



改善科技创新生态 激发创新创造活力

——论学习贯彻习近平总书记在科学家座谈会上重要讲话

人民日报评论员文章刊第四版

国内统一连续出版物号 CN31-0002 国内邮发代号 3-3 国外发行代号 D123 文汇报网:www.whb.cn 微信公众号:文汇报 (ID:wenhuidaily) 微博:@文汇报 客户端:文汇

国家级消费市场大数据联合实验室在上海先行先试

“数字心脏”动态解析消费密码

■本报记者 徐晶卉

在复旦大学,国家级消费市场大数据联合实验室的大屏幕上不断滚动着各种数字和图表。这里就像一颗跳动的“数字心脏”——发生在上海各区域、各商圈的市场消费数据,通过各种渠道汇聚到这里,经过数据模型的清洗、加工、分析,产出一份份动态消费报告,可以细分到不同时段、不同地区,甚至不同业态。

一位研究员刚刚完成了一份月度报告,与文化体育娱乐产业有关。数据显示,全市酒店行业在七八月快速反弹至去年平均水平,不同维度的数据连成趋势,表明上海旅游业正从观光向体验转型,“上海已启动金秋购物旅游季,接下来我们不断会有‘T+1’的动态报告”。

这是上海在数字经济领域的一项先行先

试——推进数据技术和消费市场深度融合应用。市商务委副主任刘敏表示,国家级消费市场大数据联合实验室的成立,是上海从“十三五”迈向“十四五”过程中政府管理创新的一个重要探索,将为推进消费提质升级、促进形成强大国内市场提供决策支撑。

从人工申报走向人工智能监测

为何要建这个大数据联合实验室?刘敏认为,市场变了!上海商业不断升级革新,消费市场主体跨界经营,在线经济与实体经济融合发展,原有市场数据统计方式已跟不上发展节奏了。

实验室负责人、复旦大学发展研究院常务副院长彭希哲介绍,长期以来,我国传统商

业消费统计主要使用企业侧数据,通过商业企业提供报表或者定期申报实现,从今天的视角来看,它有很多短板,比如,商业行为主体更丰富了,由于统计口径不同,一些在线经济行为主体难以统计归类;商业消费内容更复杂,特别是服务消费的外延更宽广了;支付方式也更多元,各种网络支付成了日常习惯。

“当商业模式、主体、内容、支付形式都发生了变化,单靠人工申报的方式,容易与实际商业消费行为发生背离。”彭希哲说,被忽略的数据背后,往往正是那些商业领域新模式、新业态、新品牌和新消费行为,这种误差不利于商业主管部门的商业洞察,也会影响政府更精准决策,“为了更加准确、实时地反映实际消费情况,在数字经济发展的背景下,我们必须把以人工申报为主的监测模式转变为人工智能监测,把事后报告转变为动态报告”。

技术支撑“T+1”天动态监测

在大数据联合实验室,数据的来源也变了,过去是企业端提供,如今以个人支付终端等消费端汇总为主。目前,实验室已与多家大数据企业合作,包括可监测银行卡消费的银联智慧,可校核支付宝、微信和银行卡等多支付方式数据汇总的银联商务,可实现客流监测的上海联通、携程等,实现多维大数据的融合。

“汇总数据后,实验室的工作才开始。”彭希哲告诉记者,实验室需要对这些数据进行清理、脱敏、归类、建模、分析,走过一套完整的流程,最后形成全视角的消费分析报告,实现“T+1”天的实时跟踪,动态监测,帮助决策及预警。

下转第四版

上汽集团发布中国汽车行业首个“氢战略”

未来五年力争实现“十款、百亿、千人、万辆”四大目标

刊第二版

以上海旅游节为契机,百余场文旅艺术活动将在苏州河畔上演

全力打响“苏河水岸”文旅品牌



■本报记者 张晓鸣

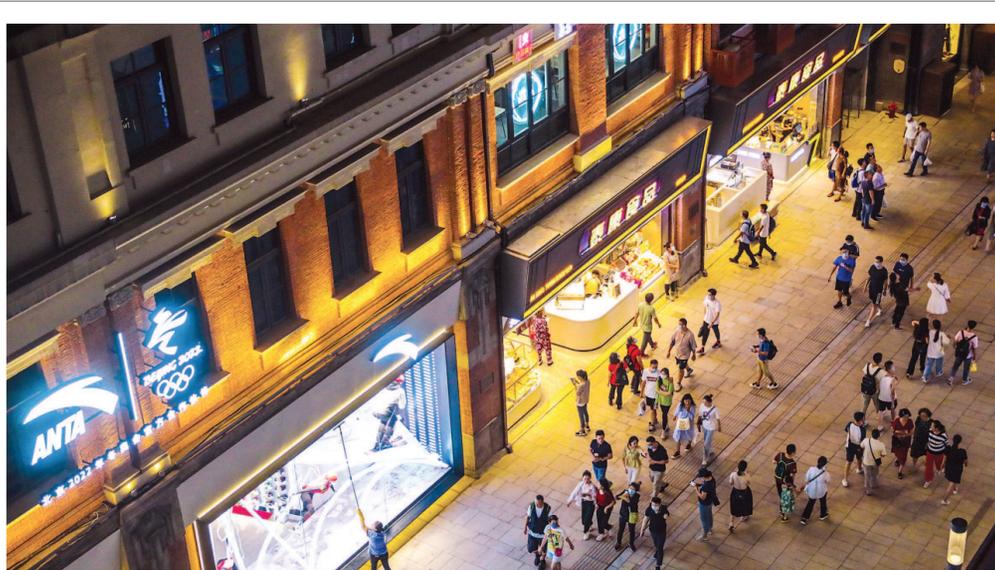
苏州河畔,树影婆娑,散步的老人、嬉戏的儿童、慢跑的青年,在夕阳的映衬下构成了一幅迷人的生活画卷。伴随着苏州河两岸线贯通开放,今年上海旅游节将这条母亲河作为聚焦的一大主题,根据上海“一江一河”战略部署,深度发掘、利用好沿岸丰富的人文和历史资源。昨天,为期一个月的2020年上海旅游节“苏河水岸”系列活动暨苏州河文化艺术节在普陀区拉开帷幕。

今年是苏州河岸线贯通之年。“人民城市人民建,人民城市为人民”,空间的共享和景观的提升带来的是双赢。普陀区文化旅游局相关负责人透露,将以苏州河岸线为纽带,串联起区域内各文化场馆、商圈、景点、社区等空间资源,将百余场文旅艺术活动搬到苏州河岸边,全力打响“苏河水岸”文旅品牌,满足人民群众高品质生活需求。

下转第五版

转版导读

■腾出沿河“项链”,让市民共享水清岸绿之美
■打造“苏州河潮玩地图”,力争四季精彩不断



南京路步行街东拓段全新点亮,流光溢彩,别样璀璨。

本报记者 袁婧摄

视觉:步行街东拓,焕新南京路流光溢彩

刊第三版

深呼吸

在物质生活日渐丰盈的当下,现实主义创作需要塑造人物更高级的精神世界——

攀比绝非现实主义真励志,都市剧必须树立起“良性的财富观”

■本报首席记者 王彦

又一部都市剧热播,剧中女主角继续着这类剧的“套路”:为孩子进私立幼儿园,托人找关系,孩子入园后,又削尖了脑袋想挤进“太太圈”。后续剧情尚有待展开,可似曾相识的开头再次引起热议。

不让孩子“输在起跑线上”,不让自己

受困于工作瓶颈中,从可怜天下父母心到职场打拼路,与生活对接的内容当然会有实打实的共情基础。可要把共情具象化到电视剧里,操作起来并不是简单的平移或放大。这两年,都市剧已是现实题材里颇具观众缘的一类。《恋爱先生》《谈判官》《欢乐颂》《我的前半生》《小欢喜》《都挺好》《安家》《三十而已》……无论是主

打爱情、职场,抑或是家庭戏份,忙碌的都市是这些爆款剧的共同画布底色,故事的魅力就藏在摩天大楼与柴米油盐缔结的错综网络里。

只不过,不少剧集在描绘都市生活的斑斓时常常会深陷困局。一方面,人生有成的“度量衡”常在剧中被交给肤浅的物质攀比;另一方面,为了规避金钱至上论,都市

剧里见识粗鄙的“有钱人”亦不在少数。这两种极端让都市剧的创作课题浮出水面——在我们物质生活日渐丰盈的当下,现实题材该如何塑造人物有境界的精神世界?中国广播电视影视社会组织联合会副会长李京盛说:“良性的财富观已成为都市剧创作的新命题。”

下转第四版

文汇时评

为“艺起前行”打通线上线下,下演艺市场发展成功破圈

黄启哲

昨天,“艺起前行”优秀新舞台作品上海展演正式拉开帷幕。而其也成为疫情发生以来,中城首个全国综合性舞台作品集中展演活动。与以往展演有所不同的是,“艺起前行”这一演艺品牌,从今年2月为凝聚战“疫”力量,征集网络短视频的话题而来;先后与上海国际电影节和上海市民文化节融合,成为集结全国舞台最新创作的展演。可以说,经过大半年的探索,其不仅见证了文艺人带动全社会参与所取得的战“疫”成果,更通过从非常时期的线上运营,到演艺市场恢复活力回归舞台的一条“逆行”轨迹,探索出演艺文化品牌发展新路。

突如其来的新冠肺炎疫情,按下的不只是剧场演出的暂停键,也按下了演艺产业改革创新的快进键。“艺起前行”作为演艺品牌萌发之初,就是源于沪上文艺人“停演不停功”、服务大众的劲头。2月中旬,在上海市宣传部的指导下,沪上文艺界在抖音平台发起“艺起前行”话题的短视频,与观众“云端”相见。最初是一众文艺名家发布的战“疫”创作与祝福,进而是个个院团或文艺人“云练功”“云演出”等一系列精彩片段,很快又吸引到上海市民乃至全国网友的热情参与。这让昔日零敲碎打的短视频内容与个体流量,通过一个话题引领,汇聚起前所未有的暖流。半年多来,仅抖音一个平台,就已征集到2.2万余条短视频,累计播放14亿次。

随着战“疫”进入最吃劲的关键阶段,“艺起前行”也逐步从单一平台的短视频话题,逐步拓展为直播、录播、带货等“云端”演艺创新产品矩阵,并引得各大网络平台“一呼百应”。而“用音乐温暖世界——12小时特别直播”、上芭携手华为推出“口罩芭蕾”视频等一系列合作跨界,更是打破地域和受众,在鼓舞人心的同时,也提升了上海文艺院团与艺术家的网络“能见度”。更进一步,“艺起前行”品牌不只加快了演艺行业复工复产的脚步,也影响带动整个沪上文艺界围绕战“疫”开展一系列活动,从而实现多个“全国第一”。比如率全国之先组织抗疫纪实文学创作推进会;召开全国第一个跨省区的抗疫主题线上线下创作研讨会;举办全国第一个抗疫主题大型美术摄影展;上海文化发展基金会开国内先河,将“疫情防控”纳入重大文艺创作资助项目……

下转第四版

相关报道刊第二版

新时代奋斗者

疫情防控最吃劲时,吴胜荣与时间赛跑“督战”口罩生产

疫情就是命令! 车间就是战场!

庚子之春,为了全力供应口罩,上海大胜卫生用品制造有限公司成了上海复工最早、响应最快的防疫物资生产企业。疫情防控最吃劲的时候,67岁的公司董事长吴胜荣“与时间赛跑、与病毒斗争”,“督战”口罩生产。作为退伍军人,他腰杆笔直、中气十足,常常用富有感召力的话语告诫员工:“疫情就是命令!车间就是战场!”

■顶上!把生产链条转起来 ■让国货之光闪耀在抗疫战场

刊第五版