

工赋上海，塑造“上海智造”产业生态

刘小玲

文汇报时评

近日，上海发布《推动工业互联网创新发展三年行动计划（2020-2022年）》。面对疫情，确保产业链和供应链的安全和稳定，“上海制造”需要工业互联网赋能。“工赋上海”行动计划的出台可以说是恰逢其时。

据预测，未来80%的5G应用场景将集中在工业互联网领域。然而，现实情况是，工厂中还有大量数据没有被连接，制造业的粗放现象依然存在，靠什么降本、提质、增效呢？毫无疑问，以大规模定制、智能制造、柔性生产、全产业链生态科学

联动、供需精准对接为主要特点的工业互联网将是一条出路。纵观发达国家推动工业4.0或者工业互联网的发展，无非从四个方面着手：打基础、建平台、挖场景、强安全。“工赋上海”的14项举措不但涵盖了这些方面，还多了一个“造生态”，让企业上下游全产业链互联互通。

一是打基础，即建设工业互联网发展所必需的网络基础设施。“工赋上海”提出四项具体举措：推广云网普惠服务，建立工业大数据服务体系，强化工业互联网安全基础服务，提升工业互联网公共服务能力。在这里，工业互联网可以深度融合“新基建”各领域建设成果，比如，5G技术是工业互联网

核心网络支撑，数据中心是工业互联网平台的重要载体，人工智能是工业互联网的关键技术。因此，发展工业互联网和提升“新基建”整体建设成效是相得益彰的。二是建平台，即形成多层次、系统化的平台发展体系，提升平台运营能力。“工赋引擎”赋能行动体现了这个布局，比如：面向重点产业、重点环节，打造行业级和通用型在线平台，市属国企集团工业互联网覆盖率不低于60%，集团核心业务板块覆盖率比例不低于80%，打造一批平台型企业；培育壮大民营中小企业，实现15万家企业上云上平台。在建平台过程中，不能回避的是研发关键技术、特别是多样设备之间的互通通信问题、智能连接问题。

三是挖场景，即工业互联网需要与具体应用相结合实现落地。“工赋载体”提质行动提到了打造工业互联网龙头企业，建设工业互联网标杆园区，推动长三角工业互联网一体化发展，加快自贸试验区临港新片区工业互联网创新赋能。挖场景还有另外一个用处，找到工业互联网的核心价值所在——到底上云上平台、人机物互联之后能解决制造业企业的哪些痛点问题。

四是强安全，即建立数据安全保护体系，推动安全技术手段建设。随着大量的企业上云，海量的工控系统和业务系统有可能成为黑客攻击对象，这种“网络安全直通生产一线”可能是工业互联网的常态。因此，创新基于共识的安全多方

计算，打造多领域、多层次的工业互联网安全底座，显得尤为重要。五是造生态，即开展工业互联网产学研协同创新，构建企业协同发展体系，促进产业+金融、信息化+工业化的融合发展。这里包括了在若干领域形成标准规范，形成“生产服务+商业模式+金融服务”数字化生态，树立两化融合的标杆性企业等。

当互联网进入下半场，从消费型互联网转向生产型互联网，不仅仅是一台机器、一个工位、一个工厂或者一个产品的智能化，而是各个制造系统所集成的大系统，通过大数据、深度计算和智能网络来形成决策的过程。工业互联网，互联是基础，价值创造是核心，提升企业竞争力是根本目的。

需要指出的是，虽然工业互联网肩负着“上海制造”换道超车的历史使命，但工业互联网赋能产业需要时间的沉淀和长期的攻关。诸如GE的Predix、西门子的MindSphere、施耐德的Ecostruxure、海尔的COSMOPlat、三一重工的根云RootCloud平台等头部企业的工业互联网平台虽然推出多年，但仍然属于小众。上海工业门类齐全，工业基础良好。“工赋上海”行动计划，将增强上海企业在国内工业互联网发展中的引领作用，从“上海制造”走向“上海智造”，塑造出一个全新的未来工业生态。

（作者为上海科学院副研究员）
组稿编辑：杨逸琪

外贸企业运用新技术发掘新机会，平台24小时在线对接在线签约——

“外贸风向标”移师“云端” 华交会在在线育新机

■本报记者 徐晶卉

浙江省土畜产进出口集团是中国华东进出口商品交易会（下称“华交会”）的常客，有“外贸风向标”之称的华交会行将进入第30个年头，这一次史无前例地转战线上，参展企业也跟着改变策略。“我们这次设置了18个线上展位，包括四大类156个展品，上传415个数字文件，并申请45场对接会。”浙江土畜集团董事长张斌面对线上展会显然已经准备充分。

以发“线”精“采”为主题的华交会今年首次在线上办展，也是对办展思路、办展能力的一次集中检阅。华交会上平台好用吗？讲究当面对货洽谈的展会改道“上线”，供需双方还适应吗？华交会开幕首日，记者采访了一批参展企业，它们运用新技术“育新机”，力争在华交会上为下半年业务开个好头。

做足功课，外贸企业用新技术在线对接

浙江嘉兴丝绸股份有限公司主要从事丝绸及轻薄类女装的出口贸易生意，今年早些时候参加了广交会，线上参展已摸索出一些经验。一方面，该企业将展品从往年的近300件降至今年的近60件，集中火力推精品“爆款”；另一方面，对样品进行小视频拍摄、3D建模，还专门聘请模特展示产品效果和理念，希望隔着屏幕，让采购商有更为直观的感知。

新技术和线上沟通工具帮助外贸企业在危机中育新机、于变局中开新局。嘉兴丝绸在线上华交会首次引入3D软件进行款

式设计，360度呈现产品效果，“通过视频会议软件，现在双方可以在云端协作、在线改版样，这会帮助我们更有效率地沟通。”嘉兴丝绸展负责人吴惠萍介绍，企业去年年初才开始为3D打样建立素材库，没想到在疫情中发挥了重要作用。

组委会透露，今年的线上华交会提供全天候24小时线上外贸平台服务，设立5个专业展区：服装服饰展、纺织面料展、家庭用品展、装饰礼品展和现代生活方式展。线上华交会还专门设置“出口转内销专区”“防疫物资专区”和“跨境电商专区”，支持企业打通并统筹用好国内、国际两个市场，支持外贸新业态新模式加快发展。上海新联纺进出口有限公司总经理陈峥透露，公司目前保持着活跃的新品开发，以迅速适应市场需求。

据统计，线上华交会通过审核的参展企业共计3520家，共上传产品71759件，已注册采购商21017家；还会安排举办4场买卖对接会，参展商、采购商预约配对，将进行一对一视频连线洽谈。

抓住时机，全力稳住外贸基本盘

往年，华交会一般于每年3月举行，今年受疫情影响延至7月。在吴惠萍的眼中，这个时间点格外重要：公司产品主要出口欧洲市场，二季度外贸出口影响较为严重，“下半年开始，欧洲市场陆续复工复产，订单进入爬坡期，我们正好能抓住这个时间节点抓紧沟通，稳住市场份额”。

日本采购商大创贸易有限公司这次是第15年参加华交会，专门派来20多位



“在线买手”。上海公司董事藤村智明说，大创品牌在全世界有6000多家店铺，其中日本门店占比五成，“华交会集聚了大量长三角卖家，产品主要销往东南亚地区，对我们来说非常有针对性”。

对于以纺织轻工类产品为主的外贸企业来说，专业展会的销售约占企业全年销售的一半以上。张斌告诉记者，受疫情影响，企业上半年业绩跌去12%，下半年华

交会等展会陆续开启，预计企业下半年能进一步发力，追平去年全年业绩。

三十年栉风沐雨，华交会已经发展成为我国规模最大、辐射面最广、到会客商最多、出口成交额最高的区域性国际经贸盛会。华交会相关负责人表示，本届线上华交会不向参展商收费，拓展创新思维，全力稳住外贸基本盘，为我国外贸企业发展注入强心剂。

第30届华交会“云”上开幕

本报讯（记者徐晶卉）第30届中国华东进出口商品交易会（2020线上）启动仪式昨天在上海世博展览馆举行。今年华交会提供24小时线上外贸平台服务，会期至7月17日22时。

据悉，今年线上华交会将提供在线展示、供需匹配、在线搜索、在线对接会、在线签约、在线客服等功能，帮助中外参展商对接采购商。上海市副市长许昆林出席。

疫情期间坚持招商引资“不断线”，上半年闵行区创下多个“郊区第一”

总额146.62亿元，19个项目集中落地闵行

本报讯（记者周渊）疫情期间坚持招商引资“不断线”，力度不断加大。昨天，闵行区召开投资促进工作大会。紫光集团、中信泰富、简单充等19家企业现场与闵行区各街镇、园区、区属公司集中签约，宣告总投资额达146.62亿元的19个产业项目正式落户闵行。据悉，这些项目均是疫情期间新增落地项目。当天，闵行区投资促进工作领导小组正式成立。

值得一提的是，今年闵行区投资促进工作交出亮眼“期中成绩单”，多个指标在全市领先：今年1到5月，闵行区新增注册资金完成考核进度55.2%，在全市9个郊区排名中位居第一；同时，闵行区新设企业同比增长排名第一也在全市9个郊区中位居第一。1到6月，闵行区新增内资企业法人12395户，同比增长118.1%；新增外资企业法人391户，同比增长42.2%；完成

亿元楼17幢；楼宇单位面积税收产出达1237.5元/平方米，同比增长29%；新增内资企业总部24家，完成年度考核任务的80%。

闵行区投资促进中心党组书记、主任吴昌飞告诉记者，疫情期间，闵行区在助力企业复工复产同时，充分运用云招商、云签约模式，确保招商引资“不断线”，项目推进“不断线”。2月20日，闵行区率先举办“重点招商项目在线签约仪式”，是全市首个举行在线签约仪式的行政区，22个项目集中签约，总投资175.02亿元。截至目前，闵行区年内新增区级重大招商项目达163个，已确认的计划总投资额逾990亿元，其中，云南白药、紫光集团、信达生物、中创等为31个项目已签约落地。布局在线新经济，闵行区聚焦电商、网络医疗、在线教育、数字生活等新兴产业、新业态中的

龙头和潜力企业，形成招商目录并逐一对接，培育具有国际竞争力和技术先进性的人工智能特色产业集群。去年4月以来，累计洽谈人工智能项目百余个，已落地人工智能实体企业18家，列入区级重大项目7个，总投资额81.6亿元，目前3个项目已开工建设。

当天签约的19个项目，涉及人工智能、现代金融、科技服务、高端制造、电子商务等多个领域。据介绍，签约投资额排名前两位分别是紫光芯云和中信泰富项目。紫光（上海）芯云中心由闵行区和紫光集团携手共建，协议包括面向行业智能应用的云计算产业化、紫光AI产业基地建设以及芯片设计产业互联网平台三大投资项目。其中，云计算产业化项目拟选址闵行开发区，占地约47亩，总投资53.4亿元，达产后预计每年工业产值不低于百亿元。中信泰富（中国）

投资有限公司致力于打造上海·滨江复合型田园科创综合体项目，将与浦锦街道办事处、上海归元居文化发展有限公司就浦锦街道滨江岸线8平方公里范围展开全面合作，以滨江岸线田园综合体为基础，引入科创小镇、文体休闲、文旅体验、康养度假、健康医养等产业内容。

下一步，闵行区将加快推进“南上海高智带”和“大虹桥国际商厦”建设，瞄准产业新趋势新方向，集中力量、优选项目、重点攻坚，着力引进一批具有高端创新资源的机构、代表未来产业发展方向的项目和具有世界影响力的活动和平台，提升大企业、大项目、大活动对闵行经济发展的促进作用。同时，闵行区将加强对产业链分析和梳理，重点引进国内外龙头企业，打造一批空间上高度集聚、上下游紧密协同、供应链集约高效的产业集群。

构建统战大宣传工作格局

上海统一战线宣传思想工作专题会议召开

本报讯（记者占悦）昨天，上海统一战线宣传思想工作专题会议在市委统战部召开。会议总结了今年以来上海统一战线宣传思想工作情况，并对下一步如何加强思想引领，不断提升上海统战宣传的传播力、引导力、影响力，着力构建全市统战大宣传工作格局进行部署。

市委常委、统战部部长郑钢淼出席会议并讲话。他指出，全市统一战线要统一思想认识，强化责任担当，加强理论学习，搞好阵地建设，认真做好统战宣传思想工作。要把方向，认真宣传习近平总书记关于加强和改进统一战线工作的重要思想，始终坚持和加强党对宣传工作的领导；要聚共识，坚定走中国特色社会主义道路的理想信念，聚焦服务中心大局，做好舆论引导和思想引领工作；要防风险，守牢意识形态安全底线；要讲方法，主动适应时代发展，加强传统媒体和新兴媒体协同发展，不断提升统战宣传思想工作质量水平。

近年来，上海统战宣传工作主动融入全市大宣传工作格局，注重做好思想引领、舆论引导。围绕中心工作，聚焦主题主线，创新工作方法，充分运用各类传播手段和平台，深入宣传习近平总书记关于加强和改进统一战线工作的重要思想，宣传中国特色社会主义民主政治在上海的生动实践，宣传上海统一战线守正创新的特色做法，宣传统一战线先进典型，形成了多方支持、各方协同配合的良好统战宣传氛围。

（上接第一版）最显见的，追星不再是个人行为，而是出现了人以群分的新途径：“饭圈”。

在社交媒体上，喜欢相同偶像的人聚在一起，他们在情感上获得链接，又在集体的名义下增强了行动勇气。从去年夏天的周杰伦粉丝与蔡徐坤粉丝“打榜”之争，到如今无处不在的各类“打投榜”，无不反映出“饭圈”的明显特征——强大的组织力、严密的圈内法则。事实上，几乎每个“饭圈”都设有专门的控评组、数据组、反黑组、宣传组、应援组等。他们各司其职，自主运转，但普遍相似之处是，不惜时间和金钱在线上线下为偶像应援。

学界将这些行为逻辑归因于迷群效应。数以千计、万计的粉丝以高度执行力通过互联网，“饭圈”活动已具有了社会属性与文化属性。值得警惕的是，迷群效应很多时候并未向正能量导向。上海政法大学教授章友德说：“对追星报以真情

唯有把准价值方向盘，“饭圈”方能驶入正能量航道

更趋演变成为群体间的对立、造谣、人身攻击，严重污染了网络空间……

专家指出，未成年人正处于端正价值观的关键生长期，而他们也是暴露在情绪波动中极易产生摇摆的一群人。因此，价值引导显得无比迫切。

我们将粉丝群体引流到正向价值高地，需柔性引导与刚性制度多管齐下

谁来操控价值的方向盘，又该如何将粉丝引流到正向价值的高地？学者的建议是，激荡出粉丝的正向能量，需要在深入了解他们的基础上，

激浊扬清。

作为青年流行文化的研究者，何天平坦言，他对“饭圈文化”抱有一定的理解与认同，看到了一些积极信号。比如，近年来的粉丝普遍受过良好教育，本身有端正的价值底色。比如，今天粉丝与偶像间的关系由过去的仰视居多，转变为陪伴式追随。“扣住这些心理进行引导，粉丝能通过对偶像、增添‘与他或她一起变得更好’的动力。”而引导的方式，可以柔性性与刚性并重。

柔性引导中，偶像发声与主流舆论的引导都至关重要。此前，胡歌拒绝粉丝以集资方式包场拉票，就是凭一名演员对作品的敬畏、对市场的尊重，作出了正向示范。今年疫情最让人揪心之时，人民日报、央视新闻、新华社等主流媒体发

起微博话题，带动“饭圈”年轻人通过转发接力向抗疫英雄致敬、为武汉加油。这样的聚拢，亦不失为舆论的积极引导。

“同时，我们还应完善刚性制度。”章友德说，在这方面，各社交媒体平台、行业协会责无旁贷，都可以有所作为。

比如，相关行业协会、各平台机构可对巧立名目的榜单说“不”，避免粉丝被数据至上的资本逻辑裹挟；社交媒体应用好用“算法推荐”，让社会正能量话题而非明星八卦被未成年人广泛看见；最后，也是最终底线，粉丝活跃的微博等各大平台，需要拉紧法律与社会公序良俗的红线，对网络空间的违法失德行为采取零容忍态度。

章友德说：“要拧紧各个平台的价值阀门，其实不难，在技术的层面完全能够做到。关键在于平台管理方能否担负起应有的社会责任，能否割舍毫无底线的商业利益。”