,但他似乎一直乐于而且善于从困难中找到积极的因素。比如,这两个月,当其他同行特别是跨国公司因为疫情而遭遇困难时,章锋却独辟蹊径,低调地

从那些企业挖来了多位资深技术专家;当胶黏剂的重要买家开工不足时,他却抓住机会以低成本锁定了原材料。

在公司的陈列室,许多挫折的故事被放在最显眼的位置,证明了章锋善于通过低回的旋律引出激昂的乐章;海外考察被对方拒之门外后,章锋以此激励公司大力开展自主创新;部分产品质量控制出现瑕疵,他公开销毁大量产品,并组织员工观看,以此普及质量意识。

章锋的目标就是抓住中国防控形势全面趋好、供应链越来越有保障的时机,坚决走向高端。这种情绪,充分体现他制作的PPT的最后一页上,上面只有五个字:“明天会更好!”



“机器换人”让春耕劲头提起来

■本报记者 薄小波

在位于嘉定区外冈镇的上海百蒂凯蔬菜种植专业合作社,记者看到这样一幕:收获生菜时,农民只要站在一边,成熟的生菜便会自己“跑”到筐筐里来……在沪郊,传统手工作业春耕正悄然发生变化,机械化、自动化越来越成为主流,高科技机械、新型种植技术以及“互联网+”的推广使用,让疫情防控常态化条件下的春耕生产提起了劲头。

上海绿望果蔬专业合作社的大棚蔬菜长势喜人,青菜、生菜、油菜,一派绿意盎然。合作社负责人曹久青于2011年在在外冈镇泉泾基地承包了415亩土地,开办合作社。从2016年起,他陆续引进多台旋耕机、播种机、移栽机等设备。作为嘉定区首家市级“机器换人”三星示范基地,上海绿望果蔬专业合作社从最初的纯人工种植到如今实现70%的机械化

率,在作业效果、经济效益上都得到很大提升,人力成本减少四成多,一年下来可节省近30万元。

除了农业劳作从手工作业到机械化的变迁之外,“互联网+”也不断渗透入农业领域,上海百蒂凯蔬菜种植专业合作社正是受益者之一。通过嘉定区农业农村委“牵线搭桥”,百蒂凯除了向盒马鲜生、大润发等超市供应蔬菜之外,还对接多家社区,以微信“群接龙”方式接收订单,向居民提供“蔬菜直送”服务,销售渠道由线下充实到了线上。

目前,外冈镇2万亩水稻种植也已启动,春耕工作正稳步推进中,镇农业部门积极落实水稻种子供应。此外,全镇拖拉机、插秧机、耕地机等农业机械的检修调试及维修保养工作也在进行中,预计4月下旬开始水田机械整地工作,为确保完成全年粮食种植面积不减少、粮食产量不减少目标任务开好局、起好步。

左袋创意 抓住短视频机遇“造血重启”

■本报记者 董薇菁

“跟着艾米咕噜,一起惊叹一起好奇,爱上大自然!”日前在优酷少儿频道上新的《艾米咕噜——大自然小课堂》,每集三分种的动画短视频,吸引了为数众多的小粉丝。这也是左袋创意旗下2014年戛纳电视节全球选秀冠军《艾米咕噜》动画IP的最新作品。

作为一家精品化的原创型动画公司,左袋创意扎根上海八年。旗下《艾米咕噜》《迷你你战士》《娜娜的玩具世界》等原创IP取得国内市场骄人成绩的同时,更带着中国动画扬帆出海,海外发行覆盖芬兰、阿根廷、荷兰等多个国家以及中东、北非等区域。

但近两个月来,左袋创意和其他中小微企业一样,不得不直面新冠疫情造成的生存危机。“今年的春季戛纳电视节取消了,六月的昂西动画节

能否如期举行也是未知数,上半年最重要的国际交易平台都停了。”左袋创意创始人于新在接受记者采访时表示,公司海外业务受到不小的冲击。

疫情发生后,很多中小微企业面临订单流失、复工困难、经营和账面资金紧张的巨大压力,但优秀的承制能力和多元化的版权收入,为左袋创意的运营提供了相对安全的财务环境。另一方面,政府快速批付的一笔文创扶持资金,也让公司管理层喘了口气。“有了政府扶持基金,解了燃眉之急,公积金、银行贷款等相关方面的利好政策也十分暖心。”得益于政府“助企纾困”,企业振作精神复工复产,开始重新造血,努力寻找发现更多盈利机会。

面对突如其来的市场变化,左袋创意主动寻求业务转型——搁置那些前期投资长、市场收益慢的中长线产品,转而开发短周期的若干小项目。“船长”

转舵后,团队迅速开足马力追赶工期,3月初左袋创意的复工率就达到了90%以上,在两个月不到的时间内迅速完成了新产品的开发。

《艾米咕噜——大自然小课堂》于3月24日上线,目前已更新至21集。上线后,团队与幼儿园老师、家长以及平台方保持密切沟通,收集反馈意见用于后续内容提升。科学实验室、画画小课堂、经典儿歌等更多新颖系列正在研发中。“优质的创意,总要结合当下受众的需求。我们相信危中有机,加速内容升级,尝试新形式的内容传播和商业变现,左袋创意不仅可以挺过这段困难期,还会发现新的发展机遇。”于新说。

八年的发展,带给这家原创动画公司很多宝贵的市场直觉。2014年,《艾米咕噜》来自全世界30多个国家的200多个项目中脱颖而出,获

戛纳电视节PITCH全球选秀冠军,这是中国甚至亚洲第一个获得该奖项的原创动画作品。毛绒玩具“咕噜”一经亮相更是遭到热捧,在海外也有很多粉丝。成功走上国际舞台的左袋创意先后在西班牙、马来西亚建立了项目制作基地和分公司,搭建教育及教学基地,汇集来自全世界的业界优秀人才,在动画IP孵化与运用中取得了骄人的成绩。疫情发生后,总公司和两个海外创作基地始终保持密切的沟通和联系。

整个三月,左袋创意为抗疫防护宣传提供了大量公益制作,包括宣传海报、防护措施的视频,以及教小朋友正确洗手的动画短片,用动漫的形式传递正确防护方法。于新告诉记者,公司正与一家科技型企业合作,跨界开发一种纳米级的儿童防护口罩。传递爱与希望,动画,无疑是一种最生动的表达。

第三届进博会公布第二批参展企业

新华社上海4月1日电(记者周蕊)中国国际进口博览会1日公布了第三届中国国际进口博览会企业商业展第二批125家参展企业名单。随着“边招展,边对接”工作继续稳步推进,不少行业细分领域内的“隐形冠军”将于11月在上海亮相。

国家会展中心(上海)进口博览会展馆总经理傅长纯介绍,第二批名单中,世界500强及行业龙头企业占比约三成,还有不少是体量不大但

在细分领域中拥有“杀手锏”的“隐形冠军”,“这些企业规模不大,相对而言不为中国的公众所熟知,开拓中国市场的力量相对有限,其实‘能量’却不小。”

技术装备展区里,有数十年如一日专注于空气净化技术研发的芬兰展商,还有多年领跑电动和手动工具制造领域的美国展商;而在医疗器械及医药健康展区,多家“隐形冠军”将与龙头企业同台亮相,带来体外膜肺氧合机

(ECMO)、无创呼吸机、有创呼吸机、体温枪、防护口罩等防疫相关展品。

本次公布的名单不乏进博会乃至中国市场的“新朋友”。傅长纯说,在本批参展企业名单中,有近六分之一的企业为首次参展,六大展区均有“新面孔”亮相。数据显示,第三届进博会已签约展览面积超过规划面积的50%,报名参展企业超过1000家,总体招展进度比前两届同期更快。

临港新片区迎首批19项事权交接

本报讯(驻临港记者祝越)临港新片区管委会与市民防办公室昨天签署第一批事权交接工作备忘录,标志着民防集中授权19项事项开始交接。5月1日前,第一批由新片区管委会集中行使的51项行政审批和行政处罚等事项将完成集中行使事项的交接工作。

为进一步促进临港新片区高质量发展,市政府明确由临港新片区管委会集中行使一批行政审批和行政处罚等事项,第一批共517项,市、区相关部门和临港新片区管委会于5月1日前完成集中行使事项的交接工作。第一批集中行使事项承接工作从去年9月中旬启动,至今今年1月市政府正式发文,只用了4个月。市民防办政策法规处副处长赵文慧告诉记者,第一批19项事项中,包括结合民用建筑修建防空地下室审核等5项

行政审批,9项行政检查,1项行政处罚,1项行政强制,1项行政确认,1项行政征收,1项其他,占市民防办政务服务事项的90%以上,真正做到了“应放尽放”。

“民防事项原先以委托形式进行。事权交接后,相关行政审批、处罚等都能由管委会相关部门行使。”临港新片区管委会建设和交通管理处工作人员孙天宇说,“此外,事项范围也得到了扩展。事前、事中、事后能实现统一协调,我们也能更顺利地开展工作。”