

网上中国

运用新技术、新手段、新理念，有效提高运营效率

# 国企数字化转型跑出“加速度”

本报记者 李嘉宝

在数字经济蓬勃发展的当下，千行百业都在抢抓时代机遇转型升级。作为国民经济重要支柱的国有企业，纷纷踏上数字化发展“快车道”。中国人民大学国有经济研究院日前发布《国有企业数字化转型的特点、路径与政策选择——分类改革视角下国有企业数字化转型研究》指出，从2010年起，进行数字化转型的中国国有企业数量不断攀升，且在研发环节进行数字化转型的国有企业占比最高。

## 把握机遇，加快智能化升级

哈电汽轮机公司对叶片分厂进行大规模智能设备升级和厂房改造，数字化系统应用让分厂管理更加简洁高效；中建科工集团实施数字化变革，推进管理手段升级，打造出四级大数据管理驾驶舱、智慧工地平台、智能制造工厂等；神华与国电合并为国家能源投资集团后，在数字化基础上推动传统业务体系全方位改造，通过智能化提升决策管理的一体化、科学化和信息化……近年来，国有企业加快数字化转型的典型事例比比皆是。

在数字经济大潮中，大批国有企业主动将“数字化”“智能化”融入生产、管理、营销、产业协作等各个方面，运用新技术、新手段、新理念，开启线上“云模式”，有效提高了运营效率，探索出新的产业发展机会。

今年2月，国务院国资委印发《关于加快推进国有企业数字化转型工作的通知》，明确国有企业数字化转型的基础、方向、重点和举措。国务院国资委、工信部日前签署《关于加快推进中央企业两化融合和数字化转型战略合作协议》，共同推动中央企业加快信息化工业化融合和数字化转型，促进数字技术与实体经济深度融合。

重庆理工大学副教授王文涛在接受本报记者采访时指出，新时代数字经济发展和国企改革深度融合的顶层设计受到高度重视，国企数字化转型面临特殊的时代机遇。在“新基建”和实现“双

碳”目标的大背景下，以互联网创新发展为基础的新一代技术革命浪潮，将推动国企发展全面进入“智能化时代”。

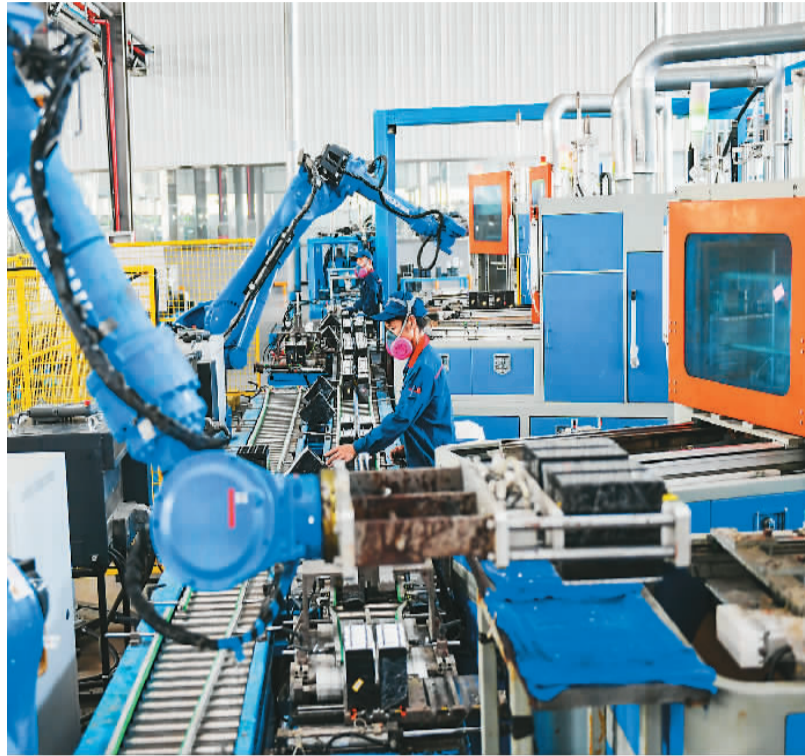
## 科技赋能，带动高质量发展

最近，在广西壮族自治区南宁市青秀区仙葫经济开发区内，国企广西投资集团主导建设的中国—东盟数字经济产业园项目火热推进。据悉，该产业园已初步形成以信息技术应用创新产业为核心的产业集群，吸引50多家企业入驻。

“数字化转型正不断通过科技赋能国有企业，对其生产绩效、组织运营、创新、竞争模式等产生影响。”中国人民大学国有经济研究院分析指出，国有企业率先推动数字化转型，是顺应数字经济时代、建设数字中国的必然要求，也是作为政治和经济功能的混合体在新发展阶段承担特定使命、发挥特有优势的具体体现。

中国人民大学国有经济研究院研究员杨继东认为，国有企业肩负着经济责任、政治责任和社会责任，构成了国有企业数字化转型的内生动力。同时，国有企业在推进数字化方面拥有充足持续的内外资源和多层次全流程的核心能力，为国有企业数字化提供了基础保障和动力来源。

专家指出，数字化转型是改造提升传统动能、培育发展新动能的重要手段。作为引领带动经济高质量发展的中坚力量，国有企业加快数字化转型，将加速推进技术创新、新产品培育、新模式扩散和新业态发展，发挥国企在新



在浙江省湖州市长兴县和平镇，某公司工作人员正在自动化生产线上赶制低碳新能源汽车电池订单产品。谭云伟摄（人民日报）

一轮科技革命和产业变革浪潮中的引领作用，推动国企更广更深融入并完善全球供应链体系，促进中国产业迈向全球价值链中高端。

## 弥补短板，提升核心竞争力

当前国有企业数字化仍面临新基建规划不成熟、数字化过程长期而艰巨、国有企业组织架构复杂等诸多共性和个性的问题。因此，国有企业数字化转型的推进依然有很长的路要走。专家指出，总体上看，国有企业的管理者对数字化转型认识不够充分。不少国有企业数字化转型还缺少一些长期规划，这可能会造成资源浪费，影响企业的长期绩效。

杨继东认为，推动企业数字化转型的资源是有限的，在考虑成本的前提下，企业数字化转型应该有所为有所不为。具体来说，在政策细节上，强调在技术、管理、数据和安全方面的具体推进和落实；在转型方向上，政策指导国

企在产品、生产、用户和产业等多方位数字化；在赋能举措上，注重国企在建设基础设施、发展数字产业和攻克关键技术等方面助力数字化转型。

“工业互联网是推动数字经济和国企改革深度融合的重要基石，也是促进供给侧结构性改革、加快新旧动能转换的关键抓手。”王文涛建议，构建具有中国特色的工业互联网发展模式、设计出科学有效的工业互联网发展机制，是转型期推动国企数字化发展的重点之一。

《关于加快推进国有企业数字化转型工作的通知》提出了具体建议，包括着力夯实数字化转型基础、加快推进产业数字化创新、全面推进数字产业化发展、打造行业数字化转型示范样板等。

众多国企正在加快推进相关部署。在中核集团董事长余剑锋看来，企业数字化转型就是要通过整合企业内外部资源，利用新一代信息化技术，围绕数据、业务流程、组织机构的互动创新，持续提升企业的核心竞争力，构建可持续的竞争优势。

云中漫笔

## 新规划引导信息产业迈向新征程

何冽

到2025年，实现5G网络城市和乡镇全面覆盖，企业经营管理数字化普及率达到80%，规模以上企业软件业务收入突破14万亿元，大数据产业测算规模突破3万亿元……近日，工信部接连发布重磅规划：《“十四五”信息通信行业发展规划》《“十四五”软件和信息技术服务业发展规划》《“十四五”信息化和工业化深度融合发展规划》《“十四五”大数据产业发展规划》。

新规划将引导中国信息产业迈向新征程。新规划的提出，是在“十三五”时期打下的坚实基础基础上进行的。“十三五”期间，中国信息产业相关领域取得了亮眼的成绩：中国已建成全球规模最大的光纤和移动宽带网络，5G网络规模商用；截至今年10月底，全国工业企业经营管理数字化普及率达到69.8%；中国软件和信息技术服务业2020年业务收入达8.16万亿元；2020年中国大数据产业规模超过1万亿元……巨大的经济效益证明了信息产业在经济发展中的重要作用，也让我们见证了相关领域的惊人潜力。

“十四五”规划纲要将“打造数字经济新优势”单独成章，展望未来5年数字经济的蓬勃发展，应当看到，信息产业的前景可谓无限。在“十四五”规划纲要的指引下，近日接连发布的重磅规划，再次释放积极信号。规划总结过往经验，聚焦通信产业、两化融合、软件产业、大数据等重点领域，制定具体量化目标，推动信息产业整体发展，为建设制造强国、网络强国、数字中国提供坚实支撑。规划提出具体目标，无疑是对信息产业提出较高的要求，相关企业应增强创新能力，提高竞争力，为建设网络强国、数字中国添砖加瓦。

同时，对于目前信息行业存在的问题，例如发展不平衡、产业生态需完善、人才不足等，这些规划给出了“解题思路”，有利于相关产业的健康发展。规划展现出了中国对相关行业的重视，必将吸引更多人才加入，促进企业数字化转型，对于释放数据价值、攻关“卡脖子”难题、催生新兴产业新业态新模式等方面大有裨益。相信随着这一系列规划的圆满实施，人们也将更有幸福感、获得感。

中国信息产业进一步发展壮大，将为全球发展带来机遇。在新冠肺炎疫情疫情影响下，世界经济面临挑战。但危中有机，信息产业的重要性日益凸显。中国作为全球最大的数字消费市场，数字经济不仅深刻改变了我们的生活，也为全球经济打开了新视野，跨境电商平台等新产业为各国经济注入强劲动力。如今中国加大力度发展5G网络、数据中心等“新基建”，必将为全球数字化转型作出更大贡献。

《关于加强网络文化市场未成年人保护工作的意见》发布

## 合力遏制炒作“网红儿童”现象

本报记者 乔彩



## 普法机器人进校园

河南省漯河市源汇区司法局紧贴时代发展和教育特征，采取传统普法手段与科技人工智能相融合的方法，开发智能化普法小机器人针对少年儿童心理特点普法，提高普法宣传的生动性、趣味性和时效性。

图为12月13日，源汇区司法局工作人员带着普法机器人在课堂上正与孩子们互动。

尤亚辉摄（人民日报）



## 部分“晒娃”畸形化

某短视频平台上，有个主打“戏精萌娃”的账号，视频内容是一个七八岁的小女孩和一个年龄相仿的男孩的对话，在平台上拥有200多万粉丝。在该账号的视频缩略图中，诸如“像极了和女朋友吵架”“霸道小总裁”“女生的心思你别猜”“有钱人的痛苦”等词并不少见。

而在另一个短视频平台中，一名4岁和2岁的女宝宝，吸引了3700多万网友的关注。该视频账号以两姐妹为主要出镜者，展现“萌娃坑爹”及母女斗智斗勇的搞笑日常。在留言区，不少网友表示“宝贝太可爱了”“小表情到位，太喜欢这孩子了”。

在一些直播、短视频平台上，类似这样的“网红儿童”账号不少，粉丝从几万到上千万不等。其中，大多以记录孩子的日常生活为主。但随着同质内容的增多，不少账号开始“另辟蹊径”，出现了吃播、美妆穿搭、演绎剧情段子等模式：吃播博主“佩琪”，年仅3岁就被父母喂到了70斤；刚过完5岁生日的小女孩，熟练地拿起粉底和眼影，对着镜头向大家介绍如何化妆；一些家长故意给宝宝喂有刺激性味道的食物，拍摄宝宝表情取悦观众……稚嫩的孩童做着与年龄不符的动作，部分“晒娃”逐渐畸形化。

## “啃小”危害大

孩子在家里捣乱，母亲无奈地表示：“这一个假期可咋整？”父亲随后念出了某品牌电视的广告词，回应道：“有了这个，她就消停了。”

类似广告大量存在于“网红儿童”账号中，成为这类账号实现流量变现的主要方式。翻开这些账号主页，大多可以看到“好物推荐”“直播动态”“找我官方合作”的标识。有运营儿童短视频账号的家长表示，靠娃就能月入15万元。

业内人士表示，“网红儿童”爆火的背后，可能存在一条“利益链”。一部分亲子账号前期确实是单纯分享日常生活，在突然爆火获得流量后，便会有机构主动与其签约，而签约之后又能获得更多的商业机会，这也导致一些父母利用孩子打造账号，当作生意经营。记者在某短视频数据分析平台上看到，不少爆火的账号都已签约MCN（网红孵化机构）。

专家表示，为了牟利“啃小”，实则是“坑娃”，把孩子推到镜头前，按照脚本“卖萌”，过度透支他们的体力精力，过度暴露隐私，极易造成心理焦虑。另一方面，孩子过早借直播短视频等参与商业活动也会造成价值观扭曲，形成功利思维和浮躁心态。

有专家指出，炒作“网红儿童”，存在诸多法律风险。根据《未成年人保护法》有关规定，任何组织或者个人不得组织未成年人进行危害其身心健康的表演等活动。今年6月1日起实施的《未成年人保护法》已明确规定，网络直播服务提供者不得为未满16周岁的未成年人提供网络直播发布者账号注册服务。

## 防止过度消费

针对部分网络文化平台出现的利用“网红儿童”牟利等不良现象和问题，《关于加强网络文化市场未成年人保护工作的意见》提出，严禁严控未成年人参与网络

近期，一些短视频、直播平台上出现了越来越多以展示“萌娃”为主要内容的账号，不少家长将孩子打造成“网红”，并通过商务合作实现流量变现。近日，文旅部办公厅发布《关于加强网络文化市场未成年人保护工作的意见》，严禁借“网红儿童”牟利，保障未成年人在网络空间的合法权益。



徐骏作（新华社发）

表演，对出现未成年人单独出镜或者由成年人携带出镜超过一定时长且经核定为借助未成年人积累人气、谋取利益的直播间或者短视频账号，或者利用儿童模特摆出不雅姿势、做性暗示动作等吸引流量、带货牟利的账号依法予以严肃处理。

对平台来说，也要自觉履行好主体责任。专家指出，网络平台要从严把关，一方面严格落实主播准入条件和年龄限制，另一方面严格审核涉及未成年人的直播信息和视频内容，对过度消费“网红儿童”的账号采取封禁等措施。某短视频平台相关负责人表示，目前已通过机器算法和人工标注的方法甄别出以儿童为主角的视频

账号，并对此类账号加强管理。据了解，很多“萌娃”账号的注册者都是成年人，这给平台通过注册身份直接监管带来了难度。遏制炒作“网红儿童”现象，关键还在于家长。中国青少年研究中心家庭教育首席专家孙云晓认为，家长要目光长远，为孩子营造安全、清静、健康的环境，不能为一己私利让孩子过早进入成人世界。

专家表示，学校、社会要加强对家长的引导教育，监督其履行好监护责任，对于那些完全把孩子当做摇钱树的家长，相关部门要发挥作用，切实保护未成年人的合法权益。