

本报记者崔璐

当“VR（虚拟现实）”产业之光点亮英雄城南昌，物联网技术迅速撒“网”升级，航空、新能源、新材料等产业进发活力，新兴产业引领“老区”江西产业新变，助力江西经济高质量发展走“新”路。

抢“新”布局 “多点开花”

有着“汽运大市、建陶之都”的江西高安市，几年前将目光瞄准光电产业，以“扶龙头、建基地、成系统、重创新”为思路，实现新兴产业“从无到有”“从散到聚”之变，高安市迈入产业发展“光电时代”。去年，高安光电锂电产业实现主营业务收入50.5亿元，列入江西省64个重点产业集群之一。

“紧跟时代，方能引领时代。”位于南昌县的国家级开发区——小蓝经济技术开发区，正在建设“小蓝·泰豪VR产业基地”，计划构建较为完善的VR产业生态圈。

布局VR产业只是小蓝经开区以高新产业引领发展的“一招棋”。2014年，小蓝经开区成立集成电路产业基金——南芯基金，助推集成电路精英企业集聚。从此，小蓝经开区的新产业发展之路越走越宽。目前，新材料、生物医药、集成电路三大新兴产业正加速集聚。

位于南昌中心城区的西湖区，搭乘VR产业“东风”优化区域现代服务业。西湖区引进一家公司，开发基于VR技术的红色文化旅游平台，把老区红色旅游景点用VR视角呈现，以“VR+文化旅游”，探索文旅融合发展新模式。

培育新兴产业需“全链思维”，聚集成势。正全力打造“中国墨都”的奉新县，引进紫宸科技、赣锋锂业、申田碳素等一批行业龙头企业的同时，注重强链补链，全方位支撑新材料新能源产业可持续发展。

创“新”环境 激活内力

新机遇转瞬即逝，江西各地不断优化营商环境，为新兴产业、高科技产业筑好“新巢”，栽好“梧桐林”。

作为国家级新区，赣江新区以优化营商环境提升竞争力，近期出台《关于优化提升赣江新区直管区营商环境的若干措施》，聚焦企业痛点、难点、堵点问题，提出53项具体措施。

推进建设项目行政审批与互联网深度融合、优化完善技术评审环节、建立统一的项目竣工联合验收机制等，在法定办结时限缩短50%基础上再压缩20%的时间，赣江新区最大限度实现审批流程最优、审批时限最少目标。

为打造企业“最快入驻”平台，瑞昌市收回130亩闲置土地，高标准建设园区，在瑞昌市科技园区，13幢标准化厂房全部建成，2019年建成标准厂房总面积将突破100万平方米。目前，园区LED产业链初步成型。

创新是产业发展重要驱动力。上高县鼓励企业科技平台创建，深入实施专利升级、科技服务、科技入园、科技开放四大工程，加快建立以企业为主体、市场为导向，产学研用紧密结合的技术创新体系。一系列创新举措促进上高县新能源新材料、先进装备制造等新兴产业打开发展格局。

创新须靠人才支撑。在江西，引才留才育才已成为各级政府重要工作之一。江西省樟树市大力实施“创新驱动人才支撑”计划，围绕药、酒、盐、金属家具四大产业需求，拓宽人才引进渠道、创新人才培养机制、优化人才发展环境。目前，樟树市已拥有国家级企业技术中心5家，院士工作站2个，博士后创新实践基地2个。近3年，樟树市共培育、引进各类人才1.9万余人。

育“新”动能 “老区”发力

从手工到机械、从机械到智能，从线下到线上，从“网下”到“云上”，在上饶市玉山县，一批批以机器换人的数字车间、数字生产线不断涌现。

江西众光照明有限公司是玉山县光电产业龙头企业，在企业生产车间，随处可见压铸机器人、喷雾机器人、搬运机器人等数字化生产装备。玉山县着力推进智能装备全产业链式布局，提升工业制造数字化和智能化水平。

玉山县动能之变，是江西动能转换的一个缩影。在江西，智能制造、数字经济等科技力量，正成为产业发展、行业竞争新优势。

以新材料、光电信息作为新兴产业的分宜县，动能转换也在悄悄进行。把总部从深圳迁到分宜县的江西盛泰光学公司，以“精密制造+研发”，成为国内摄像头模组优质制造商。围绕打造全球电池级锂盐基地，分宜县引进锂电新材料企业6家，推动美国雅保并购原江锂新材料公司注册江西雅保公司。

在引进新兴产业的同时，以“新”带“旧”，也能让传统产业催生出新兴产业。中国“十大竹乡”之一的宜丰县，依托竹资源优势，2018年引进总投资25亿元的江西迈丹尼高端家具定制项目，推动绿色装饰材料产业转型升级，可升降的茶几、能够搜寻食谱的冰箱……处处体现了现代定制家居的智能化和人性化。

在南昌市新建区，有一座有着“城市绿肺”之称的玲珑湿地公园，周边不但有以乾照光电为代表的光电产业园，还正在崛起以康莱特为代表的生物医药产业园，以维科集团为代表的智能制造基地，几大新兴产业板块聚首在此。

在传统产业占据产业“半壁江山”的新建区，中科院物联网基地、科骏VR/AR产业基地、中至数据集团、淘鑫农业物联网生态城等“高、新、尖”平台不断涌现，一个智慧谷雏形已现。

如今，新兴产业已成为“老区”江西的发展“新引擎”。

年底前高速公路省界收费站可望“清零”

新华时评

答好“由15秒减为2秒”这道考题

临近年终岁尾，取消高速公路省界收费站工作也进入倒计时。据统计，正常情况下，“撤站”后，客车平均通过省界时间由15秒减少为2秒，货车平均通过省界时间由29秒减少为3秒。减秒背后，是运行效率的大提升。时间紧任务重，要答好这道考题，各地各部门必须全力以赴，确保如期优质完成“撤站”工作，切实提升“撤站”后的用户体验。

自今年5月“撤站”攻坚战打响以来，全国大力推进工程建设、ETC发行等工作，目前省界收费站正线改造完工率达93.02%，全国ETC客户累计达到18545.99万，完成发行总任务的97.17%；已完成网络通信链路测试和系统功能测试，预计12月20日前全面完成联网联试各项工作。

据了解，取消高速公路省界收费站，不是取消收费，而是在拆除省界实体收费站的同时，通过技术手段实现车辆跨省行驶时不停车快捷交费，是收费方式的改变。针对取消高速公路省界收费站后收费人员安置问题，孙文剑表示，目前，人员安置有序开展，截至目前，已有25个省份开展了实际安置工作，累计安置9600余人，收费人员队伍总体平稳。

孙文剑表示，下一步，交通运输部将按照既定工作部署，加快推进联网联试、货车ETC发行、政策清理规范等各项工作，确保如期优质全面完成目标任务。

取消高速公路省界收费站，实现电子不停车快捷收费，有利于便利出行，更好满足人民对美好生活的向往。“撤站”后，货车

计费方式从计重收费调整为按车型收费，通过为货车安装使用ETC实现不停车快捷收费，还能提高货车通行效率，促进物流提质增效。

取消高速公路省界收费站，还有利于建立健全科学规范、集约高效的高速公路收费管理体制机制，加快行业治理体系和治理能力现代化建设。

值得注意的是，取消高速公路省界收费站不是取消收费，而是通过技术手段实现车辆跨省行驶时不停车快捷交费，是收费方式的改变。

倒计时不足一个月！为确保如期优质完成“撤站”任务，当前更需谨慎，精心做好各项保障工作，尤其在ETC推广发行上，全面排查清理虚假发行等问题，保证ETC用户良好体验。

取消高速公路省界收费站后，持续做好服务是关键。要严格落实对ETC用户不少于5%的车辆通行费基本优惠，确保“折扣不打折扣”；完善治超工作方案，坚决杜绝违法车辆进入高速公路行驶；清理规范地方自行出台的减免免费政策，维护公平有序的公路运输市场秩序。（记者魏玉坤）新华社北京12月12日电

老年用品市场将超5万亿，“敬老礼物”为何难挑

商品号称适老则可能“伤老” 创新弱、工艺差、价格战致产业低水平循环

新华社长春12月12日电（记者赵丹丹、郭杰文、吴文诩、田晓航）“买来的吧，挑到老人适用的款型太难；买吃的吧，又不知道是不是真的‘老年适用’。”临近新年，北京市民周小姐想为家中老人选购一些新年礼物，可要么选不中、要么不敢选的情况让她很是尴尬。

积极应对人口老龄化，不断满足老年人对适老产品更加多层次的需求非常重要。近日，新华社记者在多地采访时发现，当前有不少打着适老、为老、老年专用等旗号的所谓老年食品、用品，存在欺老、坑老等问题。我国老年用品市场活力尚未充分激发，有效供给能力难以满足老年群体多样化的消费需求。

老年用品好用吗

记者调查发现，一些商品号称为老、适老，实则不然。一些为老产品质量堪忧、可能伤老。家住长春的李丹为奶奶网购了一款价格近300元的“老人专用”助听器，奶奶佩戴后常称耳朵不舒服。李丹亲自试戴后发现助听器内噪音很大，时不时还会发出明显的“砰砰”声。“要不是我及时发现，还不知道会不会伤着老人。”李丹说。

北京市民李璐也遇到类似问题，她刚为患高血压的父亲购买了一台价格百元的“老人专用”电子血压测量仪，初次使用就发现相同条件下该仪器测量数据竟有巨大差别，且明显有误。

有适老食品用“阴阳标签”、瞒老欺老。记者走访多地超市并检索各大电商平台发现，凡标识“中老年适用”、糖尿病专用的食品其价格和销量都往往高出同品牌普通产品不少。然而记者调查发现，此类产品中有不少“阴阳标签”。

在某品牌一款标识为“不加蔗糖中老年豆奶粉”的营养成分表上，记者发现每100克产品中糖含量高达35克，并且产品营养成分表下方还标注“糖尿病患者及肠胃不适者慎用”字样。还有一款打着适老旗号、自诩“低盐”的蛋糕，其营养成分表中“钠”的含量高达每100克481毫克，高于国家“低盐”标准4倍。

南昌市民刘先生告诉记者，他特地为高血糖的父亲购买了一盒在网页广告中号称不添蔗糖的“糖尿病患者定制款”食品，买来后发现盒身标明的食品详细配料中还是含有多种糖类，光食品添加剂就有30多种。“这要是老人不慎吃伤了身体，我们做儿女的得多自责啊。”

有保健类骗局仍在发生，诈老害老。长春市民萧红女士告诉记者，自己的母亲在某“健康公益讲堂”上被洗脑，迷信一款“老年人理疗仪”并花数万元购买。萧红女士向记者反映：“钱倒是其次，母亲至今迷信该仪器，生病拒绝就医，太害人了。”



新华社发

王鹏作

创新弱、工艺差、价格战致产业陷低水平

据权威机构数据，2018年我国已有60岁以上人口2.49亿，70岁以上人口1.67亿。多名专家认为，近年来我国老年用品市场有效需求越来越大，但目前该产业在创新设计、质量控制、生产工艺、定价策略等方面都无法满足现实需求，这也是当前不少市场乱象的根本原因。

——自主创新能力较弱，产品种类较少。国内老年用品领域从业多年的江苏常州佰悦中心主任邢东风告诉记者，与一些发达国家在中国建设的老年用品代加工厂相比，国内自主品牌企业的工厂在配套设备和关键技术方面仍存在较大差距。“国内目前发布生产的老年用品不足万种，相比同期一些国家有4万多种，全球老年市场则约有6万多种，差距很大。”

——缺少行业质量标准，生产工艺较差，产品质量不高。中国老龄科学研究中心副主任党俊武告诉记者，当前国内相关制造工艺水平普遍偏低，研发投入不足，产业链条不全，导致目前市场上现状是——老年人想要的产品没有，有的产品则普遍质

量不高。邢东风也认为，国内相关企业在产品生产工艺、管理水平、质量检测等方面仍有较大提升空间，这与质量标准不明确直接相关。

——“价格战”拉低品质，质量监管乏力，产业低水平循环。邢东风称，出口国外的代工厂产品的质量明显高于国内自主品牌产品，但价格却高出40%—50%，国内老年消费者“不大买账”。为迎合省钱心态，一些国内自主品牌企业在生产过程中不惜牺牲品质来打“价格战”，一旦质量监管兜底不力，将直接影响老年消费者的权益。业内人士认为，我国部分适老化改造产品质量问题频出的重要原因正在于此。

市场规模将超5万亿，提质扩容靠定标准、强监管、增信心

《关于促进老年用品产业发展的指导意见（征求意见稿）》中提出，到2025年，老年用品产业总体规模超过5万亿元，创新能力明显增强，供给水平明显提高，品牌建设明显加快，市场环境明显优化。国家发改委相关负责人也表示，要推动老年产品市场提质扩容。

专家认为，首先应全面梳理和完善老年用品产业相关领域标准体系，制修订一批关键亟需的产品和技术标准，同时加大对国际标准的采标力度。

据上海市消保委副主任兼秘书长陶爱莲介绍，不久前，长三角消保委联盟委托上海市皮革技术协会制定《老人鞋》团体标准，除了对鞋子的耐磨耐折性能、粘合强度等作出明确要求外，还结合老年人的特点，增加了老人鞋不允许有可触及的尖锐等要求。

同时应采取多种手段，推动老年用品产业技术研发和成果转化，严格落实企业质量主体责任，建设标准化、专业化的第三方质量测试平台，引导龙头企业加强行业引领作用，尽快提升老年用品质量。

“我国老年用品市场活力尚未充分激发，应推动老年用品产业领域大众创业、万众创新的积极性。通过不断研究如何更好服务老人，不断创新，甚至带来装备制造业的提档升级。”党俊武说。

专家认为，老年消费者面对鱼龙混杂的商品难以分辨，应建立老年用品领域标准化信息服务平台。以此培养老年用品市场的消费信心，从而形成良性循环。

中国社会科学院社会学研究所助理研究员宋煜认为，还应加大市场监管力度，严厉打击假冒伪劣商品制售行为。加大对自主研发商品知识产权的保护力度。加快推进人工智能、物联网、云计算、大数据等新一代信息技术和智能硬件在老年用品领域的深度应用。

“水滴筹”“轻松筹”“爱心筹”，监管缺位也添“愁”

记者调查发现，一些商品号称为老、适老，实则不然。一些为老产品质量堪忧、可能伤老。家住长春的李丹为奶奶网购了一款价格近300元的“老人专用”助听器，奶奶佩戴后常称耳朵不舒服。李丹亲自试戴后发现助听器内噪音很大，时不时还会发出明显的“砰砰”声。“要不是我及时发现，还不知道会不会伤着老人。”李丹说。

有保健类骗局仍在发生，诈老害老。长春市民萧红女士告诉记者，自己的母亲在某“健康公益讲堂”上被洗脑，迷信一款“老年人理疗仪”并花数万元购买。萧红女士向记者反映：“钱倒是其次，母亲至今迷信该仪器，生病拒绝就医，太害人了。”

爱心众筹平台问题不少

记者在近日调查中发现，包括“水滴筹”在内的多家网络众筹平台线上活动存在诸多隐患。

——百度一张病历就能用，套用模板博同情。根据“水滴筹”电话客服的指导，记者添加了一位“水滴筹”杨老师的微信，该微信为“水滴筹”的企业微信用户。对方称，需要记者上传一张带有患者姓名和疾病名称的医疗材料照片，可以是诊断证明、检查报告或住院记录任意一种。记者在百度搜索中以“先天性心脏病”为关键词，随机在百度图片中选择一份没有就诊医院和检查日期的诊断报告发送给对方，对方并未询问或核实报告来源，就表示“这就可以（使用）”。

同时，对方还提供了用以向社会公众筹款的套用文字模板。在模板中，不乏“筹钱救命”“我们家本是幸福的一家，对于我们这个家庭来说，实在无法继续维持在医院的高昂费用。”“恳请各位好心人士伸手相助，多多转发。”等用语。

——以用户协议形式逃避平台责任，削弱平台应尽的审核义务。“水滴筹”用户协议中有这样的表述：“水滴筹”平台仅为发起人、求助人与赠与人提供网络空间和技术服务，使用平台产生的全部法律后果由发起人、求助人与赠与人自行承担，平台不对个人大病求助项目作任何形式的担保。

同样，在“轻松筹”和“爱心筹”等App的用户协议中也有类

似表述。“轻松筹”在其用户协议中称，因信息不真实、不完整或信息变更后未及时通知平台，导致的一切后果，由用户自行承担，与平台无关；“爱心筹”还在用户协议中注明，在“爱心筹”首先承担了因用户行为导致的行政处罚或侵权损害赔偿责任后，用户应给予“爱心筹”等额的赔偿。上述用户协议将平台本应尽的审核义务推给用户，甚至还保留了向用户索要“等额赔偿”的权利。

记者就为何设置此类“责任免除条款”采访相关平台，“轻松筹”官方表示，不方便对此做出评论；“水滴筹”官方则回应称，“水滴筹”不是慈善机构，根据《公开募捐平台服务管理办法》制定的相应协议条款。

——规模庞大的“资金池”，管理使用不透明。“轻松筹”官网显示，截至目前，“轻松筹”已累计帮助253万个家庭，筹款超过255亿元。有业内人士表示，在捐助人的捐款未被受助人提现前，这些款项形成了“资金池”。“轻松筹”电话客服告诉记者，受助人的项目募集时间最长为30天，如需提现前提，需受助人提交相关证明材料，平台会在48小时内审核通过后，再向合作银行发起提现请求。

网络众筹平台每日接受的捐助数额究竟有多少，平台对已到账但受助人尚未提现的资金如何管理和使用，“轻松筹”官方拒绝就此进行回应；“水滴筹”官方则回应称，数额信息不方便透露，但资金与平台自有资金隔离，实行专门管理和使用。

众筹平台如何维系运营

通过查询工商登记信息，记者发现，不论是“水滴筹”还是“轻松筹”，诸多网络众筹平台的运营主体均为商业公司而非公益组织，这也引发不少人生发困惑：这些做着“免费公益”的商业公司，靠什么维系运营？

——信息流变现，吸引生活、保险等相关产品入驻平台。记者在“水滴筹”的PC端官网发现，除“大病互助”板块外，其首页

顶端的“更多”选项中还有“水滴互助”“水滴保”“水滴善选”“水滴生活”等功能板块。记者点选“水滴生活”板块后，便进入一个类似微商商城的电子商铺，各类生活商品琳琅满目。

在“水滴保”板块内，又包含数十种保险产品。有保险业人士告诉记者，使用过网络众筹平台进行大病筹款的用户，购买相关医疗保险的意愿会高于一般人，这也是网络众筹平台受到各类商业保险公司青睐的原因。

——引导用户加入“资金池”，凭借平台现金流获得孳息。在记者使用微信对一个“轻松筹”项目进行捐助前，平台提示记者可以领取“大病互助”权益，并辅以“限时3元加入，最高可获得30万大病互助金”的说明。

此外，“轻松筹”还在用户协议中明确表示，用户对所有划转款项、充值款项和钱包余额产生的任何收益（孳息）不享有任何权利，若因上述款项产生的孳息，均归平台所有。