

聚焦“中国制造 2025” 拓展“工业 4.0”市场空间

第十九届工博会吸引专业观众16万人次

■ 本届工博会全力聚焦“中国制造 2025”战略的重点发展领域，拓展中国“工业 4.0”的市场空间，继续发挥工博会作为展示全球先进制造业发展和最新科技成果的舞台、服务企业拓展国内外市场的平台、彰显我国一流工业制造水准大国力量的平台等多重作用

本报讯（记者张懿）第十九届中国国际工业博览会昨天落幕。据主办方透露，第二十届工博会将于明年9月举办。

今年工博会的展览面积和参观人数均创下历史之最。统计显示，截至昨天中午，本届工博会吸引的专业观众达到16万人次，较去年同期增长约6.7%。5天的展会亮点纷呈。在制造业转型升级的背景下，本届工博会十大

专业展全力聚焦“中国制造 2025”战略的重点发展领域，拓展中国“工业 4.0”的市场空间，继续发挥工博会作为展示全球先进制造业发展和最新科技成果的舞台、服务企业拓展国内外市场的平台、彰显我国一流工业制造水准大国力量的平台等多重作用。围绕落实国务院关于新一代人工智能发展规划，工博会今年还首次设立“人工智能专区”，呈现中外最新科技创新和应用成果。

此外，本届工博会期间举办了“创新与新兴产业发展国际会议”“全球城市信息化论坛”“中国制造 2025 国际合作论坛”“2017 年世界智能网联汽车大会”等一系列重要会议，邀请全球各地的城市管理者、中外院士、世界 500 强 CEO、产业界领袖、国际组织高级官员等深入探讨交流，搭建了一个贯彻新发展理念、围绕建设现代化经济体系交流的平台。



本届工博会上，厂商展示的智能装备。

图/视觉中国

今年“双 11”销售数据或许不仅包括前期的数据透支，线下销售额也变相“走”到线上—— 两个“1000亿元”背后有啥玄机

■ 本报记者 徐晶卉

不出意外，每年“双 11”都会迎来一个创纪录的销售数据，但今年的数据似乎尤其靓丽：昨天上午 9 时 00 分 04 秒，天猫交易额已破 1000 亿元，比去年整整提前了 10 小时；京东则宣布，截至昨天早上 7 时 46 分 58 秒，从 11 月 1 日至 11 日累计下单金额超过 1000 亿元。

无论哪一份数据，都大大超乎外界预期。乍一看，“双 11”线上销售额好像并没有出现“审美疲劳”，反而再创新高。但“双千亿”的背后究竟有没有水分，有没有什么玄机呢？

天猫京东对掐数据作假

天猫和京东双方“火拼”销售数据，不料却触发了一场口水战。

对于“如何看待京东宣布‘双 11’期间 11 天下单金额达 1000 亿元”这一问题，阿里巴巴集团市场公关委员会主席王帅在直播时吐槽称：“不得不承认京东数学很好。只要京东自己愿意，可以把一年的下单金额都算成‘双 11’跨年大活动的下单总额，能让自己开心不是一件坏事，这样天猫一天的交易量肯定超不过京东一年的了。”王帅表示，这已经是京东近年第七次调整其数据统计口径。

对于天猫的指责，京东集团 CMO 徐雷随即公开反击：“你可以提前预售 20 多天，然后第一天销售额，那我家就不能正常开门做买卖只算 11 天购物季销售额了？这不是数学问题，这是逻辑问题。”

天猫京东高管对掐的背后，都直指同一个核心问题——“双 11”的数据透支。

复旦大学管理学院信息管理信息系统教授卢向华观察认为，今年的预售尤其“狠”，商家普遍采取定金方式为“双 11”当天的“收割”预热。不少消费者向记者吐槽称，“双 11”前期，网购几乎是停滞的，商家都把店铺内其他商品的价格调高了，低价商品则进入预售模式，这意味着，要么白白“被斩”，要么乖乖付定金等到“双 11”付清尾款，这是变相的数据透支。

线下数据也变线上业绩了？

今年“双 11”的数据，或许还不只



高铁快运 助力“双 11”

昨天，铁路部门正式启动为期十天的 2017“双十一”电商黄金周”运输工作。兰州铁路局依托新开通的宝兰高铁等高铁运力资源，提供高铁快运物流服务，优化货物装配流程，将“站到站”运输扩展为对电商和快递企业提供“库对库”全程服务。

图为工作人员在兰州西站将快递包裹装上 D2711 次动车组列车。

新华社记者 陈斌摄

没有奥数功底，难解“双 11”数字游戏

■ 本报记者 徐晶卉

早在“双 11”之前，各大商家就已经推出了各种预售活动。记者日前探访发现，“双 11”的游戏规则一年比一年复杂：火炬红包、定金膨胀、满减、返现……预售价和到手价之间，已经变成一条长长的计算公式。难怪网友们集体吐槽：要是没有一点儿奥数功底，简直没法只身应战“双 11”了。

消费者王女士在天猫某品牌店预定了一个日用品套装，店铺上的“双 11”预售价格是 699 元，参与“数字游戏”的有“定金膨胀 3 倍”“领券后第二套 0 元”，但

王女士怎么也计算不出来为何最后的价格变成了每套 249 元，“我也是学过小学三年级奥数的人，需要多大勇气才能放下自尊询问客服具体的计算公式？”

大量网友吐槽称，“双 11”购物规则一年比一年复杂，红包就分火炬红包、群战队红包、定金膨胀等多种类型；商家层层设置“数字游戏”，让消费者根本找不到方向。

而看似减了又减的产品，最终价可能并不便宜。“双 11”售价比平时价格更贵，这已经成为电商大促的通病。过去几年，“双 11”主要以五折的超低优惠吸引用户，但事实

上商家往往会虚抬售价。物价部门曾明确指出这属于价格欺诈，并明文规定：商品打折之日前七日内有原价的实际成交记录才算真正的原价打折。

记者发现，此次“双 11”活动为了绕开物价部门的规制，不少商家设置了诸如“预售价”“初上新价”“让利价”“优惠券”等众多价格名目，再加上花样繁多的满减和优惠，一般消费者根本没法计算原价。也有电商分析人士告诉记者，不同商品组合售卖也是今年的“套路”，只要稍微加减一些商品数量，价格就能重新定制，根本查不出原价。

扫描二维码登录天猫，在“双 11”当天付款优惠，线下无法购买。

天猫与商家合作打造的 10 万家智慧门店也是如此。惠氏旗下奶粉品牌启赋今年与天猫合作了 1000 家智慧门店，其负责人透露，消费者可以通过阿里会员码支付，享受线上“双 11”优惠，同时在线下门店直接提货。

记者从天猫方面了解到，根据“双 11”的数据录入标准，当天的交易额通过

过天猫链接到支付宝的交易额，所以商家的线下交易并不算在内。但事实上，记者发现，线下门店的大量支付都是通过引导消费者扫码进入天猫完成的，实际被纳入到了“双 11”的成交额中。

有分析人士认为，线下也是一个巨大的流量池，按照这个逻辑，如果明年天猫与品牌商家合作的智慧门店更多，那么，源源不断的线下数据都能转化成“双 11”销售额，这个数字可能就更鲜明了。

中华传统的魅力，是原创艺术成功的血脉

（上接第一版）

有评论家认为，这是中国艺术家在传统文化与世界舞台对接过程中，用中国故事与中国艺术语汇，让世界艺术界产生文化认同的一个缩影。最终能够在国际文化艺术交流中触发“共振”的，其实是对本民族文化艺术充满自信地大胆创新。

在众多海外买家中，英国沙德勒之井舞蹈剧院显得尤为特殊。这座英国最古老和最权威的舞蹈剧院，在展示片段之前，就早早签下联合制作的合约，与艺术节联合委约。能让剧院对“杨丽萍出品”如此放心的原因，缘起于 2014 年。同样是在当年的艺术节交易会上，杨丽萍推介了她的艺术节委约作品《十面埋伏》。

彼时人群之中，就坐着前来采购节目的沙德勒之井舞蹈剧院艺术与执行总监阿利斯泰尔·斯伯丁。他为杨丽萍所演绎的中国传统民族舞深深震撼，其中加入的现代元素与国际表达，让他看到“古老中国文化”在当代语境下绽放出美丽。次年，斯伯丁特别飞往上海，看完整剧后立即奔到后台找到杨丽萍签约，相信来自中国的舞

者将给英国观众带来全新的艺术体验——他的判断是对的，2016 年杨丽萍编创的《十面埋伏》在英国的首次亮相，便拿下 78% 的上座率。这让斯伯丁代表剧院，给予杨丽萍、给予其背后的中国文化以充分的信任，今年再度选择她并进行了联合委约。

谈到新作《春之祭》，杨丽萍说她希望将最具中国特色的民族舞元素融合到现代舞中。在传统舞蹈语汇的使用上有着独特的大胆创新，比如中国传统民间舞中的舞狮，在《春之祭》演变为权力的象征，而孔雀在舞蹈中出演“献祭者”，隐喻了凤凰浴火重生的希望。应该说，正是中国传统艺术文化里周而复始、生生不息的观念，为《春之祭》这一西方经典主题注入了独特的哲思，折服了来自世界各地的国际演出家们。

期待透过原创作品看到一个现代而自信的中国

不单是享誉国际的艺术家谭盾、杨丽萍等名家，越来越多的青年艺术家也借助上海国际艺术节这一平台获得亮相，进而在国际市场开

疆拓土。

青年艺术家马良的《爸爸的时光机》、张军的《我，哈姆雷特》等新作，从上海国际艺术节起飞，展开了世界巡演之旅。专门为年轻艺术家设置的“扶持青年艺术家计划”中的委约作品现代舞剧《青衣》和音乐电影《斩断》，都通过去年的上海国际艺术节交易平台被国际艺术界关注，前者亮相匈牙利布达佩斯艺术节，后者赴美国巡演。今年上海国际艺术节推出音乐剧《霸王》在交易会上反响颇佳。据艺术节中心节目交易部高级主管茅玲介绍，主创在演奏《十面埋伏》这首琵琶千古名曲时，引入当代音乐剧场的多媒体跨界融合呈现手段，已获邀赴美国做进一步推介展示。

细盘盘点就会发现，这些吸引海外艺术界的中国艺术家的原创作品，都带有传统文化的元素。业界人士分析认为，传统文化根植在每个中国人灵魂深处，往往是艺术家最先想到的“艺术标识”。KMP 经纪公司的创始人克里斯多夫·麦克道尔说，继承好丰厚的文化积淀，在此基础上，以新鲜的视角和原创精神，展现中国文化的自信与魅力，这是海外行家们最感兴趣的，因为它们独特。

地球村即景

■ 本报见习记者 刘畅

“莫斯科郊外 125 公里，皮衣军裤、黑长发靴的玛利亚翻身上马，双腿轻巧一夹，这四名‘苍穹’的俄罗斯快步马便冲将出去，乌黑色的光亮鬃毛在风中飘扬。”这段英姿飒爽的场景描写让人想起金庸笔下的《白马啸西风》，或者是普希金笔下的《驿站长》，但俄罗斯卫星通讯社 11 日的这篇报道实际上却是对俄罗斯谢尔盖耶夫区马里诺村的一位 23 岁女快递员的刻画。玛利亚的日常工作的就是把来自中国速卖通（阿里巴巴的国际平台，被称为“国际版淘宝”）的快递件送到周边的十多个村庄。“今年的纪录一定要超过 18 个。”玛利亚如此期待。去年“双 11”，玛利亚骑着“苍穹”奔驰在乡村的古道上，一天送了 18 个包裹。

皑皑白雪中驾着“三套车”，途经一个又一个驿站换马休息，喝过伏特加后继续赶路，这是作曲家柴科夫斯基在《十一月·雪橇》中描绘的经典景象，也是最为俄罗斯人熟悉的邮政叙事，但是今天这种叙事似乎要被中国人改变了。

“一个生日礼物从乌克兰寄到莫斯科花了至少三周的时间，礼物寄到，我的朋友生日已经过完了。”正在上海华东师范大学留学的俄罗斯女孩玛琳娜对本报记者这样抱怨道，“这才 500 公里的路程，俄罗斯的快递业真的太落后了。”在中国已经生活了 7 年的玛琳娜早已习惯了快递隔天就到。当被记者问到回到家乡伊尔库茨克是否会去网上“淘宝”时，玛琳娜说，“基本不会，收快递太不方便了，而且俄罗斯本土的电商平台也不发达，尽管有 Ulmart、Ozone 这样的电商，以及一些电子产品的专营店，但规模远不及淘宝、京东。”

和玛琳娜一样，越来越多的俄罗斯年轻人将目光投向了中国的“双 11”狂欢节，俄罗斯本土的在线支付平台 Yandex 支付的调查显示，今年“双 11”俄罗斯公民在中国网店的购物量将会增长 24 倍，平均消费将超过 700 卢布（约人民币 80 元）。更为有趣的是，俄罗斯电子商务协会（AITC）数据显示，2017 年上半年，俄罗斯男性的网购份额达到 47%。“双 11”前的一个月，俄罗斯人在速卖通上搜索最多的是小米、三星、华为、苹果的智能机，看来对智能电子产品热情是吸引“宅男”的主要原因。此外，AITC 的调查还发现，俄罗斯 2016 年跨境贸易总额为 51 亿美元，在中国网店消费 26 亿美元，约占总额的 52%。

然而，阿里巴巴创始人马云的目标显然不止于此，对于进入俄罗斯市场，马云曾提出“三步走”计划：第一步是在俄罗斯出售中国产品，第二步是帮助俄罗斯小型企业本土销售，第三步是向中国和其他亚洲国家出售俄罗斯小型企业的产品。如今看来第一步已经做得比较成功了，而要向第二步跨越，现代的物流系统和支付系统的支持必不可少。为此上个月马云又来到俄罗斯，10 月 19 日在“瓦尔代”国际辩论俱乐部的年会上和普京同台演讲时，他多次提及“未来”“年轻人”和“互联网在全球性事件中的角色”。而前一天他在莫斯科大学的演讲就更加接地气了，马云在莫大演讲时提出要把俄罗斯的物流系统缩短至 48 小时至 72 小时，对此天猫在俄罗斯的主要物流承运商 DPD 已经在俄 500 个城市增设了 2000 个商品发货点。而阿里巴巴集团旗下的在线支付平台蚂蚁金服也在考虑将“支付宝”或类似应用程序介绍到俄罗斯市场。

马云的“俄罗斯计划”刺激了俄罗斯政府发展电商的决心。据俄罗斯《消息报》称，俄罗斯工贸部与俄罗斯储蓄银行正在积极撰写《俄罗斯电子商务发展战略》草案，根据草案，到 2025 年，俄网店可能出现用无人机快递。这么一来，本文开头发生在俄罗斯偏远地区的“策马送快递”的故事或将不复存在。

在学深悟透全面贯彻上下功夫

（上接第一版）要坚定不移落实、落实、再落实，对标党的十九大提出的战略部署，切实把党的十九大精神转化为实实在在的工作举措和具体行动。

根据中央统一部署，市委安排在全市处级以上领导干部中，分期分批开展党的十九大精神学习培训，第 1 期领导干部研讨班邀请专家学者解读习近平新时代中国特色社会主义思想和新修订的党章，并以自学研读、分组讨论、互动交流等方式，深刻领会党的十九

大精神。

各区、大口、委、办、局、市直属单位、市管企事业单位党政主要负责同志参加研讨班。学员代表在会上作了交流发言，大家普遍认为市委切实贯彻中央精神，高度重视学习贯彻十九大精神，起步早、安排紧、抓得实。通过学习研讨，统一了思想，振奋了精神，坚定了信心。大家表示，新时代提出新要求，新时代要有新气象、新作为，我们要不忘初心、牢记使命，奋力谱写上海改革发展新篇章。

祝桥一小型超市发生局部坍塌事故

本报讯（记者唐玮婕 何易）11 月 11 日近 7 时，浦东新区祝桥镇社区一小型超市发生局部坍塌事故。

该超市系两层楼结构，一层为超市，二层为局部阁楼，用于堆放货物。事故发生后，公安、消防和相关救援专家迅速赶到现场全力开展搜救工作。到 9 时 45 分，事故现场搜救出 7 人，其中 5 人轻伤，1 人重伤，1 人危重，均送浦东新区人民医院救治。虽经专家全力抢救，但 1 名危重伤者于 13 时左右死亡。14 时 10 分，现场又搜

救出 1 名人员，经确认已死亡。

市领导高度重视事故救援工作，作出了重要批示。浦东新区区委、区政府主要领导在事故发生后立即赶赴现场指挥救援工作。现场成立了救援指挥部，组成救援保障、卫生治疗、善后维稳、事故调查四个专门小组全力开展搜救，全力救治伤员，全力做好事故应急处置工作。同时，立即在全区对类似超市、商场等场所开展地毯式排摸，切实消除各类安全隐患。