技术为先 赋能为王 场景为要

时事聚焦

转瞬间,世界人工智能大会已经进行三届,打造人工智能“上海高地”的努力也进入第三个年头。三年间,人工智能已是上海不可动摇的前进方向,而这座城市在技术创新、产业培育、场景应用等方面的表现,亦展现出一座创新之城的无尽潜能。

每年一次大会,人们对人工智能的认识逐年深化。今天的基本共识是,人工智能正处在技术孕育突破、场景深度应用、产业加速变革的活跃期,前景广阔,时不我待。而一座志在彰显全球影响力的社会主义现代化国际大都市,一座在发展与治理各方面都期待发挥引领作用的中心城市,不能不对这样的前沿趋势高度敏锐,尽全力主动谋划、踏上浪潮。

两年前,上海提出打造“上海高地”的愿景伊始,我们就有强烈的感觉:人工智能之于城市,是新技术、新事物,同时是一种新的场景、新的治理方式,甚至是一种新的思维方式。日前,上海市委全会审议通过详尽的《意见》,开启“人民城市”建设的新篇章。此时,我们进一步研究和推进人工智能发展,正要基于“人民城市”这个大的语境,用人工智能同城市之间更深的互嵌,凸显其在城市发展与治理进程中的不可或缺性。

这个过程中,首要的是营造开放的氛围,打造合作的平台,吸引海内外人才集聚,实现技术引领。要力争在前沿理论、核心算法、关键技术等领域创造更多引领性原创成果,增强技术基础能力,突破底层技术,形成人工智能发展的创新策源高地。

最为核心的无疑是“赋能”二字。从第一届人工智能大会开始,每年众智云集展开的热烈探讨,聚焦的不仅有纯技术、纯理论,更有人工智能对方方面面的全面赋能。今年人工智能大会云端峰会开幕前的上海人工智能战略咨询专家会议上,市委书记李强也明确表示,“我们不只看人工智能产业本身的产值有多高,更要看‘赋能百业’的效应有多大”。换言之,一座城市是否真正赶上了人工智能发展的节拍,除了看技术创新程度,还要看产业发展、公共治理、社会生活受益于人工智能的程度。正所谓是,“赋能为王”。

明确了这一条,我们对于人工智能发展的推动,就能更聚焦也更全面。聚焦,是为强化人工智能之于城市的功用,尤其是强化人工智能同各类传统产业、传统手段、传统模式之间的深度融合,进而创造出全新的产业、手段、模式,而不是简单地做个加法、保留“两张皮”;全面,则意味着绝不仅仅从规模、数量、产值上去看待人工智能,更应在远处着眼、深处着手,打下系统性的基础,从而筑就一个综合实力高强的“高地”。

具体而言,强化人工智能“赋能”作用的最重要方式,是持续为之创造场景。有了场景,技术才有用武之地,企业才有成长空间,“人民城市”中的每个主体,也才能真正感知并享有技术革命带来的品质跃升。而上海这样的超大城市发展人工智能,最核心的优势,正在于可以提供出极为丰富的场景。

2018年底,上海率先在全国启动AI应用场景建设计划,迄今已经进行两批场景开放,累计开放场景30个,涉及医疗、教育、文旅、城市管理、司法、金融等累计十大领域,吸引海外150多家企业、240个解决方案参与。今年以来的疫情防控工作实践,和这些年着力打造城市治理“两张网”的工作进程,也一再提示我们开发场景、运用技术的重要性。只要场景充分开发、充分开放,我们自会发现人工智能对城市方方面面的赋能潜力。

技术愈是更新、工作愈是推进,创造场景的进程就愈是紧迫、愈是需要各方合力开拓创新。在打造“人工智能上海高地”的第三年,在“人民城市”建设新征程的开启之年,我们当对“场景”有更深的体认,对创造新场景有更主动的自觉——这本身就是一座城市核心功能不断增强的过程,当然,也是治理者不断自我革新、自我提升的过程。 **(来源:解放日报)**

征求意见 《中华人民共和国资源税法》将于2020年9月1日正式实施。记者7月12日从国家税务总局了解到,根据相关政策规定,国家税务总局起草了《国家税务总局关于资源税征管若干问题的公告(征求意见稿)》,近日向社会公开征求意见。 ■新华社 朱慧卿

社交电商需放眼长远

■徐驭尧

“大家帮我拼一单”“点一下就有优惠”“大家一起来团”……如今在各大即时通信工具的群聊里,这样的对话不时出现。很多电商平台依托用户社交关系发展起来,构建商业模式,被称为“社交电商”。近几年,社交电商领域有数家企业相继成功上市,发展势头良好。

如果说传统电商是以“货”为纽带,以网络平台为经营渠道,那么社交电商则是以“人”为纽带,以人际关系网络为渠道进行商品交易或提供服务。根据中国互联网协会发布的《2019中国社交电商行业发展报告》,2019年社交电商消费者人数已达5.12亿人,成为电子商务创新的主要力量。在传统电商竞争日趋激烈的今天,获客成本日渐提升成为其发展最大瓶颈,“社交电商”因而成为引人注目的新赛道。

但随着社交电商平台的快速发展,良莠不齐的问题相伴而生。比如,假货、次品这一传统电商平台着力治理的顽疾,却在社交电商中找到了“呼吸口”。今年全国两会期间,有代表提出,社交电商平台绝不是法外之地,要纳入监管,要像打击“老赖”一样打击制售假者,规范社交电商平台迫在眉睫。又如,售后服务差、过度分享对用户造成滋扰等,也饱受诟病,一些社交电商甚至通过拉人头发展下线,收取人头费,与传销行为相似,目前有多家平台因此受到行政主管部门处罚。这些现象说明,部分社交电商平台在发展过程中走歪了路、念歪了经。

审视这些问题,社交电商平台需要进一步反思。对于平台运营者来说,用户是最重要的资源,他们不是数字,而是一个个活生生的个体;诚信是最宝贵的商道,商品品质、消费体验才是竞争胜出的关键。如果片面追求营销效果而不顾商品质量,盲目追求用户体量而不顾服务品质,最后只会制约自身发展。

作为“电商大国”,中国的电子商务发展走在世界前列,也切实造福了无数商户和消费者。电商平台激浊扬清,将有助于消费的良性增长。今年前3个月,中国实物商品网上零售额同比增长5.9%,占社会消费品零售总额比重达到了23.6%。目前电子商务在中国消费品版图中的地位越发重要,激发消费潜力,推动消费升级,以社交电商为代表的新型模式前景广阔,更需在保持定力中精准发力,创造新的价值空间。

指尖方寸,满目琳琅。面向未来,社交电商发展只有放弃短视,放眼长远,让消费者真正享受到平台的福利、电商的便利、产业的红利,才能达成共赢,真正实现长期繁荣。

(来源:人民日报)

用好红色资源 讲好“四史”故事

■邵宁

不久前,著名作家叶辛带着他的新作《石库门里的红色秘密》来到普陀区党群服务中心的“四史”课堂,告诉大家:“那些建国前夜的历史,我们绝大多数作者和读者都没有经历过。但它们是值得铭记的。”听了发生在上海石库门里那些惊心动魄的故事,台下的“80后”“90后”纷纷表示“没想到”:没想到这些故事就发生在我们身边,没想到“四史”教育也能这么生动。

无独有偶。杨浦区一堂“四史”教育云端思政课也在哔哩哔哩网站上引起刷屏。市改革创新与发展战略研究会会长李琪、上海市委党校常务副校长徐建刚和中国工程院院士吴志强三位大咖,以工业大区杨浦区为例,大家讲解了“人民城市”理念在新中国历史上的生动实践,年轻观众不断通过弹幕向现场嘉宾提问互动……

时下,“四史”学习教育热潮正在上海展开。党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史这“四史”内容各有侧重,但整体上都是中国共产党为人民谋幸福、为民族谋复兴、为世界谋大同的实践史,是我们弥足珍贵的政治财富和精神瑰宝。

中国共产党近百年奋斗史、新中国七十多年成长史、改革开放四十多年奋进史,以及社会主义运动发展史,都是一部部波澜壮阔的史诗,凝聚着几代共产党人的不懈追求。在2020年的今天,如何让厚重的历史变得可亲近、可触摸?上海从上到下创新内容形式,充分发挥红色资源优势,讲好“四史”故事,做到有声有色、入脑入心。

上海是中国共产党的诞生地,有着深厚的红色资源和丰富的平台载体,如今,一大批学习资源已被挖掘出来。上海目前对外开放的红色场馆就有30家,类型丰富,既有反映重大事件的,也有党史上重要人物的纪念馆。同样,从时间上也几乎覆盖了党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史上的每一个重要阶段。红色资源优势,在上海“四史”教育中正发挥着独特的作用。

国际博物馆日,作为龙华看守所旧址的龙华革命烈士纪念地成了一座“大型剧场”,改编自革命烈士罗亦农的生平事迹的话剧《那年桃花》在这里上演。现场观众换上了民国服装,全程以“沉浸式戏剧”的方式见证一位共产党人坚定的革命信仰,也收获了心灵的震撼。这一抹永不褪色的红,为“四史”教育注入红色动力。7月1日起,中共一大会址纪念馆等沪上多家博物馆、纪念馆纷纷举办红色主题展览,为参观者定制四史学习线路和专项服务。中国劳动组合书记部旧址的情景党课《足迹·红色序曲·起点·摇篮》引人入胜,钱学森图书馆的《钱学森图书馆筹建中的故事》、上海电影博物馆的《新的银色世界:中国左翼电影运动回顾》,上海汽车博物馆的《车轮向前·从汽车工业发展看改革开放之路》等线上讲座各具特色,让观众体验到了生动的四史教育。

读史使人明智。知史爱党、知史爱国,才能更好地从历史中汲取智慧和力量。通过形式多样、内涵深厚的“四史”学习教育,广大党员干部必将加深对党的初心使命的感悟,坚定理想信念,推动改革开放再出发,更好增进人民群众福祉。

(来源:新民晚报)

助力高校毕业生求职就业

■李心萍

“云合影”“在线拨穗”“直播打包行李”……最近,许多高校创新形式,以别样的方式送别2020届毕业生。特殊的毕业季,不少同学虽已作别母校,却仍奔波在找工作的路上。

高校毕业生就业与农民工就业,被比作就业的经线和纬线,织牢经纬线,事关我国就业形势的稳定。今年高校毕业生达874万人,受新冠肺炎疫情、经济下行压力加大等多重因素叠加影响,就业形势相对严峻,“保就业”任务艰巨。在供需匹配方面,一些招聘活动因疫情防控原因被迫推迟。尽管用人单位积极尝试线上招聘活动,但由于时间紧迫、准备不足、面试密集等因素,难免会对毕业生心理和就业质量产生影响。

面对困难,各地区、各部门集聚众智、凝聚合力,积极拓展就业渠道,努力优化就业服务,助力高校毕业生求职就业。今年,国家增加招募5000名特岗教师、总招募规模达10.5万人,“三支一扶”项目扩招至3.2万人。央企国企打头阵率先扩招,基层岗位、升学、入伍、见习规模全部扩大;网络招聘、视频直播,行业专场、地方专场,各类模式纷纷亮相;老师们线上答疑解惑,免费就业指导课程随时听……在多项政策推动下,高校毕业生就业工作卓有成效地推进。

疫情给我国发展造成了较大冲击和影响,但我国经济稳中向好、长期向好的基本面没有改变。令人欣喜的是,虽然部分岗位招聘规模有所收缩,但践行高质量发展要求的中国经济对高素质人才的需求日益增长,正孕育出不少适合高校毕业生就业的岗位。比如,在新基建领域,以算法工程师等为代表的新岗位人才缺口较大;在美容、美发、健身等生活服务业,随着“线上化”加速,对擅长线上运营的毕业生需求也日渐旺盛。今年的《政府工作报告》指出,“促就业举措要应出尽出,拓岗位办法要能用尽用”“要促进市场化社会化就业,高校和属地政府都要提供不断线的就业服务,扩大基层服务项目招聘”。帮助高校毕业生就业,既要让财政政策、货币政策与就业政策协同发力,夯实稳就业基础,更应多措并举、创新方法,让政策落到实处。

作为求职创业的主体,高校毕业生自身的努力、就业理念的转变也至关重要。如今毕业生就业,不仅面临总量压力,结构性矛盾也比较突出。大数据显示,即使在新兴产业,一些技术含量较低的职位由于求职者众多,竞争颇为激烈,而在酒店、餐饮、家政等传统行业,也有好的发展机会。因此,要想找到心仪的岗位,必须实时关注市场变化,及时调整就业预期。毕业生求职,最终比拼的是综合实力。提前做好职业规划,明确目标、加强学习,注重积累实习经验、提升就业能力,才能充分发挥自己的优势,找到理想的工作。

就业再难也不能掺水分,大学生就业率不容有丝毫造假。前不久,教育部启动高校毕业生就业状况核查,目的就在于准确掌握当前高校毕业生就业情况。874万高校毕业生既给劳动力市场带来压力,更是宝贵的人才资源。攻坚克难、加倍努力,千方百计为毕业生做好就业服务,这是全社会共同的责任。 **(来源:人民日报)**