

发挥生态软实力“加速器”作用

■ 周琦琦 程进

什么是城市生态软实力？

生态软实力是城市软实力的重要组成部分之一。什么是城市生态软实力？生态品质是生态软实力的基本底色，生态文化是生态软实力的核心价值，生态话语权彰显生态软实力的国际竞争力。我们认为，在未来发展中，上海可围绕“生态品质、生态文化、生态话语权”三个核心要素进一步全面提升上海生态软实力，充分发挥生态软实力“加速器”作用，促进上海率先建设具有世界影响力、生态环境优良、更加和谐宜居的社会主义现代化国际大都市。

《上海资源环境发展报告》从生态品质、生态文化和国际影响力三个方面构建城市生态软实力指数，对上海、北京、香港、纽约、伦敦、东京、巴黎、新加坡等城市生态软实力进行比较分析，发现各城市间的国际影响力得分差距相对较小，而生态文化是上海城市生态软实力发展中差距较大的领域。上海在生态软实力的三个维度方面发展较为均衡，由于尚未形成明显优势领域，使得上海城市生态软实力距全球城市顶级水平存在一定差距。

为进一步提升上海城市生态软实力，建议以提升城市生态品质为重点任务，以集聚高端资源为导向提升城市生态品质，强化生态“软实力”与“硬实力”建设，发展具有上海特色的超大城市生态文化，在对接转化国际生态标准中提升国际生态话语权。

【编者按】全面提升城市软实力是上海面向未来塑造城市核心竞争力的关键之举。生态软实力是城市软实力的重要组成部分之一。日前，上海社科院发布《2022年度〈上海资源环境发展报告〉》，报告以“全面提升城市生态软实力”为主题，从生态品质、生态文化、生态话语权3个核心篇章对上海生态软实力展开全方位的量化评估分析和系列探索，提出全面提升超大城市生态软实力的实现路径。《文汇报》今摘编部分报告内容，以飨读者。

提升城市生态品质，持续提高市民满意度和城市生态魅力

生态品质让城市更具亲和力和吸引力，报告提出了上海城市生态品质多维评价标准框架，包括人与自然和谐共生、生态设施公平韧性、生态文化包容和谐、生态经济协调高效、人居环境美丽幸福、交通出行绿色低碳等6个领域。上海城市生态环境品质促进城市生态软实力提升策略，提出推动城市生态品质提升，构建引领未来生活空间，打造和谐宜居生态之城，彰显塑造城市生态品质提升策略，提升城市居民生态环境行为与生态福祉之间以生态环境为载体进行良性互动。报告进一步聚焦上海五个新城居民生态福祉提升策略，提出通过补齐环境治理的短板和弱点、优化生态空间的结构和功能、增加淡水空间的数量、完善公众参与与生态环境治理的机制等措施提升居民的客观生态福祉和居民的主观感知。

要有“软文化”为底蕴，也要有“硬制度”加以约束

生态文化塑造城市形象和价值观，生态文化是生态软实力的核心价值，顺应和保护城市的自然生态脉络，发掘和打造城市独特的生态地标，塑造城市的特色形象和文化品牌，是提升城市生态软实力的灵魂和核心价值所在。城市的生态文化深深根植于城市的自然和文化底色中。城市的自然景观塑造了城市的生态脉络和独有形象；城市的文化谱系刻画了市民的价值认同和行为方式。生态文化是城市发展过程中实现人与自然和谐共生的物质和精神成果。如果说文化是软实力之魂，那么生态文化就是生态软实力的灵魂和核心价值所在。

著名的全球城市都有其代表性、标志性的生态人文景观，如纽约的中央公园、伦敦的海德公园、巴黎的塞纳河左岸（圣克鲁国家公园）等。这些标志性的景观发挥了提供绿色公共空间、保护城市生态环境、展示城市生态品质等生态效益。更为重要的是，这其实是在当时吹响了生态宜

在对接转化国际生态标准中提升国际生态话语权

生态话语权彰显生态软实力的世界影响力和国际竞争力，要更加广泛对接全球城市生态治理标准，更加深刻构建具有海派特色的全球城市生态环境议题，讲好生态城市建设的“上海故事”。课题组基于全球城市历史数据的分析表明，城市人均碳足迹与人均GDP呈现倒U型关系，上海需要进一步协同经济高质量发展与碳减排目标，建立行业低碳标准规范、打造低碳技术创新中心，树立高质量发展、低排放的全球城市模范，提升气候治理话语权。

为提升以规则制定权为核心的国际生态话语权，上海在政策体系设计上应围绕“需求管理为先、过程控制为重、源头与末端管理并举”主线，推动减排降碳协同增效；建议以知识生产为基础，建成承接和转移外国先进绿色技术的枢纽，在非显性碳定价和碳排放核算等方面加快实现与发达国家接轨、互认，并大力培育为企业应对碳减排调节机制提供支持的第三方服务行业。上海应积极开展国际生态标准交流合作，更好形成全球城市生态治理发展趋势和上海实践的融合，既有助于健全完善国际生态标准规则，也有助于打造上海与世界对话的开放精神，增强城市生态环境治理的世界影响力。

（作者分别为上海社会科学院生态与可持续发展研究所所长、研究员；副研究员）

以治理精度保证城市温度

■ 刘兴华



一座现代化大都市的高效运行，三分靠建设、七分靠治理。在数字时代，万物互联、万物皆数、万物皆治，带来海量的数据和交易、海量的人群、海量的物流集散，当然也带来了无处不在的安全隐患，但也为“大象”可持续安全奔跑带来了新机遇。如果说把超大城市和特大城市比作是一只“大象”的话。

数字时代的超大城市和特大城市治理理念要实现根本转变。首先是从城市管理向城市治理转变。城市管理是自上而下的、单向的、是单薄的。这是我国早期工业化和城市化的一些做法，已经不符合现代信息化、网络化和数字化的要求。数字时代的现代城市治理是全体市民的权利和责任。现代城市治理理念，要体现在城市规划、建设管理服务的全过程和各个环节。最终目的，是要让全体市民有获得感、幸福感和安全感。特别是要让市民参与到城市治理的全过程中来。从需求表达、合作生产、到效果的评价，都需要听到全体市民的声音。如果说传统的城市管理是织农家土布的话，那么数字时代的城市治理就是江南刺绣。利用信息手段，提高城市治理精度，并不只有冷冰冰的数据和刚性的机器，而是通过海量数据资源、完善基础设施、前沿信息技术利用，以及人性化的运作流程，更有效地保证城市治理的温度。

其次，从物理空间的城市向生命有机体城市转变。数字时代的超大城市和特大城市，已经不再是森林水泥构成的物理空间和众多个体聚集的场所，而是能够呼吸、表达、思维、创造的生命有机体。在城市治理的理念与目标、任务与重点、评价与反馈机制等方面，它呈现出自身特有的规律。因此城市中的所有主体，必须树立全周期治理的意识，敬畏城市、善待城市、精心呵护和经营城市，这样才能为城市治理根本性变革创造必要条件。

第三，超大和特大城市生活、生产、生态的丰富性，得益于多种城市要素的聚合，而城市要素的多样聚合则向城市提出了精细化、自动化治理的基本要求。城市治理的本质是对城市资源的合理分配和高效利用，城市治理的资源即包括政治体制、治理架构、运作机制等制度资源，也包括人员、物资、财力等物质资源，还包括信息、理念、文化等非物质资源。超大城市和特大城市的精细自治治理模式，就是要实现制度资源、物质资源、文化资源的高度适配。

海量数据的不断生成和数字技术的广泛应用，为社会敏捷治理创造了条件。超大城市和特大城市的公共政策，不能朝令夕改，让人无所适从。当然更不能刻舟求剑，让人苦不堪言。正确的做法是实现公共政策的调适性稳定，这是政策系统与外部环境适配与良性互动，从而增进治理的科学预见性和实时动态性。要超越公共政策变与不变的简单二分法，要构建公共政策调适性稳定的全新框架，做到政策理念的契合贯通、政策内容的稳健调适、政策过程的连续衔接、政策体系的配套协同，从而实现变与不变之间的精妙平衡和谐共生。

超大城市和特大城市治理，要“打破一亩三分地”的思维，突破自身行政边界的限制，在交通、产业、环境、公共服务、数据共享、应急管理各方面实现协同治理，带动提升区域治理协同化和一体化水平，要主动寻找更多的自上而下的、纵横左右的、由内而外的协同元素和文化，让区域协同发展，实现自然涌现。

——本文摘编自同济大学特聘教授、国家创新与发展战略研究会中国经济政策研究中心主任刘兴华在第二届“新技术·新治理·新城市”论坛上的发言

传统企业互联网转型的三类挑战

■ 陈景秋 朱阳 杨薇

向互联网转型是很多传统企业的致命诱惑，既能打造高速的成长飞轮，又可能带来颠覆性的威胁。在向互联网转型的过程中，传统企业可能会遇到三类挑战。

路径和“打法”

很多传统企业最初只想做销售业务的在线化，却一不小心踏入平台赛道。平台企业既不是销售商也不是生产商，而是连接器。为此，平台企业和做品牌、零售或生产的传统企业的定位都截然不同，在路径和打法上可谓天壤之别。线上与线下的路径也千差万别。线上谈的不是渠道，而是流量；流量就像阿里巴巴的宝藏，如果不会念咒语——做好运营和留存，只会白白流失。

从传统行业到互联网领域，看似只是工具的转变，思路和打法却有天翻地覆的变化。传统企业仅靠自己学习和摸索是不够的，需要大力引进互联网领域的优秀人才，促进互联网技术与业务结合，带动企业思维转变。随着互联网成为承载企业运行的基础，对互联网和数字技术人才的需求不再是锦上添花。在向互联网转型的路上，企业不仅需要专业的数字化人才，还需要通用型从业者，其拥有者会综合运用情商、智商和专业特长，获取、管理、整合、沟通、评估和创造数字化信息。

标准和规范

很多传统企业的互联网转型始于业务的在线化。在线化却是“照妖镜”，让企业的内部管理问题无所遁形。最常见的问题是“三不通”，即线上和线下的库存、服务和营销均不通。必须从生产、库存、物流到销售都遵守一个流程、一个系统，才可能在各个环节保持数据标准统一，实现

货品在线上和线下的统一管理和调配，即“一盘货”。统一流程和标准意味着要拆除“部门墙”，这是很多企业ERP时代就遇到但并未解决的“麻烦事”。基于统一的流程和标准规范，企业才有可能形成有效的信息化系统，并积累内外部数据、发展和运用自己的数字化能力。企业会形成中央大脑，不仅对资源和货品进行统一调配，还可基于大数据分析和算法指导各个环节的决策。此时，提取核心能力（业务+技术），为不同业务部门提供支持非常重要。阿里的大中台+前台，其精髓就是将核心能力提取出来，分成不同模块放在大中台，以复用和组合，为前方业务小团队提供支持。

虽然互联网和数字化突出了可复用的业务和数字中台的作用，但其蕴含的管理思想并不新。重新梳理企业内部流程，进行科学合理的再造，避免重复开发和浪费，是用心做管理的企业都应该关注到的。

文化和理念

对传统企业而言，互联网不仅是技术上，更是文化和理念上的挑战。传统企业的管理和经营更多受到规模经济和劳动分工的影响。企业形成了从CEO到各级管理者再到庞大底层员工的金字塔结构。这一组织管理模式更看重企业和员工之间的经济契约，文化风格偏保守和层级化，更加尊重权威。但是，向互联网转型的企业需要基于数字化技术做流程管理，为此，跨部门的横向协同比自上而下的命令传达更重要。

互联网时代，随着信息技术和消费需求日新月异的变化，如果决策链仍然依靠自上而下的传递只会丧失商机。企业需要将决策交给“前方听得见炮火”、跨职能的一线团队；同时为了鼓励一线员工更好地发挥主动性，企业和他们的关系更应该向关系契约转变。在这样的组织模式下，更强调合作和分享，在文化氛围上更偏向开放和共享。

随着数字化的供应链管理体系的建立，企业还可以将共赢文化向供应链的上下游传递。美的通过数字化技术实现了统仓统配——各渠道的货物由统一物流从美的仓库配送，大大提升物流效率和货品周转速度；而下游渠道商也不再考虑库存和发货问题，只需要安心卖产品、安装产品、服务客户即可；美的还开发了美云销App，帮助渠道商进入数字化时代，依据大数据分析为渠道商提供销售支持，从而将共赢的理念渗透到整个产业链的价值创造过程。

综上，在以上的三个视角中，文化和理念代表企业的上层建筑，会指引路径和“打法”标准和规范。传统企业的互联网转型是一项系统性工程，只有从顶层设计到运营管理的各个层面都做出转变，才有可能真正拥抱互联网，成为时代的弄潮儿。

（作者单位：上海交通大学安泰经管学院、长江商学院）

长三角市场一体化如何加速

■ 张祥建 周任远

建设全国统一大市场，绝不是要关起门来搞自我封闭的市场，而是要主动顺应经济全球化潮流，使国内国际两个市场高效联通，互相促进，共同发展。长三角应加快打造高水平对外开放新高地，助力建设充分开放的全国统一大市场。

加快建设高效规范、公平竞争、充分开放的全国统一大市场是我国解决发展不平衡不充分问题，推进区域协调发展的关键先手棋，也是积极应对需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力，加快构建新发展格局的关键举措。长三角作为我国最具经济活力和创新精神的区域之一，必将受益于全国统一大市场建设带来的发展机遇。同时，长三角也应在全国统一大市场建设中走在前列，积极探索区域协作新机制，加快推进长三角区域市场一体化建设，以更深层次、更高层次的区域市场一体化为建设全国统一大市场提供可复制、可推广的有益经验和做法。

深化营商环境改革，筑牢高效规范的市场基础制度

在统一大市场中，要素和资源的顺畅自由流动需要持续优化的营商环境和不断完善的市场基础制度作为保障。稳定公平透明可预期的营商环境能够坚定各类市场主体对未来发展的信心，有利于促进投资兴业的良好生态。长三角三省一市应进一步打破行政壁垒，提高政策协同，着力打造市场化法治化国际化的营商环境，以深化放管服改革为抓手，尽快打通制约经济循环的关键堵点，破除影响市场一体化发展的体制机制障碍。聚焦市场化改革的关键领域和重要环节，发挥各地比较优势，协同推进优化营商环境各项举措。一是要在经济管理领域勇于向基层放权赋能，助力激发市场主体的活力，同时还要放管结合，优化服务。比如，上海在全国率先推出各类违法不予处罚清单，为降低各类市场主体经济负担，提升市场交易效率作出了示范。二是要深化行政审批制度改革和商事制度改革，降低制度性交易成本。应充分发挥浦东社会主义现代化建设引领区和长三角生态绿色一体化发展示范区先行示范作用，在促进要素流动、推进产业链跨区域布局以及维护产业链供应链稳定上加快制度创新力度。三是要

改革考核机制，改变单纯以GDP和税收增长评价地方政府的方式，在考核中加入完善市场基础制度建设，促进一体化发展的指标权重，以激励相容的制度设计避免各地之间的重复建设和非理性竞争，实现行政有边界、市场无藩篱的发展态势。

坚定实施扩大内需战略，持续激发消费活力

扩大内需是构建新发展格局的战略基点。深入挖掘内需潜力，充分发挥消费对经济增长的拉动作用，有助于为促进市场一体化发展提供内生动力。坚定实施扩大内需战略，意味着更多依靠国内消费市场，充分发挥超大规模市场优势。长三角地区应加快拓展市场需求，提振消费信心。一是以推进上海培育建设国际消费中心城市和“满意消费长三角”活动为抓手，着力打造长三角城市群一体化消费圈。上海在充分发挥集聚全球优质消费资源优势的基础上，可以联合长三角兄弟省市，共同推动和促进首发经济、夜间经济、免税经济和品牌经济的发展。长三角三省一市还可以通过联合举办主题购物节、统筹发放电子消费券等形式，拓展消费新场景，培育消费新业态，共同打造具有全球影响力的消费商圈。二是加快完善新型消费基础设施，促进消费升级。应主动顺应消费升级的趋势和方向，加快推动物联网、消费互联网、个人消费终端等新型消费基础设施的布局覆盖，促进线上与线下消费融合发展，提升消费便利性。此外，还应大力发展普惠金融和数字消费金融，缓解消费者的流动性约束，助力满足消费者对更好产品和服务的需求。三是深化区域监管合作机制，不断优化消费环境。长三角地区应加强市场监管领域一体化合作，强化在产品品质、价格、售后服务等领域的监管协作，建立并完善针对消费欺诈行为的联合惩戒机制，切实维护消费者权益，打造放心满意消费示范区。

加快健全现代流通体系，降低市场流通成本

区域市场一体化建设需要以完善的现代流通体系为基础支撑。实施一体化发展战略以来，长三角现代流通体系建设进入了新一轮高速发展的快车道，在上海、南京、苏锡常、杭州、合肥和宁波六大都市圈已基本建成现代商贸流通中心，形成了长三角流通产业集聚区，正在推进的多层次综合交通体系建设也在不断拉近

各大城市群之间的空间距离。同时也要看到，随着经济发展水平的不断提升，长三角区域市场一体化对现代流通体系建设也提出了更高的要求。应着力提升商贸流通基础设施的数字化水平，加快商贸流通产业数字化升级。加速将5G、大数据、人工智能、工业互联网等数字化、智能化技术运用到商贸流通基础设施建设的全链条中。此外，还要加快布局支持更多商贸流通新业态新模式的发展，构建与区域市场一体化相适应的线上线下一体化商贸流通服务平台，加速智能化物流配送中心和数字化供应链服务体系的建设，协同提升长三角交通基础设施互联互通水平和数字化供应链服务体系的建设，协同提升长三角交通基础设施互联互通水平和数字化供应链服务体系的建设，协同提升长三角交通基础设施互联互通水平和数字化供应链服务体系的建设。

推进高水平制度性开放，助力提升国际竞争合作新优势

建设全国统一大市场，绝不是要关起门来搞自我封闭的市场，而是要主动顺应经济全球化潮流，使国内国际两个市场高效联通，互相促进，共同发展。作为我国对外开放水平最高的区域之一，长三角应加快打造高水平对外开放新高地，助力建设充分开放的全国统一大市场。首先，要顺应商品和要素流动型开放向制度型开放拓展的趋势，率先推动制度型开放跃上新台阶。长期以来，我国主要依靠商品和要素流动型开放吸引外资和发展国际贸易，随着全球贸易保护主义的抬头和国际经贸规则的重塑，流动型开放的红利效应将受到制度型开放的挑战。中国（上海）自由贸易试验区特别是临港新片区挂牌以来，着力探索和推动规则、规制、管理、标准等制度型开放，在外商投资备案制管理、跨境服务贸易和资本市场开放等领域积累了一系列较为成熟的试点经验，应尽快将这些经验在长三角区域复制和推广，使相关制度创新成果尽早落地生效。其次，还应利用《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）的成功实施积极推进地区经贸合作，更好发挥进博会的开放合作平台作用，持续放大双向开放“三大平台”的溢出带动效应，不断优化长三角自由贸易试验区联盟的功能性平台作用，促进投资贸易自由化便利化水平持续提升。此外，还应积极参与构建高标准开放合作平台作用，持续放大双向开放“三大平台”的溢出带动效应，不断优化长三角自由贸易试验区联盟的功能性平台作用，促进投资贸易自由化便利化水平持续提升。此外，还应积极参与构建高标准开放合作平台作用，持续放大双向开放“三大平台”的溢出带动效应，不断优化长三角自由贸易试验区联盟的功能性平台作用，促进投资贸易自由化便利化水平持续提升。

（作者分别为上海财经大学自由贸易区研究院副院长、教授；上海财经大学财经研究所博士后）