

# 创新引领 强链补链

## ——从第七届中国工业大奖看工业高质量发展关键词

■新华社记者 王聿昊 张辛欣

第七届中国工业大奖获奖名单19日公布,19家企业、19个项目获得中国工业大奖。这个被誉为中国工业领域最高奖项的获奖名单里,有化工新材料、橡胶轮胎关键技术,也有精密铜管智能制造体系、产业节能及自动化方案,从产业基础到前沿技术,涵盖钢铁石化、汽车制造、纺织服装、生物医药等诸多领域。

这份榜单彰显了中国制造的硬核实力,是工业高质量发展的见证。从中也可以看到,中国工业不断强化创新引领、扎实强链补链,迈向中高端的铿锵步伐。

### 聚焦前沿 用创新赢得主动

梳理榜单不难发现,向前沿、高端突破是其中共性。这些获奖企业在科技创新、推进成果转化等方面敢为人先,努力闯出一片天地。

比如,在特殊钢领域,兴澄特钢发布国家和行业标准72项,围绕重大装备、轨道交通等需求,开发多个实现重点工程与关键核心基础件国产化应用的特钢新材料;在生物医药领域,海尔生物医疗突破主动式航空温控集装箱核心技术,为疫苗、药品等国际运输提供方案;在电池和储能领域,宁德时代建成锂电行业两座灯塔工厂,动力电池装车量连续多年位居全球第一……

大浪淘沙,拥有过硬本领才能站稳脚跟。纵然不确定因素增多,但赢得市场、赢得主动的秘诀依旧朴素。“沉下心做好自己的事”“把技术做得更精、产品打磨得更好”“对好产品的追求永无止境”……在中国工业大奖发布会现场,这些来自一线的声音,道出了应对风险挑战的关键,也折射出工业经济爬坡过坎的底气与信心。

任何时候中国都不能缺少制造业。在外部环境深刻变化的今天,坚定创新、努力



工信部将支持制造业企业高端化、智能化、绿色化发展。 □新华社记者 金立旺 摄

攻坚是中国企业要练就的“基本功”。

“我国工业门类全、体量大,但和国际先进水平相比,还存在一些差距,亟需加快产业体系升级发展。”中国工业经济联合会会长李毅中在会上表示,希望获奖企业发挥示范带动作用,形成大中小、上下游以及不同所有制类型企业融通发展的产业创新体系。

### 深耕基础 补齐短板锻造长板

破解生物基纤维关键技术,攻克超细纤维“卡脖子”难题,高端化学纤维染色布

全球产能第一……盛虹集团有关负责人向记者介绍企业几十年如一日深耕纤维领域的历程。

以纤维为代表的基础材料,既是电子、纺织、化工等众多产业发展的重要基石,也是工业经济迈向中高端的有力支撑。

聚焦电子基础元器件30余年,风华高科不断进行高端阻容等产品研制,推动夯实电子信息产业链根基;在新能源、电子化学品、高性能聚合物等高端化工新材料领域持续发力,万华化学努力为高端化工新材料自主安全提供支持。从工业机床到医疗器械,从纺织材料到基础零部

件,翻阅这份榜单,聚焦工业基础的项目占据相当比例。

“我们常说锻长板、补短板。前者是把产业链做强,后者是练就‘独门绝技’,打造竞争优势。”中国电子信息产业发展研究院总工程师秦海林说。

我国高度重视产业基础能力建设。点上,聚焦关系国家安全和产业核心竞争力的重点领域,实施产业基础再造工程;线上,着力增强产业链韧性;面上,在重点地区布局先进制造集群,形成多维立体的供应链体系。

从基础零部件、基础软件到基础材

料,一批标志性基础产品和技术在产业化上逐步突破,既表明工业强基不断迎来新进展,也体现了扎实建设现代化产业体系的步伐。

“我们将着重提高重点产业链自主可控能力,集中优质资源合力攻关。在重点领域布局一批产业基础共性技术中心,努力突破一批关键急需基础产品。”工信部有关负责人表示,将进一步锻长板、补短板、强基础,全面提升产业体系现代化水平。

### 攻克难关 扎实推动转型升级

资源枯竭型矿区如何转型发展是困扰很多地方的难题,面对深部开采、产业接续等难题,徐矿集团通过产业转移、生态转型等,创出了煤炭老工业基地转型、关闭矿井重生、衰老矿区生态修复的样本。

高性能取向硅钢是制造超高压、特高压及高效变压器的关键材料,也是典型的“卡脖子”材料。宝山钢铁通过20多年的自主研发,攻克了高性能取向硅钢全套工艺、装备及制造核心技术,为我国电网特高压技术“走出去”提供支撑。

通过技术改造提高传统生产效率、加快智能制造拥抱数字化机遇、推进绿色制造更加节能环保……一个个奖项背后,是企业向高端制造迈进的步伐,也是扎实推动产业转型升级的写照。

“要改造提升传统产业,提升先进制造水平。”李毅中说,大量企业在基础能力、智能制造、强链补链等方面精耕细作,不断转型升级,就能形成中国工业高质量发展的合力。

记者从工信部了解到,工信部将支持制造业企业瞄准高端、智能、绿色发展加大投入,同时深入实施智能制造工程,全面推行绿色制造,形成对转型升级、创新发展的全面拉动。锻造新的产业竞争优势,加快制造强国建设步伐。(新华社北京3月19日电)

## “二维码”还是“拦路码”? 扫码消费“强制关注”现象透视

■新华社记者 王默玲 程思琪

停车缴费、点餐、购物……如今,扫码支付代替人工服务已然成为一种日常,但这种本该“提高效率”“便捷快速”的消费方式,却因为部分场所设置的通过关注公众号来缴费、被迫授权个人信息、日常频繁推送广告等情况,给不少消费者带来困扰。立足方便的“二维码”,却成“拦路码”,这种现象值得关注。

### 扫码消费带来不便和隐忧

今年2月,上海市民赵先生和家人前往江苏省常熟市游玩。在当地一家商场用完晚餐后,他开车出地下车库。商场方面提示要扫码缴费,赵先生扫了一下才发现要先关注商场的微信公号,再点击其中的停车缴费菜单跳到小程序才能完成付费。

“交个停车钱还得关注商场公众号,本来我就觉得不合理。更令人扫兴的是,最前面有一个新能源汽车司机,因为新能源车牌号比燃油车多一位,他在小程序里输了几遍都没有成功就卡在那里,导致后面堵了好几辆车,一直到工作人员赶过来才解决问题。”赵先生说。

记者走访发现,这是一个普遍现象,很多商场都有自己的缴费规则。有的要先扫码关注商场的公众号,并注册会员才能拿到积分来抵扣停车费,有的要先关注一个第三方公众号,还得授权“获取你的手机号”才能完成缴费流程。不论是商场公众号还是提供缴费服务的第三方公众号,后续都会不时推送各种广告。

记者在采访中了解到,与停车“扫码烦”相似的餐厅点餐、购买奶茶、排队等位、购物优惠等场景中,消费者几乎都会被引导扫二维码,扫码后页面会直接跳转到“注册会员”或“微信快捷登录”的页面,消费者必须同意个人信息授权后才能进行点单或领取优惠券。

“每次扫码,都会弹出商家的《会员协

议》《隐私条款》,要是不同意就没办法进行下一步操作,被迫同意了,又担心个人信息及隐私可能遭到泄露。”消费者邹女士说,“不知不觉间,发现自己关注了一堆公众号,还总被推送各种垃圾广告,烦不胜烦。”

### 强制“扫码关注”存风险、涉侵权

“扫码点单关注公众号”这一看似“常规”的做法,却很可能存在信息泄露风险,涉嫌侵权。

——“形式上自愿、实质上强制”的交易行为,或侵犯消费者的公平交易权。同济大学法学院多元解纷法治研究中心主任徐文海表示,这种强制扫码关注的消费服务方式,一定程度上侵犯了消费者的公平交易权,“《中华人民共和国消费者权益保护法》明确规定,经营者不得利用格式条款并借助技术手段强制交易,强制扫码关注对部分不愿意扫码的消费者而言是不公平的。”

——“没法拒绝的被营销”,是对消费者自主选择权的不尊重。不少消费者反映,“明明就是停车缴费、吃饭付钱,后续却会被频繁地推送各类营销信息”。盈科网数合规中心副主任郭卫红说,《网络交易监督管理办法》规定,网络交易经营者未经消费者同意或者请求,不得向其发送商业性信息,“不少商家并未给予消费者‘拒绝被营销’的选项,消费者即使同意也是在非自愿的情形下形成的,此举是对消费者自主选择权的不尊重。”

——过度索取信息,增加了消费者信息泄露的风险。“消费者在扫码付费时,商家经常要求消费者关注其公众号,填写个人信息成为会员享受折扣,或通过公众号或小程序自动获取其在微信、支付宝关联过的电话、生日、性别、地理位置等个人信息。但显然这些信息与到店消费无任何必然关联,这就可能涉及对消费者信息的过度收集。”北京大(上海)律师事务所律师程治国表示,一旦商家对数据保管不善,消费者还要承担个人信息泄露、丢失的风险,“扫码消费模式不应变成获取用户个人信息的工具”。

### “扫码消费”不应成为“单选题”

针对扫码消费“强制关注”乱象,近年来,多地消费者权益保护协会先后发出关于扫码消费行业自律承诺和倡议,呼吁商场、餐厅、停车场等商家在扫码缴费过程中不强制消费者关注商家公众号,不过度索取消费者个人信息。微信平台上,在公众号的投诉页面上也增加了“强制关注行为”的选项。相关监管也持续跟上。国家互联网信息办公室新修订的《互联网用户公众账号信息服务管理规定》明确提出,未经互联网用户知情同意,不得以任何方式强制或者变相强制订阅关注其他用户公众账号。中国消费者协会发文明确,强制扫码点餐、强制关注公众号或授权个人信息的行为违反消费者权益保护法。上海等多地消保部门持续加大对相关企业的抽查、暗访。

受访专家及相关部门表示,“扫码关注”不应成为消费场景中的“单选题”,消费者、商家与监管部门均需有所作为。

消费者要提高保护个人信息安全的意识。上海市消保委建议,消费者重视保护个人信息,如果遇到个人信息被过度收集或不当使用,可以拨打12345向网信、市场监管等部门举报,亦可向消保部门投诉或反映。

商家应自觉提供线上扫码、线下人工等多种途径。“商家应积极配合提供实体菜单、人工买单等服务。”徐文海表示,消费者通过扫码方式进行消费的时候,建议商家仅收集最小范围的必要信息,且在消费结束后,应承担起清除顾客相应消费信息的责任,自觉避免泄露数据、滥用数据牟利等行为的发生。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江建议,相关监管部门可建立联合执法监督机制,严格落实二维码的使用识别标准,减少或禁止部分商家对用户信息强制收集。针对一些商家和平台违背消费者意愿乃至滥用个人数据等行为,应建立长效机制,惩处侵犯消费者权益的行为,保障消费者合法权益。(新华社上海3月18日电)

## 企业裁员银行关闭 硅谷进入“凛冬”

■新华社记者 吴晓凌

美国高科技行业持续近二十年的发展盛宴在2022年戛然而止。企业业绩低迷、股价暴跌引发的裁员寒潮蔓延至今,各大公司裁员人数动辄上万。日前硅谷银行关闭事件更令进入“凛冬”的全球科创中心硅谷雪上加霜。

去年以来,包括脸书母公司元公司、推特、亚马逊等美国技术企业纷纷裁员,以应对经济形势不佳、成本上升等问题。今年,裁员潮愈演愈烈,谷歌母公司字母表宣布裁员1.2万人,微软宣布裁员1万人,亚马逊宣布裁员1.8万人。3月14日,元公司启动第二轮裁员计划,再裁1万人,跃居裁员榜首位。

据企业服务数据库公司Crunchbase统计,2022年美国科技行业有超过14万名员工被解雇。美国裁员信息网数据显示,截至3月15日,今年已有489家科技公司裁撤了约13.9万个技术岗位。

高科技企业扎堆裁员绝非偶然。由于美联储激进加息,通胀居高不下,经济衰退风险加剧,市场需求疲软,对科技企业股价和业绩造成巨大冲击。

互联网行业倚重的数字广告市场也不再顺风顺水。政府部门对获取用户隐私信息加强监管,推出针对广告追踪功能的限制措施,经济低迷也导致广告商削减开支,都对互联网公司造成严重冲击。

个人电脑等个人电子产品需求下滑趋势加剧,芯片、整机等硬件厂商和软件行业直接遭受打击,英特尔、微软等业绩深受影响,间接影响其他科技企业的增长潜力和预期,科技企业处境更趋恶化。缺乏规划和远见以及疫情期间盲目扩张,也是造成企业困境的重要因素。元公司首席执行官马克·扎克伯格的“坦白”颇具代表性。“新冠疫情之初,世界迅速转向线上,电子商务激增带来巨大的收入增长。许多人预测,这将是一种永久性的加速。所以我决定大幅增加投资。不幸的是,事情并没有像我预期那样发展。”

大规模裁员标志着硅谷结束“美好周期”,而硅谷银行危机更是雪上加霜。

硅谷银行在硅谷创投生态中发挥着举足轻重的作用,它的猝然倒地将产生深远影响。硅谷银行关闭风波既显现美国极端经济政策造成银行业流动性危机、高科技行业现金紧缩的恶果,也将加剧市场对金融、创投行业爆发系统性危机的忧虑。

美国硅谷知名孵化器“创始人空间”公司首席执行官、天使投资人史蒂夫·霍夫曼接受新华社记者采访时表示,长期以来,风险投资家和硅谷初创公司严重依赖硅谷银行获得贷款和融资。此次遭受硅谷银行关门事件惊吓后,对其信任短期难以恢复,而传统银行又无法轻易替代其作用。风险基金对高科技领域投资会更加谨慎,科技企业、尤其是初创公司未来融资难度会急剧加大,可能引发新的裁员潮。

硅谷创投界普遍担心,硅谷银行危机将造成更广泛震荡,影响一整代初创企业的发展,动摇硅谷作为引领未来科技创新的中心地位。

高科技行业是美国经济引擎和晴雨表。硅谷企业历史上经历过数次起落,但此次祸不单行、银行业和科技企业双双“受伤”绝非偶然,美国政府不负责任的政策难辞其咎。

美国政府以行政手段无端制裁商业企业,试图阻隔高科技企业间正常的国际商业合作,给硅谷企业带来深远而持续的负面影响。同时,美联储激进加息导致美元急剧升值,不仅在全球范围产生严重破坏性后果,美国金融业和高科技企业也遭到反噬,试图收割全世界的镰刀同样割伤了自己的命脉。

内外交困、政策反噬之下,以硅谷为代表的美国科技产业进入“凛冬”非一日之寒,硅谷科技企业也都意识到行业步入艰难时日的长期性。科技界人士普遍认为,其整体发展遇阻的趋势在2023年仍将持续,重回坦途道阻且长。

(新华社旧金山3月17日电)