

打造竞争新优势 建设未来“新标杆”

——来自首届全球数字经济大会的观察

受新冠肺炎疫情影响,全球经济复苏乏力,数字经济已成为全球经济增长的新动能。来自2021全球数字经济大会的数据显示,2020年全球47个国家数字经济规模总量达到32.6万亿美元,同比增长3.0%,占GDP比重为43.7%;我国数字经济规模增速9.6%,位居全球第一。来自政府部门、全球科研机构、知名企业的代表、专家学者等热议,数字经济已经成为国家经济发展的新引擎,下一步将为数字经济的发展创造更大空间。

数字经济:肇画数字化发展新坐标

近日,2021全球数字经济大会在北京开幕,一辆名为“闪测方舱”的移动实验车,出现在北京国家会议中心东侧,负责会议现场参会人员的核酸快速检测,确保防疫安全。在先进的数字技术支持下,如今几十台“采检一体”的移动实验车正坚守在重点医院及交通枢纽等场所,助力生产生活有序运行。

在首届全球数字经济大会的展厅里,“闪测方舱”、智能巡检、远程诊断、5G智能工厂等一系列以数字技术为支撑的全新应用令人目不暇接,已经构筑起未来生产生活的崭新局面。

会上,中国信息通信研究院发布的《全球数字经济白皮书》显示,2020年,全球47个国家数字经济规模总量达到32.6万亿美元,同比名义增长3.0%,占GDP比重为43.7%。中国数字经济规模为5.4万亿美元,位居世界第二;同比增

长9.6%,增速位居世界第一。

在我国,数字经济已经成为驱动经济发展的新引擎,产业基础进一步夯实。工业和信息化部副部长肖亚庆说,我国建成了全球规模最大的光纤和4G、5G移动宽带网络,5G终端连接数超过了3.65亿,5G应用场景日益丰富。数字化转型全面提速,发展环境持续优化。

“当前是新一代信息技术和我国经济社会数字化转型的历史交汇点。”中国工程院院士邬贺铨认为,数字经济满足了我国高质量发展的需要,在劳动力、土地、资本等生产要素继续发挥作用的同时,数据作为新的生产要素,正在促进生产力增长和经济结构的优化。

数字治理:锚定数字化标杆新方向

大会上,北京市发布《北京市关于加快建设全球数字经济标杆城市的实施方案》,描绘出数字经济标杆城市的“新蓝图”。从1984年中关村“电子一条街”、涌现搜狐、百度、新浪、瀛海威等互联网公司,到2021年在全球首个提出建设数字经济标杆城市,北京力争到2030年全面实现数字赋能超大城市治理。

2020年,北京市数字经济增加值超过了1.44万亿元,占经济总量已达到40%。北京市委有关负责人说,北京正在建设以数字经济为主要特征的自由贸易试验区,为数字经济发展注入强大动力。面向未来,北京将立足自身资源禀赋,坚持国际一流、首善标准,积极

打造中国数字经济发展“北京样板”。

数字化转型已不是“选择题”,而是关乎各行业生存和长远发展的“必修课”。

清华大学公共管理学院院长江小涓认为,如果说“十三五”时期数字经济主要从消费端的平台发力,那么“十四五”时期生产端数字化、智能化将成为重要的新增长点。

今年以来,北京发布国内首个自主可控区块链软硬件技术体系“长安链”,保障数据安全,形成了“食品安全链”、电子印章等200余个应用场景。“推动数字世界与传统的物理空间深度融合,迫切需要技术和模式的创新,支撑数字经济的发展。”“长安链”发起单位之一、北京微芯区块链与边缘计算研究院常务副院长任常锐说。

数字经济蓬勃发展的同时,平台垄断、数据跨境流动、个人信息保护、数据资产权属等问题也愈发凸显,全球数字经济治理面临挑战。

数字治理的中国方案,正在为数字经济的发展保驾护航。

数字惠民:繁荣数字化生活新场景

7月底,北京市高级别自动驾驶示范区推进工作组宣布,在北京智能网联汽车政策先行区正式开放全国首个自动驾驶高速测试场景,这意味着无人驾驶发展在中国“驶上高速”。

数字经济的快速崛起,涌现出一批新场景、新技术、新模式。

在全球数字经济大会开幕前夕,首钢园等22处数字经济场景地、11处数字经济网红打卡地及12处信息消费体验馆面向公众开放,带来一场“说触就触”的数字体验。

位于首钢园的北京冬奥组委园区内,数字人民币广泛部署在无人售货车、自助售货机、无人超市等创新应用场景。未来,数字人民币还将接受境外来华运动员、教练员、裁判员和游客的“检验”。

跨越数字鸿沟,搭建数字桥梁。此次大会还在数千公里外的西藏自治区拉萨市设置了分会场。近年来拉萨市大力推进数字产业化和产业化数字化,从羌塘草原到拉萨河畔,互联网的应用已经在高原飞入寻常百姓家,共享单车、外卖点餐和网上购物等都已经成为高原生活的日常标配。“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出,适应数字技术全面融入社会交往和日常生活新趋势,促进公共服务和

社会运行方式创新,构筑全民畅享的数字生活。

惠民为民,是数字经济发展的初衷。专家表示,要加快提升教育、卫生健康、养老、社区管理等民生领域的治理水平,积极探索智能社会的运行模式,打造一批智能社会治理的示范和样板,切实提高人民群众的获得感、幸福感、安全感。

(新华)

跨境电商展助力外贸转型升级

不久前,首届厦门国际跨境电商产业展览会(以下简称“跨境电商展”)在厦门国际会展中心落下帷幕。为期3天的展会累计意向订单金额超过6亿元,覆盖全国30个产业带。

跨境电商展的火热,也是福建省跨境电商产业蓬勃发展的一个缩影。据统计,2020年福建省通过海关监管出口的跨境电商交易额超过249亿元,同比增长近22倍;国际及港澳台快递业务量完成0.76亿件,同比增长45.54%。福建是全国三大网货制造基地之一,也是全国发展最快的跨境电商进出口中心之一,跨境电商卖家数量位列全国第四。福建的3C产品、鞋服箱包、家居家具、工艺配饰、机电电机、户外运动等商品已成为国际市场畅销品类。

“跨境电商作为对外贸易的一种新业态、新模式,已成为促进全省外贸转型升级的重要抓手。”福建省商务厅副厅长刘德培表示,福建作为传统的外贸大省,在发展跨境电商上有着很足的韧劲和活力,在推进跨境电商发展的历程中,也逐渐探索出具有福建特色的电商模式。

尤其是近年来,国家接连出台支持跨境电商发展的相关政策,福建厦门、福州(平潭)、泉州、漳州、莆田、龙岩6个城市获批设立跨境电商电子商务综合试验区,福州海关、厦门海关率先纳入全国跨境电商B2B出口监管试点范围……在国家政策的大力支持下,福建结合自身优势,在通关便利、物流通道、海外仓建设等方面配套出台多项政策措施,积极帮助企业拓展接单渠道,促进跨境电商人境外市场营销网络,持续推动跨境电商创新发展。

厦门作为跨境电商电子商务综合试验区,跨境电商业务增长迅速,尤其在新冠肺炎疫情依然严峻的形势下,“线上购”需求不断增长,今年上半年,跨境电商进出口金额16.95亿元,同比增长194.3%。为此,厦门联合海关、税务等监管部门,对跨境电商企业配套更多、更精准的政策措施,积极优化跨境电商发展生态环境。

在厦门自贸区跨境电商产业园内,从事女装和饰品外销的跨境电商企业泓芸电子商务有限公司今年扩大了经营规模,出口量稳步上升。该公司财务负责人告诉记者:“公司按规定享受了增值税、消费税免税政策以及小微企业所得税优惠政策,今年以来减免企业所得税达95万元,大大缓解了资金压力。”

在应对新冠肺炎疫情的过程中,不少跨境电商企业实现了逆势增长。但是,疫情造成的物流成本上涨、客户需求变化等诸多问题仍然存在。

为了帮助跨境电商企业渡过难关,进一步提升福建省外贸的质量和水平,2020年福建再度推出系列举措,如加大国际航空货运专线扶持力度,鼓励和支持跨境电商及综合服务企业,开通至欧美主要城市的货运包机航线;支持企业拓展公共海外仓通道,对企业建设海外仓投入或租用海外仓实施货物暂存周转费用给予补助;开展线上业务培训加强新改辅宣导,为企业复工复产达产做好服务,帮助企业提内功、稳客户、渡难关。

除此之外,福建还充分利用侨、台优势,拓展闽台海运、空运快件业务,吸引了天猫、京东、顺丰等大型跨境电商物流企业布局福建,促进闽台跨境电商业务快速增长;积极发挥海外侨商的贸易网络和人脉资源优势,不断完善海外仓物流配送及售后服务网络,推动海外仓、体验馆等模式融入境外零售体系,努力解决跨境电商出口“最后一公里”问题。

(薛志伟)

会展新说

沉浸式会是会展的未来吗?

从Teamlab新媒体艺术展到《不眠之夜》,从狮门娱乐天地到各类沉浸式密室逃脱、剧本杀……这些通过带入式情景、多感官包围和互动型叙事方式打造的沉浸式体验,由于较好地契合了当下年轻群体追求个性化、存在感和价值感的独特消费价值取向,正在成为受年轻消费群体欢迎的线下“网红”娱乐形式。

抛开技术手段营造的浸入式场景和感官包围来说,沉浸式体验的核心在于增加传统线下活动与参与者之间的链接,增加互动,通过满足参与者的个性化需求,实现情感共鸣,达成提升参与体验的目标。

从这一角度来看,传统展会活动的主办及参展商通过有意识地设计展会现场互动游戏,增强观众的参与感与体验感,可以算是会展业探索线下会展活动局部沉浸式体验的雏形。

2021年,展览业在探索线下沉浸式体验领域迈出了新步伐:刚刚结束的第六届淘宝造物节以“遗失的宝藏”为主题,打造了3万平方米超大型沉浸式密室,为观众带来一次独特的观展体验。

打造线下展会“沉浸式体验”,淘宝造物节有何过人之处?笔者体验后发现具有以下亮点。

一是全方位场景还原,营造感官全包围的沉浸氛围。为了还原古城场景,造物节联合《长安十二时辰》美术概念设计团队北斗工作室,打造超过15个电影级的梦幻场景。与通过AR/VR或全息影像技术打造的虚拟场景不同,淘宝造物节线下实景搭建搭配现场灯光及音响特效的方式更具真实感,创新引入真人NPC(非玩家角色),发放和回收任务,引导剧情走向,观众走入展馆仿佛穿越时光,进入大型RPG(角色扮演)游戏。这种全感官沉浸的方式让观众更具代入感,沉浸更彻底。

二是构建完整故事剧情,让沉浸更有目的。淘宝造物节以创造力著称,本届造物节的观展方式颇具创造力:联合暴风鸟沉浸式密室,围绕“古城密室遗失,号召天下英雄集结寻宝”的主线故事,构建了完整的人物和故事情节,同时引入密室逃脱寻找线索、提交任务及时间限定的玩法,让观展变成特定故事背景下的限时任务,让沉浸体验的目的性凸显,更容易引起情感共鸣。

三是引入对抗的同时,赋予观众独特身份,激发观众参与热情。除了在密室逃脱的经典玩法,现场还引入阵营对抗。观众想要加入密室,必须选择唯一的身份加入阵营。观众的每一次主线或支线任务提交,每一次现场互动,均可为所在阵营累积一定“灵感值”,“灵感值”高的队伍最终获得胜利。引入阵营对抗可有效激发观众的参与热情,以低成本提高互动效果,增加观众停留时间,让体验更加持久和深入。

四是线上线下无缝连接,形成闭环。回归到展会活动的本质,展商参展的主要目的依然是品牌展示、圈粉、达成交易。如何更高效地实现观众的动线引导,更合理地实现观众的线上引流和转化?造物节通过任务的方式打通了线上淘宝平台和线下展会平台,实现了流量闭环。观众在现场扫码领取任务、寻找任务线索后线上提交,主办方通过设定不同的任务路线和任务线索,轻松实现现场分流和动线引导;展商通过加入任务体系,引导观众关注店铺、社交分享、加入社群,实现品牌私域引流。同时,由于线上线下的链接就是体验任务的一部分,因此并不会造成“出戏”,影响观众体验。

作为一场以年轻群体为主要受众的创造力大展,淘宝造物节和线下沉浸式观展体验具有天然契合度。对于绝大多数产业或消费展而言,展会举办的目标、展商及观众的接受度、技术手段的应用,都决定了大型展会打造类似淘宝造物节这样完全沉浸式体验存在较大难度。尽管如此,沉浸式体验仍然是展会现场运营可借鉴的方向之一。

笔者认为,线下展会的沉浸式体验设计需要注意三个方面。

一是避免沉浸式体验“喧宾夺主”。展会活动的主要目的仍然是交流展示和交易,体验设计是为了更好地服务展商,进而达成目标。为追求沉浸而做的沉浸式体验,或脱离展会目标而设计的沉浸体验,很可能分散观众精力,模糊焦点,导致展商的参展目标未达成,影响展会效果,得不偿失。

二是要充分考虑沉浸式体验设计与展会主题的关联性。沉浸式体验是一个完整的用户体验体系,需要从展会策划开始,围绕展会主题和目的通盘考虑,从观众进场到离场,每一个环节都需要紧密结合展会主题。兼具故事性、互动性、参与性、连贯性和艺术感的沉浸式体验设计,才可能带来更好的观展体验。

三是技术手段应用的合理性。沉浸式体验离不开技术支持,技术的堆叠却不一定带来好的沉浸式体验。如何合理植入技术,实现线上线下流畅对接,利用技术手段提供更好的感官体验,推动展会目标达成,同时避免技术造成的体验门槛,增加参与成本,对展会现场是一次考验。

(付睿)

第五届进博会招展全面启动

第四届中国国际进口博览会(进博会)企业商业展分馆展位图从8月11日起陆续公布。同时,第五届进博会企业商业展招展现已全面启动。已有20多家企业率先签署第五届进博会参展合同,7家境外合作伙伴签署长期合作协议。

本次组委会公布的第四届进博会首批展位图涵盖食品及农产品、技术装备、消费品、医疗器械及医药保健、服务贸易六大展区设置,坚持“综合展、专业办”,在相应展区规划乳制品、农产品、智慧出行、创新孵化、能源低碳及环保技术、数字工业、集成电路、美妆及日

用品、体育用品及赛事、绿色智能家电及家居、康复养老、生物医药、公共卫生防疫等专区,并将首次新设人工智能和检测服务专区。

第五届进博会企业商业展将坚持绿色、多元、开放、创新等方向,鼓励跨企业相互促进。进一步提高专业化水平,更好发挥参展商联盟作用,吸引更多一流企业、一流产品;进一步丰富和创新展

览题材,突出新技术、新业态、新产业、新模式、新产品;进一步丰富展会内容,顺应展会数字化发展趋势,提升展会效果和企业参展效益。

经过四年发展,进博会溢出效应不断放大,国际影响力显著提升,“朋友圈”越来越大,推动越来越多“展品变商品、展商变投资商”,已成为构建新发展格局的重要平台和窗口。

(周宇宁)

首届中国职业教育博览会将于12月举办

为深入贯彻党的十九届五中全会精神,认真落实国家“十四五”发展规划和2035年远景目标纲要部署,对标2021年全国职业教育大会要求,中国职业技术教育学会拟于2021年12月上旬举办首届中国职业教育博览会(以下简称职博会)。

本次职博会以“发展高质量职业教育 服务技能型社会建设”为主题,拟通

过“论、会、展”三条主线,共15个板块实现“展示成果、加强交流、助推发展、合作共赢”目的。

其中在“论”这一主线上,将举办头部

加强疫情防控 北京原则上取消8月大型会展活动

记者日前从北京市了解到,北京要求各级进一步进入应急状态,坚决阻断病毒传播链条,坚决堵塞漏洞,全面升级防控措施,坚持“非必要、不举办”,原则上取消8月份在北京举办的大型会展活动。

8月4日召开的北京新冠肺炎疫情防控工作领导小组第一百一十三次会议暨首都严格进京管理联防联控协调机制第六十四次会议指出,要坚决堵塞

漏洞,全面升级防控措施。守住入境关口,坚持“人物同防”,严格闭环管理和隔离观察措施。提升首都国际机场、大兴国际机场和重点客运场站防控等级,加强远端和进出站测温验码,严格工作人员分级分类管理,增设风险人员应急

通道。严格进京检查站查核,提高通行效率。升级“北京健康宝”功能,对风险人员及时弹窗提醒,告知相关防疫要求。公园景区、演出场所、电影院、图书馆等公共场所要严格落实“限量、预约、错峰”等措施,防止人员扎堆聚集。坚

持早发现、早报告,做好重点人群核酸检测,加强文化、旅游等窗口单位和交通、医疗、保洁等公共服务岗位人群核酸检测。坚持“非必要、不举办”,原则上取消8月份在京举办的大型会展活动。

(毛雯)

图上看展

科技冬奥即时展举办



“科技冬奥即时展览”自8月8日起在北京中国科技馆主展厅举行,展览分为“冬奥缘起”“冬奥相约”“冬奥陪伴”三部分,展品包括冬奥会发展历程、北京2022年冬奥会和冬残奥会徽、吉祥物、火炬及科技冬奥等。展览由北京冬奥组委指导、中国科技馆策划,旨在面向青少年开展冬奥教育活动,推广普及冰雪运动,将持续至8月31日。

陈晓根/摄

广州秦汉考古成果展亮相国博



“海宇攸同——广州秦汉考古成果展”近日亮相中国国家博物馆,所展示的330余件(套)广州地区出土的秦汉考古文物集中反映了近年来广州考古工作取得的成就。展览分为“南域明珠”“四宇同光”“美食美器”和“丝路序章”4个单元,力图通过广州地区最新的考古发掘成果,从中华文明的塑造构建、基因传承、融汇交流等角度,于秦汉时期统一盛世的视野下系统呈现岭南地区古代历史文化面貌与特色。本次展览预计持续3个月。

姜东/摄