

# “硬核”数据显示：上海崛起互联网“新方阵”

当人口红利逐渐见顶，技术红利和精细化运营的互联网企业，逐渐显现更强劲的增长潜力。这样一批新生代企业在上海诞生、成长。在不拘一格论英雄的互联网“下半场”，上海正站上新“风口”

本报记者姚玉洁、周琳

位列全国1—10月互联网业务累计收入第二名，以37.1%的增速居东部地区榜首——上海，正用“硬核”的数据展现互联网产业快速发展的新图景。

事实上，不管是电商新巨头拼多多，还是90后的青春后花园哔哩哔哩，都是土生土长的上海互联网企业。一种全新意义的总部现象正在上海成型，一批新生代的新经济企业在这里诞生、成长并完成全球化布局。在不拘一格论英雄的互联网“下半场”，上海正在站上新“风口”。

## 新世代新风口，上海互联网“新方阵”崛起

工信部新披露了《2019年1—10月互联网和相关服务业运行情况》，其中上海互联网业务累计收入排名全国第二，并以同比增长37.1%的增速，在东部地区排名第一。支撑这一数据的背后，正是上海互联网迅速崛起的“新方阵”。

“我们是上海土生土长的文化类互联网公司”“4年前从我们诞生就扎根在上海”……上海互联网收入增速前六的“榜单”上，拼多多、饿了么、哔哩哔哩、美团点评、上海钢铁、趣头条6家新兴企业，无一例外都是在上海起步、发展并壮大的。

细数这些企业的发展模式发现，在“互联网+”新生活领域，拼多多、阅文、美团点评、饿了么等互联网“下半场”的新业态，上海不仅没有缺席，还成为最佳“试验田”和引领者。

作为上海互联网企业新方阵的“领头羊”，刚满4岁的拼多多身上的“上海气质”并不少：一方面，上海一直是零售业的中心，诞生一家发展如此迅速的电商企业合乎逻辑；另一方面，基于“商品流”的模式和分布式人工智能技术，拼多多正在向农业、制造业等传统行业，输出自己的创新能力。

“如果你的商业模式在上海能够获得成功，就有机会向全国乃至全世界推广。”上海信息服务业行业协会秘书长陆雷说，“上海的消费者是很挑剔的，如果连最挑剔的消费者都能满足，到了其他的地方就更容易了。”

在不少人认为互联网格局已定之时半程杀出，上海的互联网企业“新锐”十足，加持了新技术和独有的商业模式，快速崛起。从

# 共享新玩法，「撞」出消费新活力

新华社记者年终经济调研采访札记

近两年，一度被认为站在风口的共享经济，从风口跌落，让人们质疑这种新消费模式是否只是泡沫。然而，记者在调研中发现，利用大数据等先进技术探寻市场真实需求，沉下心来真正去拼服务而不是炒概念，这一处在“成长期”的新业态正在为强大国内市场注入新动力。

“随到随骑，随骑随逛，随逛随吃！”北京市民严晓最近在美国App上找到一种周末新玩法——骑共享单车“打卡”城市网红地。

严晓口中的新玩法得益于美国的一种新操作：2018年4月，美团收购摩拜单车，开启“吃喝玩乐行”一站式服务。业内人士分析，共享单车把持着流量入口，此次收购将助力美团打造更加完整的闭环消费圈，创造更多增值服务。

纵观今年共享经济市场，一种发展方向愈发明晰：加速融入生态圈，“赋能”消费升级——

在成都，共享住宿平台小猪短租将民宿业态融入老旧小区改造中，探索共享住宿新业态；

在北京，共享充电宝平台街电深化场景布局，在餐饮、便利店、公共交通等领域进行跨领域合作，构建“不断电生态圈”；

在石家庄，共享自习室平台“努力鸭”吸引众多创业大学生、身兼数职的“斜杠青年”、辞职下海的青年创业者“打卡”，崛起一片新蓝海……

业内专家认为，依靠自带流量的先天优势，共享平台企业正在抢占消费场景，发力供给创新，探索与行业共建生态圈，实现共赢。

“骑行、喝奶茶、看电影、吃饭，感觉全程都在享受着消费。”严晓说，他最近组建了微信群，一到周末，群里的朋友就三五成群约着骑行，探索城市新地标，“像是开启了一种新生活，很有趣。”

国家信息中心数据显示，2015年至2018年，出行、住宿、餐饮等领域的共享经济新业态，对行业增长的拉动分别为每年1.6、2.1和1.6个百分点，预计未来3年，我国共享经济仍有望保持年均30%以上的增速。

“我喜欢开车，平时工作也不忙，就想着利用闲散时间挣点零花钱，所以就试着加入了。”今年9月，25岁的山西晋中市民许达在朋友推荐下加入共享物流平台货拉拉，之后他只要有空就会到物流园或工厂附近找货源，一个月中有七八天都能出车，主业兼职两不误。

货拉拉首席营销官张燕梅说，今年以来，货拉拉不断下沉货运模式，挖掘蓝海市场，相关业务延伸到了100多座新城市，其中多为三四线城市。

记者发现，像货拉拉一样，越来越多的共享平台企业瞄准了“小镇青年”的购买力，正在加速布局以三到六线城市和县镇为代表的下沉市场。

据了解，街电以精细化运营战略为导向，加速向四五线城市下沉；共享出行平台哈啰出行正在向三四线城市重点投放电动自行车，相关业务蒸蒸日上。哈啰出行执行总裁李开迈表示，共享经济的优势在于精准服务，通过创新优化供给，将为下沉市场增添新活力。

记者在调研中感受到，不只是共享经济，以消费品工业和服务业融合催生的个性化定制家居、个性化定制服装等消费新业态和以线上线下融合发展出的体验消费、“智能+”服务消费等消费新模式撬动了消费升级，拉动了制造业提质，带动了就业扩容，正是国内市场活力和潜力的鲜明写照。

中国拥有近14亿人口的大市场，中等收入群体达4亿人左右，消费市场潜力大、韧性强，随着5G、区块链等新一代信息技术的发展“赋能”，中国强大的国内市场潜力将进一步释放，成为中国经济抵御风险挑战的重要支撑。（记者魏玉坤）新华社北京12月10日电

来自经济前沿的故事·年终报道

成立到赴美上市，拼多多仅用了不到3年时间，且市值一度超过京东、趣头条、流利说等企业，也刷新了行业内的上市速度。

而这些“新锐”几乎包揽了年轻网民的衣食住行，35岁以下的年轻人是他们最主要的用户群体。以哔哩哔哩为例，18—35岁用户占比达78%，第一季度新增用户平均年龄为21.5岁，是目前国内最大的年轻人文化社区。

谁掌握了年轻人，谁就掌握了互联网的未来。“90后的一代是真正具有文化自信和创造力的一代，他们也更愿意为优质内容买单。”哔哩哔哩董事长兼首席执行官陈睿说，用动态的眼光去看互联网的发展，它已经从人口红利期，进入了内容红利期，优质内容的本质就是高质量的原创。“B站希望推动中国优质的原创内容走向全世界。”

## 紧抓下半场的新风口，上海做对了什么？

当人口红利逐渐见顶，技术红利和精细化运营的互联网企业，逐渐显现更强劲的增长潜力。上海这些互联网新势力，无一不以独特商业模式和高新技术立身，准确抢占了下半场的“新风口”。

——抓住了“三四线市场”消费新潜力。深耕中国广大三四线市场的拼多多、趣头条，都在这轮增长中表现优异。拼多多平台上70个三线城市、90个四线城市上半年的数据显示，三四线城市消费者显示出更旺盛的购买需求，订单总量同比增长98%，是全国快递业务量同期增速的3.8倍。

“在有着一亿人口的三线及以下城市中，很多人的信息消费需求远未被满足。”趣头条总裁、党委书记刘安逸说，趣头条自成立以来，便专注于这些新兴市场，致力于为广大用户提供兼具乐趣和价值的内容，逐渐弥合新兴市场的数字鸿沟。在刚刚过去的三季度，趣头条保持逆势增长，净营收同比增长44%，远超广告行业12.9%的平均水平。

——抓住了“实体经济”融合新场景。此次增速在上海领跑的企业中，有好几家是产业互联网的领军企业。从过去的消费模式创新，到现在的产业深度融合，互联网企业开拓出全新的技术应用场景。

上海的原创企业钢银电商，通过交易平台减少中间冗余环节，平台人均效能达到传统钢铁行业的6倍，货物的周转速度提升2倍。在江苏，一家机械公司通过iSEOL工业互联网平台的机床租赁业务，每年新增了100万元—150万元的产值，这一工业互联网平台服务范围已涵盖26省、161市，连接智能装备近3万台，背后的企业则是来自上海的智能云科。

“交易订单是企业生命线，但在工业互联网的交易市场中，一直存在着‘市场搜寻摩擦’的说法，即采购商、供应商双方达成交易的过程中，存在着相互寻找、匹配困难的现象。”智能云科品牌部负责人阮慧平说，公司推出的工业互联网平台借助工业大

数据的优选匹配，可以降低企业交易难度。

——抓住了“技术红利”的增长新空间。谁也不曾想到，拼多多其实是人工智能赛道上的一位隐藏“选手”，并在电商业务中将这一技术的优势应用得淋漓尽致。

曾经，雪莲果在中国是一个很小众的产品，如今基于用户过往的购物行为，辅以分布式人工智能模型分析用户和用户之间的需求关联性匹配，拼多多将雪莲果主动呈现在可能有匹配需求的用户面前。到2018年，平台上这种水果售出超过3600万斤。

## “规则至上”“制度优势”，下半场的全新“竞争力”

除了上海本土的互联网企业外，即便总部不在上海的企业也纷纷加大在上海的布局，阿里巴巴、腾讯、百度、华为、小米、商汤等纷至沓来，亚马逊、微软、苹果等也在上海设立研发型功能机构，人工智能、云计算、大数据等新技术深度应用。

伴随着互联网老将新贵“落沪”的脚步，上海“新经济之城”的轮廓日渐清晰。作为中国的经济中心城市，上海在这轮科技竞争中勇挑大旗；而越来越多互联网企业在这里的转型和技术升级，也证明上海已经是中国新经济版图中最重要、最活跃的支柱城市之一。

由于BAT的布局，上海曾一度陷于“为什么留不住阿里巴巴”之类的争论。事实上，以“破坏式创新”而迅速席卷的互联网，已经告别了“野蛮生长”的上半场，进入全面纳入治理体系的“下半场”，仅仅依赖模式创新早已是明日黄花。一个符合产业规律的监管规则与包容开放的营商环境，正成为影响“互联网下半场”核心竞争力的关键因素。

科创板正式开闸，科创属性的企业有了更佳选择；科创贷正式上市，预期授信规模将超过十亿元；开放更多应用场景，为人工智能提供更多的试验田；一网通办让“办事像网购一样方便”；创新政策，实现针对企业从注册到退出的“全生命周期”服务，一批新模式、新应用在这里如鱼得水……

“我们受益最大的政策是‘一照多址’，企业可以在同一登记机关设立分支机构时，不再需要申请新的营业执照，只需要标注新经营场所即可。”美团点评副总裁毛方说，平台上有200多个生活服务品类，对这一政策的需求度很高。“我们将持续推进供给侧的数字化改造，赋能传统行业”。

如今，陪着企业一起创业、健康发展，已经成为上海越来越多政府部门的共同选择。在徐汇，人工智能“新地标”AI Tower崛起，针对企业需求开放更多应用场景；在杨浦，政府部门把公共服务搬进了集装箱，设立在创业园区门口；在青浦，践行长三角区域一体化发展国家战略，打造长三角政务服务的“旗舰店”……制度创新、法治环境、改革红利、优质营商，这些关键词正成为上海这座“新经济之城”的最强磁场。

## 宁波：全国劳模组团，结对服务企业



▲12月10日，全国劳动模范代表、企业代表与嘉宾在启动仪式上。当日，“中国梦·大国工匠”百名全国劳模服务团暨奉化工匠成才计划启动仪式在浙江省宁波市奉化区工贸旅游学校举行。据了解，“百名全国劳模服务团”成员受聘成为导师，将定期为企业提供技术帮扶，为企业发展把脉问诊，帮助解决实际难题。

新华社记者黄宗治摄

# 闹市中“看山”“山谷”中消费

## 新业态点燃长春“夜经济”

新华社长春12月10日电（记者段续、王晓林）隆冬时节的吉林省长春市，夜间温度在零下20℃左右。下午5点，天已全黑，穿着厚实的行人步履匆匆，即便是在热闹的商圈，晚间也是人烟稀少。但今年有所不同，一座名为“这有山”的室内文旅小镇在闹市区开业，打破了东北冬日晚间的寂静。拍照、读书、品美食……“夜经济”的新业态，让许多“东北人儿”从寒冷天气的束缚中解放出来。

开业不到三个月，“这有山”工作日和周末的日均客流分别达到1.5万和3.5万人次，夜间客流占一半以上，直接带动2100多人就业。

为何如此火爆？长春这有山文旅商业发展有限公司总经理吕兴彦认为，人气爆棚的背后，是群众消费能力的稳步提升，是消费活力的逐步释放。“大家不再满足于单纯的购物，而是期待更多时尚体验。”吕兴彦说。

寒冷的天气里，有什么夜生活？东北人的回答往往简单干脆：天儿这么冷，要么在家待着，要么找个地方吃烤串。夜间消费选择少、业态单一，恰是东北发展“夜经济”的潜力所在。

瞄准市场空白，结合东北气候特点，这有山文旅商业发展有限公司投资10亿元，打造了集文化、旅游、商业为一体的室内景区项目。“群众在文旅和休闲方面不断升级的消费需求，是我们

大手笔投资的底气。”吕兴彦说。

一个在室内游览的山丘景区，搭配琳琅满目的蜿蜒山路、具有中式风格的山间建筑，是“这有山”给人的直观感受。可以看、可以吃、可以逛、可以拍照，还可以观演出、品美酒、做手工艺品，一座“这有山”，成了长春市民争相打卡的“网红胜地”。

旺盛的消费，让众多商家看到机遇。国际知名的咖啡连锁品牌，选择将瞄准高端咖啡爱好者的“甄选店”落户在“这有山”；国内一家连锁火锅餐饮企业，同样把主打高端路线的“白玉兰店”开在“这有山”……

“我们在这里投资120万元打造的书店，开业后口碑不错。”猫的天空之城概念书店创始人徐涛说。

当初，“这有山”找到徐涛表达吸引投资意向时，他还在怀疑：在长春开店，能行吗？而事实让徐涛出乎意料，在全国55家门店中，长春店的营业额跻身前5。“东北旺盛的文化消费需求，一定会让书店越来越好。”徐涛说。

数据显示，2019年“十一”假期开业的“这有山”，首月营业额近2800万元，即使进入冬季，11月的营业额也达到2100万元。伴随着一系列节庆活动，12月的营业额还会增长。

新业态激活市场的背后，也有政府的努力。开业前后，长春市商务、城管、交管部门齐上阵，帮企业跑手续、解难题，治理周边环境。

今年前三季度，吉林省城镇居民人均可支配收入同比增长7.3%，不断鼓起的“钱袋子”，鼓足了长春发展“夜经济”的底气，“室内文旅+深夜不打烊”商业模式，正得到众多消费者和企业投资者的认可。

新华社北京12月10日电（记者许晨、李延霞、刘开雄）中国经济向高质量发展进军，企业能不能跟上步伐，怎样跟上步伐？

近日，记者走进江苏、河南、陕西等地，探访了不少致力于创新的中小企业，看到了中国经济的底气和创新的锐气。

## 攻坚垒：用技术创

### 新构筑“护城河”

在激烈的市场竞争中，创新是中小企业成长的动力源。采访中，记者发现活得不错的企业，大多有注重研发、注重创新、注重升级的共性，即使他们的路径不同。

河南漯河经济技术开发区，一处厂区大门右侧，河南省特种润滑油国际联合实验室的大招牌高高悬挂。这彰显着倍佳科技注重研发的特性。

“在创业初期，几乎每一分钱都要投进研发；进入运营阶段，每年研发投入也不会低于营业额的10%。”倍佳科技总经理胡纪根说，目前企业在高端工业和食品级润滑油等多个领域，已掌握国内领先的技术。

新兴产业更是如此。在北京，成立不足3年的彭思科技，已先后设立北京研究院、新加坡研究院，团队累计获得33项计算机视觉竞赛冠军。

“公司始终认准人工智能计算机视觉方向，一直在做针对性的技术研发和创新，慢慢构筑起了自己的技术‘护城河’。”彭思科技创始人马原说。

还有一些中小企业走的是技术升级路子。在江苏，苏轴股份在滚针轴承领域拥有领先技术，2014年以来，公司研发支出年均增长19.6%，全员劳动生产率年均增长10.4%。

“与5年前相比，企业销售额翻了一番，员工总数只增长了18%。”苏轴股份常务副总经理彭君雄说，这得益于企业不懈的自主创新和技术改造，归功于自主研发制造的自动化生产线和对智能制造的积极探索。

正是创新投入，让许多中小企业快速发展。汇聚9000多家中小企业的新三板市场中，挂牌企业2016至2018年平均研发强度一直高于3%，2018年这些企业营收增长12.36%。

## 守阵地：破解发展困难需要创新突围

“我们曾经在产品研发上吃过亏。”陕西科迅机械制造有限公司总经理耿锋说起创新，至今仍有遗憾。那是几年前企业在一次产品研发上慢了半拍，错过了一个大订单。此后，企业在研发创新上不敢有半点松懈。

一方面，是中小企业面临发展困难，要靠创新突围；另一方面，则是人民追求美好生活，高品质的产品和服务成为刚需，企业必须升级。

人力成本上升是企业、特别是服务业企业面临的严峻挑战。安防行业的苏州营财企业集团董事张元说：“近几年人力成本不断上升压低毛利，公司只有靠优质服务、增值服务构筑核心竞争力。”

环保是高质量发展的要求，也是一些中小企业提升发展质量的动力。苏州一家名为星火环境的危废处理企业，正准备从居民楼包围的老厂区中迁出。“从过去没有人管到现在管得特别严，不规范的企业肯定会被淘汰。”公司总经理侯斌说。

技术革新，也要求企业谋变。“当前，人工智能进入产业化阶段，技术发展对企业的创新能力提出了新要求。”马原说，企业要具备技术的快速迭代和应用落地的能力。

“我们最担心的是可能会出现颠覆性产业。”主营业务为锂电池配套组件的方林科技董秘周燕燕说，企业自动化改造也好，加大研发投入也好，就是为了跟紧时代步伐。

“企业要发展就不能搞粗制滥造，技术含量高、档次高的产品，才是长远发展的保证。”陕西合容电气集团董事长贾申龙说。

## 大可期：风雨中新动能悄然壮大

可以对采集到的视频进行“全要素解析”，一旦发现异常将同时发出声光警示——今年10月，长相呆萌的彭思无人巡逻车亮相深圳安博会，受到许多关注。

截至目前，彭思科技研发的技术系统，已经在超10万个前端智能设备稳定运行。借助技术创新，企业估值也攀上10亿元的新高度。

伴随各种样式的新产品落地、各种类型的服务被开发出来，在国内外形势复杂的风雨中，许多中小企业正在悄然壮大。

“对于未来，我们的信心蛮足的。”巨峰股份董事长徐伟红说，企业靠着在绝缘材料方面的技术积累，目前产品已经进入欧洲市场。国际市场的成熟，将为企业注入源源不断的生机。

“企业更多面临的是机遇。”张元说，随着社会活动频繁、外包服务变多，市场将不断扩大，治理规范、专业技术含量高的企业会越来越好。

张元所属的营财保安，2016年至2018年营收分别同比增长16.05%、26.23%、49.65%，净利润从660万元增长至2018年的970万元左右。

“在发展的不同阶段，企业总会遇见这样那样的困难，但企业家的存在，不就是要解决这些困难嘛。”旭杰科技董事长丁杰说，我对中国的未来、对企业的未来充满信心。

作为国民经济的细胞，千万家中小企业或研发、或技改、或提升服务品质的行动，正在汇聚成一片片成长森林。新动能，在这里喷薄而出。

（参与采写：吴雨、薛天、潘晔、张浩然）

# 推动高质量发展，创新动力怎么样