

论道

上海服务贸易如何抓住数字化机遇

彭越

数字化浪潮正在快速改写国际贸易服务贸易格局。党的二十届三中全会《决定》提出“深化外贸体制改革”，并就积极应对贸易数字化、绿色化趋势，创新发展数字贸易，作出专门部署。今年进博会的服务贸易展区有超过300家企业参展，主要涉及金融服务、咨询服务、商贸物流、文化旅游以及综合服务五大板块。如此庞大的规模，不仅展现了中国日益开放的市场环境，更预示着服务贸易在全球贸易中的重要地位日益突出。

服务贸易是国际贸易的重要组成部分，也是国际经贸合作的重要领域，在构建新发展格局中具有重要作用。在全球服务贸易竞争日益激烈的背景下，加快创新服务贸易不仅是党中央对上海高水平对外开放、培育外贸发展新动能的必然要求，也是上海推进国际贸易中心建设的时代使命，具有十分重要的意义。2024年1—6月，上海数字贸易进出口为543.9亿美元，占全国数字贸易进出口的30.3%。抓住数字化所带来的产业变迁历史机遇，促进上海国际服务贸易高质量发展，当以本土企业为核心，抓重点，讲特色，树品牌。

从国际运输服务贸易看，要在增强本土航运企业实际运力的基础上，通过数字化提高海陆空运输联动效率，加强金融保险、法律仲裁等与运输服务高度相关的“软实力”。

上海港集装箱吞吐量已经连续14年排名世界第一，但上海的国际运输服务贸易仍是逆差。这一方面因为本土运输服务的增速跟不上贸易量的增速，相关海运服务主要由境外海运企业提供，作为商业存在的境外海运公司又将收益汇往母国；另一方面因为上海的国际运输保险服务、仲裁等软实力不足。

因此建议：第一，为本土航运企业提供专项金融支持，促进本土航运企

“

加快创新服务贸易不仅是党中央对上海高水平对外开放、培育外贸发展新动能的必然要求，也是上海推进国际贸易中心建设的时代使命，具有十分重要的意义。2024年1—6月，上海数字贸易进出口为543.9亿美元，占全国数字贸易进出口的30.3%。抓住数字化所带来的产业变迁历史机遇，促进上海国际服务贸易高质量发展，当以本土企业为核心，抓重点，讲特色，树品牌。



视觉中国

业快速发展；第二，打造低碳环保、智慧高效的海陆空联运监管服务新生态，促进实现数字化与政府服务管理深度融合；第三，以数字化高效管理为国际竞争力优势，积极参与国际新通道建设，提升软实力，激发上海航运发展的新动能。

从国际金融（包括保险）服务贸易看，发展的核心在于加快推动以跨境交付为主的国际金融服务。

传统的国际金融服务贸易提供方式是商业存在，其次是跨境交付，而境外消费和自然人流动仅占很小份额。大数据生态体系正在改变国际金融服务贸易的结构。数字时代跨境交付的便捷性和灵活性、隐蔽性要远高于商

业存在，成本却远低于商业存在，境外消费和自然人流动。

因此，需要进一步帮助本土实力强的金融企业发挥规模经济优势，提供国际数字便利化服务，为其无需设立海外机构便可参与国际金融市场提供营商环境支持；重点关注发达国家关于国际金融服务贸易方面的谈判，在确保金融安全的基础上，积极争取上海作为以跨境交付为特色的国际金融中心话语权。

就国际医疗服务而言，作为“亚洲医学之都”，上海特色医疗是关键。

中国在医疗服务领域的GATS具体承诺包括医疗和牙科服务。《健康上海行动（2019—2030）》就已经提出发

展医疗旅游战略，2023年上海实施高水平公立医院国际医疗旅游试点工作，2024年2家上海公立医院共同参展伦敦世界旅游交易会，在多业态的融合中寻找医疗、旅游新的增长点，也向世界发出上海推动国际医疗旅游发展的信号。但是，目前上海发展国际医疗服务仍然面临服务特色不鲜明、医疗人员资质国家间认证难、远程医疗规模受限等问题。

因此建议：第一，加大医学生培养力度；第二，鼓励中国签订国家间、地区间医疗人员资质相互认证条约，通过数字化的远程医疗实现中国医疗服务的跨境交付，实现中国医疗服务的出口；第三，通过数字化手段，抓准上海特色推广国际医疗服务，树立上海国际知名医疗特色品牌。

国际文化服务、国际旅游服务与国际教育服务三者发展相辅相成，其发展的关键在于提升境外人士对上海经济、文化、法治、社会环境的认知。

讲好上海特色、上海故事，向世界展现现代化发展新风貌，要增强全球叙事能力。其中要充分发挥上海企业的作用，引导与倡导上海企业通过TikTok、Facebook、Steam等平台推广品牌。一方面可通过企业合作的方式吸引外国大V来沪路演，带动商品出口的同时，介绍分享上海的美食美景、艺术文博、节庆活动，提升上海文化旅游服务的国际知名度；一方面以创造IP为抓手，激励上海电影或游戏公司利用数字化技术创新的动画电影故事或游戏故事，植入上海人文历史、地理景观、审美价值，提升不同文化间的认同感，潜移默化地推介上海。

从国际电信、计算机和信息服务贸易看，数字化赋能已使上海在这项服务贸易上具备一定的国际竞争优势。

上海电信、计算机和信息服务业常年保持顺差，且顺差额呈上升趋势。上海搭建了跨境数据流通公共服务平台、数字贸易软件园、数字贸易产业开发区等，这些园区与平台以商产融合为主线的数字化、网络化、智能化的发展模式正逐渐显现出效能。进一步提升上海电信、计算机和信息服务业发展水平和国际影响力，需在这些平台的基础上尽快打造一批软件开发生态、新兴互联网信息技术及内容服务、数据处理服务和信息系统运行维护服务、数字内容软件服务以及集成电路研发设计及服务的龙头企业，夯实产业基础，延伸产业链，扩大产业链规模，为提升“中国服务”在全球价值链中的地位贡献“上海力量”。（作者单位：上海立信会计金融学院）

从『新领』吃香谈起

凝聚产业人才三问 徐根兴

推进新质生产力发展需要把概念变产品、从产品到商品的人才，需要从实验室到市场惊险一跃的产业人才，让技术创新走向产业创新，让科技成果转化成为经济效益。而在这个过程中，当下新产业的发展速度超过了高校和职业院校人才培养适应现实需要的节奏。“教育与技术赛跑”，只有人才培养与产业发展很好匹配，才能让生产力跃升。因此，职业教育的人才培养要以产业人才需求为导向，这已经成为共识。

如何化解产业创新加快导致的人才短缺？

有个新概念叫“新领”，“新领”人才不仅要掌握人工智能、物联网、智能制造等领域的前沿专业知识，同时还拥有丰富的实践经验技能，对“新领”的评价更强调其综合能力而非仅看重学历。比起传统白领蓝领，“新领”更受欢迎。

在满足产业人才的需要方面，这几年有些院校做了有益的探索。比如，有的学校通过动态调整专业结构，实现了产业、行业、企业、职业、专业“五业”联动，把学校的实验室“搬进”工厂，做到了厂中有校、校中有厂。为了满足制造业高质量发展的需要，有些省市还新办了一批职业院校。在培养产业人才方面，企业是产学研链条的主体，应该主动对接高校，参与高校人才培养计划的制定、实施和支持学生到企业实习。政府应更主动地把产业需求的现实动态与高校人才培养有效对接，让“实验室”到“大市场”的轨道通畅，还应对接各种产业论坛、组织创新创业大赛、与高校签订适应本地需要的创新创业人才协议。这种地方与高校的紧密合作，可以更好地进行人才“产需”对接。

如何做好有效针对产业导向的人才服务？

当前各地为推进产业发展出台了诸多人才政策，但如何发挥效用，避免政策资源浪费，还需要企业和政府的共同努力。一方面，企业应该从自身人才需求出发主动了解政府的人才政策，从商会、行业协会了解政策信息，安排专人经常上政府网站，掌握政策动态。更重要的是，政府要做好政策的宣贯，还必须克服人才政策多头制定、集成零碎、实现政策取向的一致性。从整体政府的理念出发，各有关部门要按照自身职责，努力营造人才引才工作合力，打造一条适合当地实际的人才政策链。

更好实现“政策找人”，努力把人才服务业务下沉，在产业人才集聚的园区经常进行政策宣讲，实现从政策盲区、政策无效到政策可及、政策有效的转化。这体现了基层政府改善营商环境的努力和功夫，也说明，人才服务部门只有懂产业流程、懂技术原理、懂创业创新的过程，才能让政策真正落地、让人才满意、让产业成长。

如何从政策吸引人才到环境和文化吸引人才？

当前，有的产业园区基础设施更新不及时，共享办公场所、咖啡馆、餐厅、绿地等配套不足，产业园区感不强，这在一定程度上消解了人才吸引力。人才吸引主要靠政策，这是传统的思维定势。但随着城市化、城镇化的迅速发展，一个地方能不能吸引人才，还要看生活环境和地域文化的吸引力。现在乡村咖啡馆越来越多，有的乡村咖啡馆充满了文化创意，这对年轻的创业者确实是一种召唤，有的大都市乡村甚至吸引了硬科技企业总部落户，真正体现了“都市里的村庄”“村庄里的都市”的魅力。因此，除了定制人才政策，环境和文化在吸引人才中也越来越重要。（作者为中共上海市委党校经济学教研部教授）

锐见

让数据新质生产要素更好

贾彦

党的二十届三中全会提出，加快形成同新质生产力更相适应的生产关系，促进各类先进生产要素向发展新质生产力集聚，大幅提升全要素生产率。2024年1月国家数据局印发《“数据要素×”三年行动计划（2024—2026年）》，旨在充分发挥数据要素乘数效应，赋能经济社会发展。持续完善的政策为数据要素市场健康发展提供坚实保障，从而有效赋能新质生产力发展。

三大效应

数据要素倍增效应提升生产效率。数据要素以非实体形式存在，呈现非竞争性、低成本复用性，可以融入产业发展各个环节。不仅有效缓解生产要素的时空约束，还能破除数字化转型过程中的障碍。数据依附于实体要素，通过与之协同实现乘数效应，从而提升全要素生产率。此外，通过与传统要素有机融合，促进资源跨区域、跨境流动，驱动创新性生产要素高效配置。

数据要素解决效应突破资源瓶颈。数据要素具备协同联动、融合创新及复用增效的特点，能够优化传统生产要素配置，打破资源瓶颈，构建灵活、多样、开放的产业发展环境。通过网状共享的方式破除“信息孤岛”，以多元主体协作形式构建新型网络连接，凭借数字化管理和智能化生产构造数据要素共享新型生态系统。

数据要素共创效应促进产业发展。数据要素的无界性和正外部性能够推动跨行业资源整合和新业态形成。数据要素不仅作为生产资料输入，而且成为连接不同产业、推动协同创新的桥梁。数据驱动的产业平台和服务不仅提升单一行业的效率，还能够实现生产力的质态跃迁，推动全产业链的共生共赢与价值重构。

观点

路径探索

（一）价值形成：建立规范、透明和公平的数据治理制度。明确的数据产权、流通与隐私保护政策是创造数据价值的基础，可以减少数据要素交易和使用中的不确定性。一是数据来源清晰归属明确。通过合规与确权，数据资源得到法律保障，使得数据资产可以安全合法参与市场交易。二是数据资产的确认、计量和披露。数据资产是企业合法持有的预期为企业带来经济收益的资源。企业可自愿披露数据要素的应用场景，系统确认和报告数据资产，提高数据要素市场认可，为资本运作提供新动能。三是建立健全的数据安全框架。我国已初步搭建起网络安全、数据安全、个人信息保护基本框架体系。未来政策应保护数据流通安全，同时保留对新质生产力领域的政策弹性，为市场主体提供试错机会，激发数据创新活力。

（二）价值实现：数据与营商双轮驱动赋能新质生产力。一是数据转化为操作性强的业务资产。数据价值实现的核心在于将抽象概念转化为具体与可实际操作的信息，从而优化业务流程，提升生产效率与决策质量。二是数据价值与企业成长相互促进。良好的营商环境提升企业竞争力并形成良性循环。我国数据交易运营方式以“政府指导+国资入股+市场化运营”为主，政策导向发挥数据市场价值，优化营商环境。三是政策支持与数据要素实际应用。我国自2016年起已在各地设立国家级大数据综合试验区，通过先行先试方式探索数据资源的开放共享。同时推动“数字强省”赋能新质生产力发展，加快贸易全链条数字化赋能。

（三）价值共享：构建全国统一的数据要素市场。一是加强政务数据的集中共享和归集。建立全国性、区域性和行业性的数据要素市场，促进各行业共享数据资源。二是构建互联互通的全国一体化数据市场标准。推广国际标准组织（ISO）及通用的数据交换标准，统一数据传输接口和API标准，实现数据在不同平台之间的无缝对接，提高数据市场的协同效率。三是“数据要素×资本要素”提升市场活力。通过数据质押贷款、数据证券化等金融工具，数据要素可以转化为流动资本，增加市场交易频次和规模。在全国统一大市场的框架下，实现技术和数据要素的自由流通及高效利用。

（四）价值转化：助力战略性新兴产业和未来产业发展。通过数据技术促进基础设施提质升级。大力推进5G基站建设，加强6G研发，扩大千兆光纤覆盖范围，推动网络基础设施优化升级。优化算力资源支持实体产业发展。增强战略性新兴产业与未来产业的发展布局。数据要素推动先进制造、电子信息等战略性新兴产业，实现产业结构形态的跃升。

（作者为上海交易集团研究院院长，首席研究员）

移动短视频时代，如何做好主流文化传播

万春利

当前，移动短视频行业市场已经成为拉动视听新媒体行业增长的重要赛道和强劲引擎。移动短视频将视频、图片、文字等多种信息元素融合其中，成为人们获取信息和娱乐消遣的重要方式，逐渐呈现为一种网络文化现象，为主流文化传播带来的新机遇和挑战，需要深入分析加以应对。

移动短视频的发展态势及主要特征

一是形式上的“碎片化”和内容上的“整合性”。移动短视频独特的制作和传播方式消解了传统媒体内容的“完整性”，以一种符合网民接收习惯的“碎片化”方式进行呈现。但是，当同一账号或矩阵账号的大量短视频堆积在一起的时候，“碎片化”内容则被逐渐拼接成一次、小故事、小主题、小知识通过多次、循环发布进行排列组合，整合成为一个较为完整和清晰的内容链条，从而传达某种生活理念和价值判断。

二是传播方式的“去中心化”与传播主体的“中心化”。智能手机的广泛应用和普及逐渐突破了拍摄的技术门槛和时空限制，让每个网民都可以成为内容创作和提交的信息节点。但是，在短视频快速发展过程中，越来越多“短视频博主”“大网红”应运而生，逐渐掌握了巨大的流量和超高的人气，成为互联网信息传播的“新的中心”，对公众的价值理念和社会舆论也形成了较大的影响力。

三是信息获取的“自由性”与算法加持的“圈层化”。一方面，在互联网空间，网民可以自由地获取、表达和分享信息；另一方面，在人工智能的算法加持下，视频平台会针对网民推送其喜欢或关注的短视频内容，从而持续固化其自身的关注焦点和价值观念。类似的信息话题和相对固定的社交圈子形成了一个

“圈层”，各个圈层通过话题讨论、粉丝互动、活动策划等方式进一步增强用户黏性，加剧了网络圈层的封闭性和独立性。

为主流文化传播带来的机遇

一是从“可阅读”到“可视听”，传播媒介得到进一步拓展。互联网传播媒介已经历静态（文字）表达阶段和音频（语音+图片+文字）表达阶段，进入到视频（图像+声音+图片+文字）表达阶段，视觉图像带来的强烈的卷入感、沉浸感、体验感与故事性，成为最具渗透力和吸引力的元素，可以使主流文化内容和生动起来，时尚起来，更好地融入人们的日常生活。

二是从“宏大叙事”到“微观表达”，传播素材更加鲜活。短视频的时长特点使其将“宏大叙事”或完整故事转化为一个个“微观表达”，以轻量化、可移动、可互动等特点拉近了与受众之间的距离，为主流文化的传播提供了广阔的叙事空间。主流文化内容借助场景营造、情节设置、内容升华等过程制作成微观叙事，在可看、可听、可读的过程中完成思想引领和传播，使文化思想舆论阵地得到延伸。

三是从娱乐商业到知识传播，内容覆盖更加全面。在发展初期，移动短视频平台主要以娱乐内容吸引用户，其较强的消遣性、趣味性快速积累了大量用户资源，此后，品牌广告、产品推广和变现、网红直播带货快速发展。自2020年起，各大短视频平台纷纷加大对知识类、教育类视频制作和发布的支持力度，把公众手中的“麦克风”交还给知识类、教育类创作者，2023年抖音用户观看教育类视频频次达3000亿次，教育类直播场次同比增加37%，用户观看教育类直播时长增加42%；超过40%的高校和约90%的双一流高校入驻抖音平台，在线学习和获取知识已经成为广大网民一项不可或缺的生活内容。

主流文化“破圈”发展的实践路径

（一）“深度”+“融合”，提升传播力。一是坚持“内容为王”。紧跟社

会现实热点和舆论焦点，对主流文化内容及要素进行深入挖掘，找到思想与现实的契合点，增强主流文化内容的关注度和影响力。二是借助移动短视频的强大创新活力和多维视角，围绕主流文化内容开展全新“叙事”。灵活运用网络流行语、“包袱”和“梗”，将主流话语寓于移动短视频之中，实现“以我为主、为我所用”。三是缩小主流文化传播的叙事单元，以小切口讲述大主题。主流文化传播应符合移动短视频制作和叙事特征，将一个长视频转换为若干个短视频或中视频，将完整故事以充满“网感”和生活化的方式进行表达，通过“微呈现”讲述“大主题”。

（二）“通天线”+“接地气”，提升亲和力。一是以民众需求为导向，增强主流文化内容和形式的有效性。要将公众需求作为文化传播的重要考量要素，在内容和形式上不断创新，用群众喜闻乐见的形式阐释科学理论、传播主流价值。二是进一步突出传统媒体的“深度”优势。在媒体融合发展过程中，传统媒体要始终保持内容生产的深度，将“新闻背后的新闻”体现在短视频之中，满足公众对“真相”和“深度”的需求。

（三）有序”+“生态”，提高网络综合治理的持久力。一是筑牢网络法治之基，提升网络综合治理效能。要毫不动摇地坚持党对网络法治工作的全面领导，瞄准网络技术特性和发展趋势，提升网络立法的针对性和前瞻性，确保依法治理网络空间的正确方向。二是以提升公众网络素养为抓手，把公众手中的“麦克风”交还给知识类、教育类创作者，2023年抖音用户观看教育类视频频次达3000亿次，教育类直播场次同比增加37%，用户观看教育类直播时长增加42%；超过40%的高校和约90%的双一流高校入驻抖音平台，在线学习和获取知识已经成为广大网民一项不可或缺的生活内容。

（作者为中共上海市委党校经济学教研部教授）