

推动国际经贸投资“双向奔赴” 国际产业要素尖峰对话在上海闵行举行



陈华文致辞



蓝钦扬发表主旨演讲



彭文生发表主旨演讲

王奥博

10月14日下午,一场国际产业要素尖峰对话在“大零号湾”科技创新策源功能区会议中心举行。此次活动由上海市闵行区委、区政府举办,邀请新加坡南洋理工大学副校长(产业)、新加坡工程院院士、中新国际联合研究院理事长蓝钦扬,中国国际金融股份有限公司首席经济学家、研究部负责人、中金研究院院长彭文生作主旨演讲。闵行区委副书记、区长陈华文致欢迎词。

“今天的闵行在虹桥国际开放枢纽建设、上海科创中心建设、长三角一体化发展等国家战略的有力牵引下,在各类政策红利的多重鼓励下,为闵行进一步扩大对外开放,产业转型升级和

高质量发展提供了难得的机遇。”闵行区委副书记、区长陈华文在致辞中指出,闵行将以此次活动为契机,积极抢抓智能化、绿色化、融合化发展机遇,广泛借鉴国内外领先企业发展的成功经验,搭建更多的平台,创造更多的机会,着力推动产业链和创新链的双向布局,加快培育绿色低碳元宇宙、智能终端等新赛道,推动形成具有竞争力的产业生态,努力把国家战略机遇更好地转化为闵行改革发展的盛事。

在主旨演讲中,蓝钦扬以《新加坡技术创新与国际产业合作》为题,着重介绍了新加坡科技研发历程和南洋理工大学的科研变革,他强调科研成果转化在促进产业发展上的重要作用,尤其要注重产政研三方面聚合

发力,即深化企业、大学和政府间的合作机制,以研发创新为轴,拓展跨学科合作、多行业参与,做好资源的联通和链接,不断补链强链增链。

彭文生聚焦“一带一路”产业合作促进绿色转型的角度进行了介绍。他提到,在过去十年,“一带一路”沿线国家在贸易投资合作方面取得了巨大的成就。下一个十年,更应当着眼于未来全球产业的发展趋势,尤其是地缘政治和绿色转型这两方面,通过主动融入、积极参与、聚焦落实,深度参与全球产业链的最新布局。

作为国际产业要素尖峰对话论坛的精彩环节,3个“1”,即1本科创特刊、1批美好推荐官、1场战略签约和3场“走进闵行”活

动先后揭晓。

其中,1本科创特刊,是指由闵行区与上海科学技术出版社《张江科技评论》联合刊发的闵行特刊,这也是该刊首次以地区为主题发布的期刊。1批美好推荐官,是由四位不同行业、领域的翘楚担任,他们将发挥职业专长,为闵行发展代言。1场战略签约,由闵行区与中金公司、东浩兰生、建设银行共同签订,旨在深化服务国家战略,服务上海城市发展,推动高质量创新发展。

3场“走进闵行”活动,则是走进虹桥国际中央商务区、上海莘庄工业区及马桥人工智能创新试验区,将更多资金流、资源流、项目流、合作源“引流”至闵

行,让更多合作机遇“走进”闵行。据悉,为以全球视野洞察行业需求,当天上午,专家学者共同前往闵行区重点园区的新材料、低碳能源、生物医药企业进行实地走访,探讨企业科技创新技术转化落地的新模式和新路径。

未来,闵行区将顺应国际国内发展新趋势新要求,以党建为枢纽,共推科创产业要素从“聚合”到“聚变”,打造更高质量双向投资贸易的重要通道、更高效基础设施互联互通的重要枢纽、更高层次专业服务的重要支撑、更高层次民心相通的重要纽带、更高水平对外开放的重要平台,为推进中国式现代化贡献新的更大的力量。



国际产业要素尖峰对话在闵行举行

叶文君:应对时代新变局,以数字科技赋能公关行业发展

雪野

21世纪进入第三个十年,信息技术的蓬勃发展将各行各业都推上了智能化转型的道路,营销传播的变革更是首当其冲。然而,数字科技在公关领域中的具体应用并不像在广告营销中那样顺畅和直观,如何利用新技术实现更好的公关效果成为业界面对新时代转型时需要考虑的问题。

这项难题在业界引发了百家争鸣的探讨和实践浪潮,其中受到广泛认可的包括来自叶文君的理论研究与实践成果。

适应变化:一款为决策者设计的应急处理系统

从复旦大学广告学专业毕业至今,叶文君在公关行业深耕超过17年,长期的一线工作不断激发着她对行业的反思和对新方法的探索。最初,她发现传统企业公关信息管理平台的业务模式已无法适应高速运转的需要,便开始构思研发一款能够使决策者在短时间内获取决策语义信息的系统。2020年,由叶文君研发的“基于多维数据库的企业公关危机应急处理决策系统”上线,大大提高了企业危机公关处理工作的针对

性和时效性,开启了公关工作的智能化转型大门。该项目也在2021年被评为创新中国“十四五”媒体公关行业科技优秀成果。

成功试水:将大数据分析运用于危机公关处理

通过引入技术手段解决公关领域问题,是叶文君受大量项目经验启发而萌发的想法。早在“基于多维数据库的企业公关危机应急处理决策系统”的研发准备期,她就已将部分思考投入实践:彼时,任职于腾讯的叶文君在处理一起东南亚地区业务的公关危机中,尝试将互联网大数据

的分析方法运用于公关领域,准确地预判了舆论和危机走向,并基于数据演化制定应对方案,最终成功化解了此次危机。这一次成功实践也让她赢得了企业内部的“最佳保驾护航奖”。

活用工具:创新手段实现企业声誉提升奇迹

用专业知识助力行业解决转型问题,借势信息时代新格局优化公关手段,叶文君做出了很多尝试。自2020年被玛氏箭牌糖果正式聘任为玛氏中国企业传播负责人之后,叶文君运用“基于互联网的企业形象公关智能评估系

统”、“基于云储存技术的多视角企业活动公关宣传推广系统”等原理,策划了一系列公关媒体创新。短短两年时间,就把玛氏在中国的企业声誉从2019年的68.6分提升至2021年的71.2分。

传统的公关行业的业务模式是高度依赖经验的,而叶文君用互联网大数据的方式为行业赋能,带来了多项首创理论方法和工具成果,为行业注入了科技的新力量。未来,相信这位科技与公关交叉领域的研究型人才会不断深化其研究与实践,以科技铸就公关效果,用技术推进行业发展,为中国媒体公关的智能化转型做出更大贡献。



深化三项制度改革 国网闽侯公司打破岗位“终身制”

由国网闽侯公司领导带队会同有关人员,完成了10个乡镇供电所领导班子和领导人员日常调研考察工作。自推行中层领导人员岗位聘任制以来,国网闽侯供电公司强化绩效契约意识、精准衡量业绩贡献,增强领导人员的危机意识和竞争意识。除领导人员年度专业化能力专题培训、严格党性教育等培训以外,公司每个月结合月度、季度例会,开展读书分享会,以及“活法”、“可复制的领导”等工作,提高中层干部思想素质以及管理能力,对今后的工作开展和推进有了更多的启迪和思考。(林佳 吴巧玲)

国网长乐区供电公司: 精益绩效管理,推动三项制度纵深改革

“我们将‘业绩指标+以量计效+以质计效’作为员工绩效评级、定量的评价标准,并据此分配绩效奖金。”国网长乐区供电公司营前所所长郑杰介绍该供电所绩效管理时表示。近年来,国网长乐区供电公司科学优化考核指标。聚焦供电所十项核心业务,构建供电所绩效考核典型指标库,优化供电所团队绩效考评指标体系为三类28小项,充分授权各供电所依据公司内部模拟市场建设方案,结合各所特点,定制员工绩效管理新模式,客观准确衡量供电所员工业绩贡献,纵深推进分配制度改革。(陈舒舒)

老庙有鹊:“中国囍”的见证者

近日,老庙与新华社“中国之美”携手打造了“中国囍”文化符号。老庙有鹊系列以产品自有的新国潮设计风格契合多种需求,不仅诠释了老庙全新喜运文化符号“中国囍”,也从侧面展现了Z世代消费者对于婚嫁金饰真实的消费需求与审美标准。此外,今年“七夕”节期间,老庙基于“中国囍”文化符号的概念,结合对年轻消费群体的深入研究,打造了传递中国东方美学、体验老庙喜运文化与民俗的“老庙心囍节”系列活动,让消费者可以近距离体验“囍”饰之美。(封皓轩)