

中国6G何以加速跑

■靳山

时事聚焦

今年以来,可以明显感受到我们在6G技术应用、产业发展等方面的加快落子。5月,工业和信息化部向IMT—2030(6G)推进组批复6GHz频段6G试验频率使用许可。6月,6G创新发展部省协同试点专项行动启动。7月,江苏省成立6G产业联盟,湖北省发布6G产业创新发展行动方案。从实验室加速走向试验验证、产业落地,6G发展方向清晰、步伐稳健。

6G,是继5G之后的下一代全球移动通信系统。批复6G技术试验频率,意味着什么?简单来说,有了这个许可,工程师能够在真实的城市、工业等场景中测试信号穿

透力、设备干扰等现实问题。如果用考驾照来类比,大致相当于过了理论学习和封闭训练场训练阶段,可以到“真实道路”上“实战练兵”了。这无疑是向实际应用迈出的一大步。

那么,普通用户什么时候能用上6G?

我国6G技术试验分为三个阶段,分别是关键技术试验阶段、技术方案试验阶段、系统组网试验阶段,对应主要目标是明确6G主要技术方向、面向典型场景及性能指标研发6G原型样机、研发6G预商用设备等。当前,第一阶段目标达成,第二阶段开启。预计在2030年左右,6G将启动商业应用,真正走进我们的日常生活。

在中国,对一些重大工程、重点项目,很多人会下意识地想要了

解它们的时间表、路线图。这种潜意识里的“对表”,正是科学规划、有力执行的深入人心,也折射“中国之治”的战略思维:无论是推进创新,还是深化改革,我们“不打无准备之仗”,总是规划好了再行动。战略思维,让我们心中有数。

3年多前,《中华人民共和国无线电频率划分规定》(2023年版)发布,为全球6G频率划分提供了参考。率先启动6GHz频段研究、率先批复6G技术试验频率,都体现出我国对频谱资源的科学统筹规划与精准合理供给。把好规划和执行力结合起来,是过去我国通信业发展蝶变、弯道超车的重要经验,也是未来持续攀高向新的重要法宝。

从建设农村路网,到城市更新,再到“千年大计”,规划先行都被置于重要位置。雄安新区建设过程

中,力争把每一寸土地都规划得清清楚楚后再开工建设,建立风貌管控机制、引入数字化预演模式,确保每栋建筑、每条道路都符合整体风貌要求,避免了风格违和。由小及大,更能感悟:科学制定和接续实施五年规划,“是中国特色社会主义一个重要政治优势”。

战略思维,让我们行稳致远。2025年,我国新增5G基站58.8万个,总数达483.8万个,超330个城市实现5G—A网络覆盖。6G时代,5G基础设施是否难有用武之地?答案是否定的。

“六张网”中的新一代通信网,既包含采用新技术建设新网络,也涵盖对现有网络的升级。中国工程院院士张平带领团队,验证了语义通信技术在4G、5G链路上即可达到6G传输能力的可行性,探索

出在低频段、小带宽下实现6G性能目标的发展新路。这些,正符合“十五五”规划纲要中“坚持适度超前、不过度超前,加强基础设施统筹规划,优化布局结构,促进集成融合”的方向和原则。

想起一件小事:一次给大姨发过去一段文字,许久之后收到一段他人代回的语音,我才想起——大姨并不认识字。点击视频通话,得以畅聊一番。移动通信技术迭代,不断降低门槛、弥合鸿沟,让许许多多原本使用起来有困难的人,也能享受便利、拥抱数字生活。

6G将给我们的生活带来什么改变?有些可以预见,更多则难以准确预知。不过,可以确定的是,锚定技术普惠、技术向善的方向,科学规划、精准落实,创新发展的步子会越迈越坚实,道路会越走越宽广。(来源:人民日报)

给“科技感”营销套上安全缰绳

近期,智驾“小蓝灯”被叫停,引发广泛关注。这是监管部门规范新能源汽车设计的又一记重拳。此前,同为“科技感标配”的全隐藏式门把手,因逃生隐患问题也已被叫停。接连出现的行业纠偏,将一个迫切的问题摆上台面:当“科技感”成为营销密码,安全的底线究竟何在?

“小蓝灯”的设计初衷就是对外传递智驾状态。由于缺乏统一标准,各家车企为了强化品牌标识度,在颜色、位置、面积上争奇斗艳,使作为安全标识的“小蓝灯”逐渐变味为营销噱头。酷炫的外壳难掩合规硬伤和安全隐患——蓝色是特种车辆专属光色,实际道路行驶中,蓝光也容易在夜间造成眩光,干扰周边驾驶员视线。因此,这其实是一场技术营销对公共安全信号体系的越界改写。而此次整治恰是智能汽车创新设计去噱头、重安全的重要信号,将助推汽车消费市场进一步回归理性。对普通消费者而言,行业规范升级将褪去新车的部分“科技滤镜”,让汽车消费真正回归产品本质。

当然,“科技感”营销本身并非“洪水猛兽”。近年来,人工智能、虚拟现实等前沿技术向应用端渗透,

催生各类新型消费业态。智能经济时代,企业借助科技叙事展示自身硬实力、传递前卫生活理念,本无可厚非。然而,当营销逻辑压倒产品逻辑,噱头优先于风险防控,科技符号脱离真实需求而被神化为价值来源,技术便沦为追逐流量的工具,“科技感”就可能异化为马克思所批判的“商品拜物教”的最新形态,由此带来的隐患值得重视。

一方面,滋生大量“伪创新”。一些营销噱头利用大众对科技的心理崇拜与信息差,堆砌AI、量子、智能等时髦词汇包装产品,赚取高额溢价。“量子护肤”“干细胞美容”“智能理发器”“智能冰箱”……重概念渲染、轻功能落地,重视觉噱头、轻安全论证,甚至存在概念夸大、数据注水、混淆技术边界等问题,这类鸡肋的“黑科技产品”大肆收割消费者。

另一方面,是选择性的叙事遮蔽。“科技感”并不天然等同于安全可靠,我们需要摒弃“越智能就越安全”的幻觉。一些企业用夸张的话术营销技术参数,又用各类视觉符号营造前卫氛围感,试图把产品打造为身份象征和潮流标签,却对潜在安全隐患缄默不言。例如,“智能

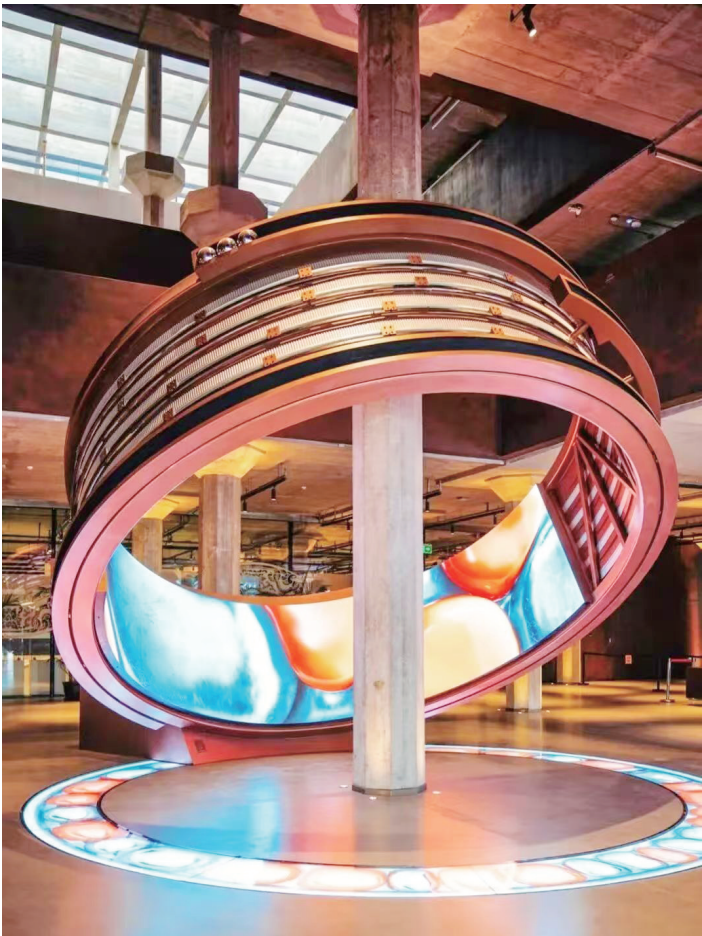
生活”宣扬万物互联的理念,却可能将家庭隐私悄然“直播”;“零重力座椅”也因未能识别儿童占位而被推上舆论风口。

此外,流量逻辑也可能反向支配企业创新的方向。当“吸睛”比“管用”更易获得资本青睐,技术路线容易滑向眼球效应和短期热度。如,不少企业把具身智能研发重点集中在提升运动速度、交互效果等娱乐化展示;而对普通消费者而言,一台走得平稳、绝不跌倒的机器人,远比一台跑得快却容易失控的产品更有价值。这意味着企业要摒弃“技术炫技”的误区,从解决人们生活的真实痛点中寻找创新方向,以长期主义浇灌未来产业之花。

科技是满足人们对美好生活期待的赋能工具,以“科技感”吸引目光,安全底线绝不能松动,更不应沦为博取流量的营销道具。科技创新的成色,从来不在于外表有多酷炫,而在于能否守护普通人的安全与福祉。唯有拉紧安全缰绳,挣脱噱头绑架,让“科技感”扎根真实技术、严守安全红线,才能避免科技营销走入歧途,避免科技创新沦为“皇帝的新衣”。

■陈瑜(来源:文汇报)

世界技能大赛与你我的关系



近日,全球首家以“技能”为主题的博物馆——世界技能博物馆,在经历全方位升级后正式对外开放。常设展区全面升级,展品与设备精修焕新,馆内外公共空间同步优化。为迎接第48届世界技能大赛,场馆换上了“世赛新皮肤”。资料图

■文茜婷

9月22日,这场“技能奥林匹克”将在上海开幕。竞赛项目64个、新增赛项7个、选手超1400名、参与的国家 and 地区70多个,创下“四个之最”。中国将派出71名选手,实现全项目覆盖。加上同期举办的世界技能博览会和世界技能大会,“一赛两会”总面积达36万平方米。

数字热闹,但很多人问:这比赛和普通人的有什么关系?

关系藏在分数之外的人生选项里。世赛给出了另一把成长标尺——中考失利的鲁静怡,在河南化工技师学院苦练,拿下里昂世赛化学实验室技术金牌;95后司献凤凭美容项目冠军获评“全国技术能手”,成为上海美容行业技能落户第一人。世赛舞台,装着人生的另一种解法。

关系写在就业风向里。赛项紧贴产业脉搏——低空经济、数字经济催生新职业,看世赛,就是看未来

三五年什么技能最吃香、什么行业最缺人。

关系落在可参与的“技能嘉年华”里。世界技能博览会对公众开放,“一省一技”展演、互动体验站、青少年工坊、非遗技艺体验……这不是关起门的专业比拼,而是人人可玩的技能派对。

关系更在中国制造的底气里。我国技能劳动者超2.2亿人,高技能人才达7200万人。他们是制造根基,也是服务底座。同期世界技能大会将汇聚2000多名全球政策制定者、专家和青年领袖,共探技能人才培养路径。

技能改变世界,技能照亮前程。我们期待赛场高光,更期待技能成为更多年轻人的选择、成为新赛道的核心动力、成为中国制造最过硬的底气。

■向袁媛(来源:新民晚报)

山村少年的回复何以刷屏

近日,有网友在四川绵阳一名少年的社交动态下留言:“小孩,好好读书,努力走出大山。”“坐公交车就可以出去了。”这名少年的淡然回复在网络走红。两句话的碰撞,倏然瓦解了“唯有苦读逃离大山”这套流传已久的传统叙事,让人们看见大山深处早已发生的深刻改变。

长辈口中“努力走出大山”,是一代人与地理困境博弈的集体记忆。在交通闭塞的过去,大山意味着隔绝与局限,读书考学几乎是挣脱地域束缚最重要的路径。这句叮嘱饱含父辈朴素的期许,背后是物质匮乏年代沉淀下来的生存逻辑。但随着时代发展,客观现实已然变迁,这套旧叙事落在新一代身上,便生出观念上的错位。

这并非简单的晚辈“顶撞”长辈,而是两代人认知坐标系的碰撞。网络上收获数十万点赞的热梗“考得好,我祝贺。教育我,你是谁?”,同样折射出当下年轻群体的心态:他们不抗拒奋斗,却反感居

高临下的说教,排斥带着预设的“爹味”规训。年轻一代拥有独立的主见和对现实的判断,不再全盘接纳上一辈的人生模板,不会把“逃离故土”当作人生唯一标准答案。少年的回答没有激烈辩驳,只用一句现实观察,温和消解了旧叙事自带的沉重感。

这份从容淡定,根基在于实实在在的 China 基建进步。截至2025年底,全国农村公路总里程已达471.12万公里。“十四五”时期,约3万个乡镇、50多个建制村全部通硬化路。城乡公交开进群山,“四好农村路”四通八达;更有“村村通5G工程”给群山安上“神经末梢”,“网路”抹平了山村的地理劣势。路网通了,人流、物流双向循环。“能人”归乡创业,山货能直播卖全国;城市的创意、资本流向山野,带动民宿、研学等业态发展,山村由此变得更精彩。过去,“走出大山”是艰难的突围;如今,出山只是一种生活选项。

公交穿山而来,不只打通了出

行通道,更拓宽了新一代山里少年的精神视角,塑造了不卑不亢的生命姿态。曾经高山阻隔,遥不可及的诗和远方令人仰望,也滋生自卑;如今,基建全覆盖,带来机会的平等,“坐公交就可以走出大山”的淡然里,透出山里人对山外世界的平视姿态。发展的意义,从来不只是给人一条逃离家乡的出路,而是让人既能逐梦山外,亦能扎根乡土,享有选择的自由,且都各具价值。城乡之间不再有绝对的优劣,而只有不同的生活方式,这正是乡村发展更深层的精神成绩单。

当然,代际观念差异并无绝对对错。长辈的叮嘱来自亲身经历,少年的回答来自他所处的现实生活。对话刷屏的真正启示是:时代在向前发展,社会的进步不只写在宏大叙事里,也藏在普通人的观念、心态与选择之中。当硬件壁垒逐渐消融,精神层面的城乡平等催生出新观念新目标新动力,这才是最感人的时代故事。

■晓彦(来源:文汇报)