

见证中国制造业高质量发展之路

19日,第二十届工博会在国家会展中心开幕。从1999年到2018年,汲取着改革开放的澎湃动力,工博会已成为中国乃至亚太地区最有影响、最具权威的装备制造类大型国际品牌展之一,也是中国与世界各国和地区进行科技交流和经贸合作的重要窗口。同时,作为我国唯一以中国冠名、历史最长的工业展会,工博会在中国制造业快速发展的背景下孕育而生,又助推了中国制造业迈向高质量发展。

全球500强企业接踵而至

20年间,工博会与上海这座城市一起长大变强,朋友圈越做越大。如今,在工业展会领域,“西有德国汉诺威,东有中国工博会”的格局已基本成型。

从展示面积看,从首届的1.5万平方米拓展到本届的28万平方米,展位数从514个扩大到1.3万个,工博会展会面积接近德国汉诺威水平。从参展企业看,20年来工博会参展企业从最初的412家发展到超过2600家,海外地区和兄弟省市区参展面积不

断上升。同时,到会客商和参观人数不断攀升,本届参观人数预计将突破17万人次。

2001年,国务院批准工博会新的发展目标。此后,工博会“主办大家庭”不断扩围,从最初的3家增加到如今的9家。全球500强企业英特尔、西门子、ABB等接踵而至漂洋过海来到工博会,成为当时众多外企向本土化战略迈出的重要一步。

2005年,对工博会来说又是一重要节点。当年11月,经国务院批准,上海国际工业博览会自2006年起更名为中国国际工业博览会,冠名“中国”意味着工博会正式由区域型展会上升为国家级工业盛会,由此也进入了一个新的发展阶段,逐步形成了由数控机床和金属加工展、信息与通讯技术应用展、航空航天技术展等9个专业展为基础的展览格局。

近年来,围绕高端制造、绿色制造、智能制造三大主题,工博会的发展开启了加速度。以航空航天、数控机床等为代表的高端制造是集制造业大成的国家战略产业,历来占据了工博会的半壁江山。2008年成立的

中国商飞第二年就携ARJ21和C919模型参展,此后每届工博会大飞机都不会缺席。“2009年我们展示的时候只是一个模型,但是今天已经成功首飞。大飞机涉及的产业链广泛而且非常长,比如说在制造和信息化方面,别的博览会没有的而中国工博会都会有,这些都是助力大飞机翱翔蓝天的重要因素。”中国商飞市场与销售部部长张小光说。

助推制造业迈向中高端

如今,工博会已成为中国制造业企业“发声”和展示的平台,不仅集中展示了中国制造业的高质量制造实力和创新能力,还集中展示了中国制造业企业的创新模式与方向,为我国制造业转型升级发挥了示范引领作用。

另一方面,工博会也是中外企业开展对外经济技术合作与交流的重要窗口,推动着中国与全球制造业创新链、价值链联动发展。由于汇聚了全球制造业的高水平设备、尖端技术、及时信息,许多国内企业借助工博会平台走向世界。与此同时,很多

境外企业也通过工博会展示最新技术产品,并将工博会作为全球新品首发平台。今年的工博会上,通快(中国)的“TruLaser 5040 fiber 万瓦切割机”、西门子(中国)的数字化企业解决方案等都是全球首发。

“工博会在助推我国制造业向中高端迈进、打响品牌,走出国门、融入世界的同时,也对上海城市核心功能的提升发挥了重要的支撑作用。”市经信委副主任戎之勤说,上海作为工博会的举办地,是工博会效应的孕育地和辐射源。工博会所展示的制造精品,是“中国制造”“上海制造”品牌的重要体现,工博会所发挥的展示、交易、评奖、论坛等功能也是上海国际经济、金融、贸易、航运和科创中心等城市核心功能的重要组成部分。“工博会不仅丰富了上海城市核心功能的内涵,而且有力支撑了城市核心功能的建设,已成为上海一张靓丽的城市名片。”

20年,工博会正值青春。展望下一个20年,工博会必将翻开新的篇章,我们也期待着工博会发挥更多效用,走向亚太、迈向全球。

信息快报

加装电梯通过比例放宽到三分之二

上海没有电梯的多层住宅规模较大,数量较多。随着社会经济发展和人口老龄化,居民对增设电梯的呼声越来越强烈,如何更好地满足居民需求?

市政府新闻办、市住建委、市房管局联合召开的媒体通气会上传出消息:上海考虑适当调整放宽启动门槛,在没有居民明确表示反对的情况下,将加装电梯幢的居民意愿征询通过比例由90%放宽到三分之二。若有居民明确反对加装电梯,要在社区协商平台中协商解决。

记者获悉,上海已有204幢房屋通过居民意见征询完成加装电梯计划立项工作,已经竣工运行的47台,正在施工的29台。上海市房管局局长胡广杰表示,接下来,既有多层住宅加装电梯将围绕几个重点:搭建协商平台,推动居民意愿形成共识。根据《关于加强本市城乡社区协商的实施意见》,搭建社区协商平台,推广虹口江湾镇街道加装电梯工作室和“加家乐”事务所等模式,充分发挥街道基层组织协调协商和党建引领作用,平衡好加装电梯各方的利益,使不同意见群众充分发表意见和建议,形成协商统一的最大公约数,推动全市面上加装电梯工作深入开展。

推进一门受理,进一步简化优化审批流程。结合行政审批制度改革和社会项目审批时限等具体要求,继续优化既有多层住宅加装电梯的审批流程、简化报送材料、固化审批时限;落实加装电梯“一门式受理”“一网通办”和“只跑一次”等事项,方便居民群众办事。

首批“上海礼物”优选店出炉

由上海第一食品设计推出、分别以“四季上海”“话说上海”为主题的旅游食品,成为近年来新开发的“上海礼物”代表作之一。

作为市旅游局推出的“上海礼物”计划的重要部分,首批“上海礼物——优选经营店”昨天在第一食品宣告出炉。此次优选经营店铭牌分别授予第一食品南东店、老凤祥旗舰店和东方明珠纪念品商店,旨在精选出一批符合上海旅游形象的优质旅游购物场所,提升上海旅游购物的整体水平,匹配“建设世界著名旅游城市”的发展需要。

上海老字号第一食品从2015年起推出旅游食品品牌“一盒上海”,涵盖的食品品类包括五香豆、梨膏糖、龙须酥、巧克力等,成为市民与游客馈赠亲友的优选好礼;作为中国珠宝首饰业民族工业的一面旗帜,老凤祥研发的“外滩金牛”系列产品,把上海的地标景观进行了浓缩和物化,新近推向市场的“外滩建筑”冰箱贴和上海主推的“阅读建筑”系列观光产品有机结合;东方明珠旅游纪念品商店通过专业设计团队合作,开发设计具有东方明珠形象和上海元素的旅游纪念商品,设计了一系列主题插画,并通过二次开发将这些设计稿运用在不同类型商品上,陆续推出自主开发的系列生活用品、数码产品、创意文具、箱包、食品等系列产品等300多款创意旅游商品,巧妙的设计和优质的工艺受到中外游客青睐。

不为“泛娱乐化”作品买单

当下,网剧、网文内容低龄化、庸俗化,盲目追求市场、经济效益等问题凸显。专家呼吁,网络平台不该成为“泛娱乐化”的狂欢阵地,要鼓励艺术家、作家把有品位、有质量的作品放上去,受众也要提升自身趣味,不为哗众取宠的“泛娱乐化”作品买单。

叶挺将军写的《囚歌》,到了网络脱口秀节目《暴走大事件》里,末句的“给你自由”竟被篡改改为“无痛人流”。更令人痛心的是,这一打着戏谑恶搞、无节操内涵标签的节目收获了难以计数的点击量。

当社会唯点击量至上,当流量等同于成功,消费社会的功利性便成为博眼球的低俗内容的温床。网络上,某些主播打着擦边球传播色情内容,嘴里三句不离“送游艇”“送法拉利”;某些“吃播”为了获得打赏,在镜头前吃超出身体极限的食物量,再背着粉丝“催吐”出来;而无意义的调侃、戏说就更多了。前不久,4名游客违规进入甘肃七彩丹霞景区未开放区域,肆意蹂躏原始地貌,只为了拍视频发抖音。结果却造成丹霞地貌被破坏,严重受损的区域甚至已无法修复。

“消费主义时代,大家追求快速地获得、消费、享受,相对娱乐化、通俗化、碎片化的内容更容易传播。”中山大学传播与设计学院院长张志安说,“泛娱乐化”现象的表现有二,一是时政热点、社会话题等相对严肃的内容,被媒体以一种相对娱乐化的形式进行传播;二是轻松、娱乐化内容在网络上全面覆盖,并占据主导性的传播地位。“泛娱乐化”的产生与社会心理有关,在微信、微博、抖音、快手等平台上普遍存在,“资本逐利,平台为了用户黏性,也会利用算法去推荐这些更容易获得点击量和评论的内容。”

在中国文艺评论家协会副主席毛时安看来,网络平台作为多元文化、大众文化和低门槛的文化平台,出现娱乐倾向在所难免,但娱乐应有限度,稍不注意,就有可能导致泛娱乐化。他认为,区分娱乐和泛娱乐化主要从质和量两方面加以甄别。在量上超过一定限度,质上过于低下、庸俗,突破一般娱乐底线,都可以视作泛娱乐化现象。“泛娱乐化问题在网络上已经不容忽视,不少本该严肃的新闻网站也往往含有大量低俗、暴力的广告。”

泛娱乐化是人类社会发展进程中的亚文化现象,在世界范围内,电

视领域早已出现了这一问题,为此才有了美国媒体文化研究者、批判家尼尔·波兹曼在1985年出版的《娱乐至死》。在网络内容市场中,一味追求“泛娱乐”,必然导致天平的失衡。“资本、投资方蜂拥至娱乐化的内容,必然导致精品内容市场供应不足。”张志安说。而受众长期浸淫于过度娱乐化的网络空间中,过度注重娱乐化体验,也必然影响他们对公共问题的思考和参与意愿。“受众时间有限,过度娱乐化会使人们的思考浅化、简化,对社会议题的关注度和思考能力就会下降。”

毛时安认为,泛娱乐的接受门槛最低,很容易形成气候。“但这种接受是惰性的接受,如果长期地惰性接受这种泛娱乐化的文化输出,会对精神世界、人格建设产生很大的负面影响,正是因为这样,我们才要防止泛娱乐化。”在他看来,网络平台要自觉控制娱乐的质和量,吸引更多作家、艺术家给大众提供健康、积极的网络作品。比如,金宇澄的《繁花》最早是在网络上发表,并曾获得“中国网络文学20年20部优秀作品”,这说明,网络中也可以诞生经典文学作品,“我们要鼓励艺术家、作家把适应网络性格的、趣味比较纯正的文学艺术作品放上网络。”

在接受美学中,要求小说作者适应读者,一种是积极适应,一种是消极适应。毛时安介绍,所谓积极适应,就是从1开始逐步提高,让受众素质在不知不觉中提升至新的境界。消极适应则是要什么就给什么,并且不断降低数值,使读者趣味越来越低下。“网络平台要用积极适应的方式逐渐提高平台的受众趣味。从受众本身角度而言,也要提高审美趣味,正如严羽的《沧浪诗话》中所说,‘入门须正,立志须高’‘学其上,仅得其中;学其中,斯为下矣。’当一个人把自己的艺术趣味放低,就会越放越低。”

“网络是一个多元的平台,在对网络泛娱乐化引起高度重视的同时,也要看到积极的娱乐现象,不要一味地反对娱乐。”毛时安表示,他最近在“B站”发现大量年轻人在回归传统文化,故宫、非遗、文物等传统文化题材的内容获得了颇高的关注度和点击率。在张志安看来,“泛娱乐化”现象背后也体现了公众对相对轻松愉快内容的需求,娱乐不是“洪水猛兽”,需要防范的是“极端娱乐化”,避免“娱乐至死”。



AI凭什么吸引资本的目光

正在上海举行的2018世界人工智能大会上,投资界人士难掩兴奋之情。人工智能AI乃至“AI+”产业,正在深刻改变经济社会发展方式。最新公布的《2018中国人工智能发展报告》中,中国人工智能企业数量位列全球第二,2017年中国人工智能领域融资金额占到了全球的60%,成为全球最吸金的国家。

统计显示,自2013年以来,全球和中国人工智能领域投融资规模都呈现出明显的上升趋势。上述《报告》显示,2017年全球人工智能领域投融资规模达395亿美元,中国融资金额达277.1亿美元;全球人工智能领域共发生融资1208笔,中国占到了31%。

中国人工智能企业数量从2012年开始迅速增长,截至2018年6月已达到1011家。

人工智能之所以能吸引众多资本的目光,在业界人士看来,主要是因为人工智能已成为新一轮产业变革的核心驱动力和经济发展的新引擎,正不断催生新技术、新产品、新产业、新业态、新模式,深刻改变人类生产生活、全球经济格局和经济结构。同时,从国际视角看,人工智能是全球同台的

技术革命,已成为决胜未来的“关键密钥”和“重要砝码”。

软银中国资本管理合伙人宋安澜直言,人工智能对投资者来说,是一个兵家必争之地,是一定要布局的。如果说移动互联网是科技、计算机发展过程中的第五个技术周期,人工智能可能是第六个技术周期的里程碑。

过去几年,中美两国在人工智能领域投资的侧重点并不相同。在融资金额分布上,美国公司集中在处理器、芯片等基础层,中国公司则更加关注计算机视觉、自动驾驶等应用层。其中,计算机视觉、语音识别及自动驾驶三大领域是中国市场中最为吸金的三个领域。

在全球资本都在关注的当下,上海也在加速人工智能产业的布局,把人工智能作为优先发展战略。在此次世界人工智能大会上,上海人工智能产业基金、上海市杨浦区人工智能创业投资母基金、深兰人工智能产业投资并购基金接连成立。

未来,在政策与资本双向利好以及人才升级的驱动下,人工智能企业发展将如火如荼,为社会各领域全面赋能。