

# 一张图谱“串”起都市圈科技创新

长三角动态

## 长三角“超级环线”高铁平均客座率近九成

记者从中国铁路上海局集团有限公司获悉,7月15日,长三角G8388/9/8次“超级环线”高铁列车开行满一个月,累计发送旅客约11万人次,平均客座率近九成。

作为首条跨越长三角三省一市的环形高铁,“超级环线”串联上海、南京、合肥、杭州4座长三角中心城市,副中心城市的同时,也将长三角区域内较偏远的城市与中心城市连接起来,让大城市与大城市间的人员流动更紧密便捷,满足了沿线城市旅客按需“分段乘坐”的实际需求。

“超级环线”是打造“轨道上的长三角”的重要举措之一,它把长三角人口最稠密、经济最发达的沪宁、沪杭地区和旅游资源最丰富的浙西、皖南国际文化旅游示范区,有利于进一步促进人员交流,实现经济互补和长三角经济融合发展。中铁路设计院、长三角铁路与轨道交通研究基地主任杨彦生表示,“超级环线”沿途串联苏锡常都市圈、合宁经济带、皖江城市带、皖南国际文化旅游示范区,可实现各区域间发展优势互补、互利合作共赢。此外,“超级环线”沿线停靠枢纽站与其他高铁线路衔接,对旅客中途换乘提供极大便利,能进一步提升高铁出行体验。

张晓鸣 据《文汇报》

正值暑运,“超级环线”为长三角暑期旅游带来出行便利。上海局集团公司的一组数据显示,7月1日以来,日均有约4000名旅客乘坐“超级环线”出行。沿线丰富的红色旅游资源(上海中共一大会址、嘉兴南湖红船)、名山名水(黄山、九华山、太平湖、千岛湖、西湖)、古都文化(南京、杭州古都文化)能较好满足人民群众文旅生活。记者注意到,“超级环线”在浙西、皖南等地停靠站相对较多。暑运以来,前往池州、九华山、黄山、黄山北、千岛湖等浙皖两省著名风景区车站的旅客日均达到830余人次,较开行初期增加近两成。

上海局集团公司客运部营销科副科长彭波告诉记者,“超级环

## 延续“科技·创造可持续未来”主题

### 外滩大会9月5日开幕

7月15日,外滩大会组委会宣布,“2024 Inclusion·外滩大会”将于9月5日至7日在上海黄浦世博园区举办。本届大会将延续“科技·创造可持续未来”的主题,致力于构建一个促进国际交流、科技与人文融合的卓越平台,助力上海打造具有全球影响力的国际金融中心和科技创新中心。

本届大会策划了一系列精彩活动,包括1场开幕主论坛、35场开放论坛、10场科技创新Creator舞台展示,以及2场科技智能创新赛事。此外,大会还设有1万平方

米的科技展览和3000平方米的绿色市集,为参与者带来沉浸式的科技体验。值得一提的是,大会首次推出了“AI参会助手”,提供全方位的智能化服务。

首批外滩大会组委会成员单位云集清华大学、复旦大学、上海交通大学、同济大学、浙江大学、上海报业集团、外滩投资集团和蚂蚁集团等,本届大会将继续以组委会形式筹划。此外,大会还得到上海市地方金融管理局和上海市黄浦区人民政府的特别支持。

查睿 据《解放日报》

## 打造通关“金字招牌” 助企“出海”全球布局

为支持更多企业获得海关高级认证(AEO),更好服务外贸量质提升,助力无锡开放型经济发展,《无锡市支持海关高级认证企业高质量发展的若干举措》近日出台,以多部门服务和政策集成为抓手,从提升通关便利化水平、支持参与内外贸一体化培育、优先适用改革创新措施等16个方面,赋能无锡地区AEO企业发展。这也是省内首个地方政府支持海关高级认证企业高质量发展的联合激励措施。

AEO即“经认证的经营者”,是中国海关授予企业的最高信用等级。凭借这张“金字招牌”,企业不仅可以在国内海关享受便利,在国内跨部门享受地方联合激励措施,还可以在AEO互认国家(地区)享受当地海关提供的减少单证审核、减少查验、优先办理通关手续等多项便利措施,助力企业在国际贸易中进行全球布局。无锡海关企业管

理处副处长赵建国介绍,目前无锡有AEO企业78家,数量位居省内前列,以全市6%有进出口实绩的外贸企业数,贡献了全市35%的进出口值。

支持AEO高质量发展首先需要完善AEO企业培育体系。新出台的《举措》以无锡重点产业和优质企业为突破口,推动设立AEO优选储备库、AEO认证指导中心,进一步完善政策宣传、培训教育、认证辅导等服务,提升企业的认证效率和质量;并通过提升通关便利化水平、充分发挥资金激励作用、优化外籍人才工作许可便利和人才引进入户等举措,加快AEO企业集聚。

《举措》还把目光投向了政务服务效能的提升,通过建立关地服务模式,搭建7×24小时在线为企业服务台,构建信用协同机制等举措增强AEO企业获得感。

祝雯隽 邹晓琳 据《无锡日报》



## 杭州西湖:免费凉茶助消暑

7月15日,游客在杭州西湖景区“西子驿·平湖秋月”免费凉茶供给点接凉茶。近日,杭州西湖景区沿湖的“西子驿·平湖秋月”等13个点位开始供应免费凉茶,在炎炎夏日中为市民游客送去清凉。

新华社记者 韩传号 摄

蒋静漪说,眼下,公司也在南工大校园内积极发展一批教授、副教授成为兼职技术经理人,助力高效开展校企合作。

在长城战略咨询南京公司总经理刘日看来,在新质生产力浪潮涌动的当下,在南京全力建设具有全球影响力的产业科技创新中心主承载区的背景下,科技服务机构、技术经理人正迎来时代“新风口”。这座城市,科创资源丰富、大学大院大所林立、产业集群众多,技术经理人“天地广阔、大有可为”。

据悉,长城战略咨询是国内率先研究和发布“独角兽”榜单的智库机构,自2016年起连续八年发布中国独角兽企业榜单及研究报告。南京都市圈科技创新生态图谱便是其受市科技局委托、联动图灵人工智能研究院开发建设的。

“开发建设图谱的过程中,研究所同步完成了南京都市圈科技创新资源的梳理,对我们的业务开展起到了很大的促进作用,还帮助图灵找到了合作伙伴呢。”刘日回忆,图灵人工智能研究院一直希望组建数字经济创新联合体。通过联合开发,研究院一站式获取了南京都市圈10个城市的重点产业链情况、创新平台情况,找到多家潜在合作机构,最终与中澳人工智能研究院、安徽工业大学智能装备技术研究院等签署数字经济创新联合体合作协议。

当前,2024年市科技服务骨干机构培育库申报工作正在开展中。南京正加快技术经理人队伍建设,引导各类技术转移中心、中小企业服务机构、知识产权服务机构、行业协会加强为高校与企业产学研合作提供服务。 张安琪 据《南京日报》

## 聚焦长三角

“事实上,我们已经在和江宁区谈一些合作了。”方成刚说,“目前生产主要是需要考虑场地问题,我们的生产设备‘个头’非常大。”

《南京都市圈2024年度工作要点》明确,在科技产业创新协同方面,今年要举办2024年南京都市圈创新合作(滁州)大会,策划开展南京都市圈产业链供应链合作推进专题活动,建立政府搭台、企业衔接的供需对接新机制。

在创新之手的捏合下,南京都市圈内,城、人、产、地、域、身份、距离的界限,已然逐渐淡化、模糊。一个个创新成果正加速从科研院所走向企业、从实验室跃上生产线,助推新质生产力发展和现代化产业体系建设。

### 迎来时代“新风口”,技术经理人“大有可为”

2023年,南京技术合同成交额突破千亿元,这背后离不开技术经理人的努力。江苏南工大科技园有限公司蒋静漪的案头上,就摆着不少技术转移中介服务协议。

“这些合同有新签的,也有即将签的。”蒋静漪介绍,公司与扬州、镇江、滁州等南京都市圈多个城市建立了深入而稳定的合作关系,有专职技术经理人团队在当地走访调研企业,组织产学研活动,收集、对接技术需求。“公司会集中技术需求进行分析研判,若企业需求真实,且与本校教授的技术成果相匹配,将立即组织双方进行对接交流;若校内资源不足,公司将积极协调南京地区其他高校,确保实现技术需求的有效对接。”

在一次次对接合作中,江苏南工大科技园有限公司也逐步成为引领国内科技创新与产业化发展的重要力量。前不久,工信部火炬中心发布《关于公布2022年度国家级科技企业孵化器评价结果的通知》,南京工大科技产业园荣获国家级科技企业孵化器评价优秀。

记者了解到,截至2023年底,生态图谱已汇集南京都市圈各类创新资源数据50余万条,覆盖新能源汽车、生物医药、航空航天、高端装备制造4条共性产业链,以及软件与信息服务业、高性能材料、海工装备、光伏产业、动力电池、智能电网、半导体等7条城市个性产业链。

### 推动产学研合作,创新成果加速流动

“不好意思,约了几周我们才终于见面。”记者见到南京工业大学机械与动力工程学院教授方成刚时,他的第一句话就是说抱歉,“最近除了上课,一直各地跑。”

高校教授为啥各地跑?为了科技成果转化落地。

方成刚介绍,两年前,他在一场南京都市圈产学研活动中,了解到扬州西融储能科技有限公司希望可以开展技术合作呢?“带着这样的念头,方成刚与企业多次交流,最终签订“储能电池智能产线技术合作研发”合同,合同总金额约500万元。产学研助力,去年12月,扬州西融储能科技有限公司全球首套铁铬液流储能电堆自动化生产线顺利投产。

“后来我们发现不少企业都有生产线智能化升级、优化制造工艺和装备的技术需求。”两年间,方成刚几乎每周都会驱车百公里,在南京都市圈内穿梭,为多家企业提供技术服务,“大家逐渐意识到,‘要根据市场需求导向明确细分赛道’‘要提升量产能力’。”

去年,方成刚成立公司,将其在智能制造领域的技术成果落地产业化,生产加工业务落在滁州来安。他的身份,也由单纯的高校教授,叠加上了企业家。企业的发展“路线图”也早已规划好:研发在南京,生产在滁州;未来要做大做强,在南京建立总公司。



## 多彩暑假 快乐时光

7月14日,在浙江省东阳市新华书店内,小孩子在家长陪伴下阅读。

暑假期间,孩子们通过参加形式多样的活动,丰富暑期体验,拓展兴趣爱好,乐享快乐时光。

新华社发(包康轩 摄)

## 电商平台 Temu 创新模式好物卖全球

根据海关总署7月12日发布的数据,2024年上半年,我国货物贸易进出口总值21.17万亿元人民币,同比增长6.1%,规模创历史新高。

如此增速背后,链接供需的跨境电商平台功不可没。在当前出海“四小龙”(SHEIN、速卖通、Temu、TikTok Shop)里,拼多多集团旗下跨境电商平台 Temu 作为后起之秀,更是在不到两年的时间内,频频刷新市场预期,搅动着行业格局。

相关数据显示,2023年12月, Temu 的独立访客数量达4.67亿,与阿里旗下速卖通体量相当,排名全球第二,仅次于行业老大亚马逊。

在巨头当道的海外电商市场, Temu 何以一路高歌猛进?

### 新模式解决商家痛点

浙江台州黄岩区,林盛自家的工厂仓库内,大大小小写着外文标识的纸箱堆放在一起,里面装着自动化产线上生产的各式收纳盒,即将发往全球各地用户的手中。

对于出海,林盛和家人并不陌生。过去,他们从事传统外贸,一件小小的收纳盒,往往要经过好几道手,才能到达海外消费者手中。行情好的时候,国内有电商平台,贸易公司订单也稳定。

“疫情暴发之后,外贸环境大受影响,订单越来越难找,且国内同质化竞争更加明显。”彼时,在海外就读物流管理专业的林盛,把目光投向了跨境电商平台。

初期试水并不顺利,尽管拥有供应链优势,但在价格核算、物流仓储以及营销宣传等方面,因缺乏成熟的经验和足够的资本,并未激起什么水花。

直到 Temu 的出现,让他们开启了走向海外之路。平台刚一上线,就面向商家在业内率先推出全托管模式,这直接解决了大批商家的痛点。

“平台负责定价、仓储、运输、配送、售后等环节,厂家只要专注生产并把货物配送到 Temu 国内仓就可以。”作为澄海玩具厂老板中的第一人,入驻 Temu 卖家用户,陈哲(化名)从入驻拼多多主站,再到跨境电商平台“吃螃蟹”,店铺一直开得很快。

这一模式下,卖家更像是 Temu 的大型供货商,平台从源头采购商品,减少中间环节,形成“供应链—平台—海外消费者”的链路。拥有电商经验的陈哲轻松上手,“对于更多源头厂家来说,把玩具卖到海外的门槛下降了很多。”

大批企业与买手们建立起合作关系,特别是工厂、工贸一体型卖家,相继加入出海大军。电商同行也坐不住了。3个月之后,阿里旗下速卖通宣布提供全托管服务,此后,主打东南亚市场的 Shopee 以及 TikTok Shop 也相继推出全托管服务。

这只是一个起点,影响商家、平台与消费者的模式变革持续发生。去年以来,多个平台相继上线半托管模式,谋求建立更为完善的供应链体系和产品生态。

“从商业运营的角度看, Temu 把所有事情都做到了极致。”林盛这样感慨。 Temu 并不是第一个打出低价策略的跨境电商平台,但 Temu 依靠全托管模式的精细运作,将价格优势和效率发挥到极致。

平台上的商家,都经历过价格审核机制。买手们不仅在供货商之间对比,还会参考国内批发电商平台1688上同类商品的价格。有商家告诉记者,如果发现报价偏高,就需要说明理由,买手再重新评估。

2023年下半年,电影《芭比》大火。在买手的建议下,林盛决定开发一款“芭比风”的收纳柜。“推出新款需要研发一套模具,成本在十万元到上百万元不等。在开新模具上我们都很谨慎。”平台的研创以及过往的销售情况,给予林盛信心,产品推出后也如他们预期,实现了大卖。

“造船”是出海的基础,是否有远航动力,在于跨境电商平台的获客能力。

在国内,拼多多主站靠着极致性价比,结合社交、广告的裂变传播,在淘宝、京东双强的局面下,硬是撕开了一道口子。这套成功的模式,被复制到了海外,掀起一波新的消费潮。

“从商业运营的角度看, Temu 把所有事情都做到了极致。”林盛这样感慨。 Temu 并不是第一个打出低价策略的跨境电商平台,但 Temu 依靠全托管模式的精细运作,将价格优势和效率发挥到极致。

平台上的商家,都经历过价格审核机制。买手们不仅在供货商之间对比,还会参考国内批发电商平台1688上同类商品的价格。有商家告诉记者,如果发现报价偏高,就需要说明理由,买手再重新评估。

### 锤炼内功期待狂飙持续

自推向市场以来, Temu 用数据证明自身的发展潜力。

上线不到两年,平台已深入广东、浙江、山东、安徽等地百余个制造业产业带,进入北美、欧洲、亚洲的70多个国家和地区,每天出口包裹量超过40万个,日均货重达600吨左右。

放眼整个海外,国内跨境电商们最大的对手,就是亚马逊。有数据显示,它占据了美国电商市场约40%,是绝对的行业老大。

不过,在新平台的强烈攻势下,老巨头也不得不做出应对。

亚马逊此前设置了比价系统,如果发现某个卖家在其他平台售价更低,可能会面临惩罚,比如在流量分配中被边缘化。在 Temu 的压力下,亚马逊将 Temu 移出比价系统,防止影响自有生态。同时,亚马逊通过降低服装销售佣金等方式,降低卖家经营成本。

新旧势力比拼还未分胜负。在业内人士看来,这是关于物流基建以及供应链等方面的综合较量,也是提升海外运营能力的进阶机会。跨境电商们未来能否继续狂飙,就要看保持既有优势和基因的同时,能否持续创新,更好实现消费者、平台与商家的三方平衡。

据了解, Temu 正重点锤炼供应链能力、合规能力、服务能力三项内功,应对市场的变化和考验。“我们会持续挖掘优质商家、商品,因地制宜,提供合适的履约链路,提高供应链效率,为全世界不同的消费者提供品类丰富的优价好物。”陈磊表示。

束涵 据《解放日报》