

上海国资国企抢占数字新赛道 开拓元宇宙等新业态

■文 / 张淑贤

数字技术已成为企业复工复产复市的重要力量。后疫情时代，数字化有哪些新要求和趋势？

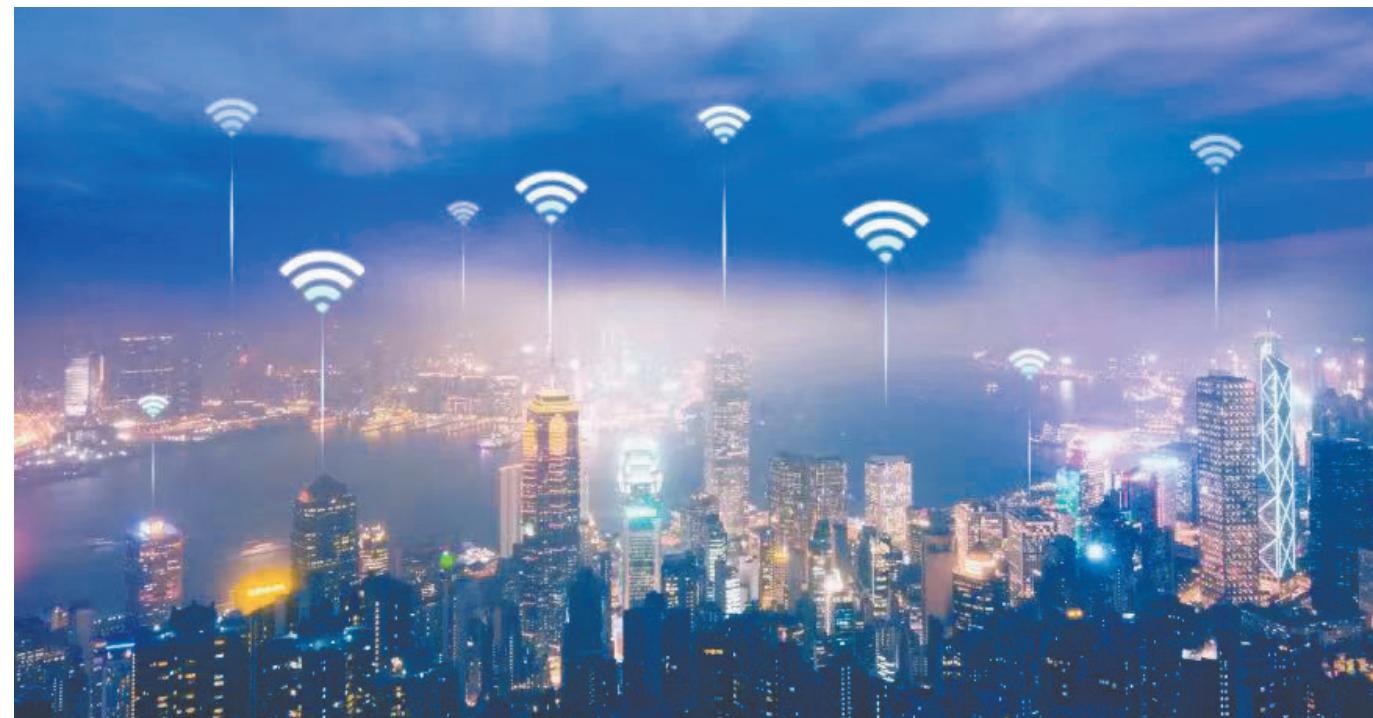
在“2022国有企业数字化转型峰会会前云沙龙暨2022首期国企数字化转型沙龙”上，上海市国资委创新发展处副处长李健安透露，上海国资国企将进一步聚焦国家和上海重要战略领域，坚定不移进军数字化新领域，抢占数字经济新赛道，继续培育数字经济新动能，积极拓展元宇宙、智能终端等未来数字经济的新业态。

此次沙龙由上海国有资本运营研究院和中国企业文化改革与发展研究会主办。

数字经济比重5年翻一番

2020年，上海国资委发布《上海国资国企“十四五”创新发展专项规划》，将数字经济赛道作为未来5年上海国资国企创新转型的主战场。2021年9月上海国资委印发《关于推进本市国资国企数字化转型的实施意见》，要求从国资国企两个层面做强、做优，做好数字国资和数字国企，并提出到2025年上海国资数字经济比重较2020年翻一番，80%以上的国有企业初步实现数字化转型，在数据运营、工业互联网、车联网等领域孵化培育5—10家具备独立运营的数据经济新主体。

李健安透露，近期将重点推动以下几方面工作：在芯片设计、硬件设备、数据处理等数据终端相关环节，打造一批供应链核心企业，将数字化转型与原先上海国资基础较好的产业领域相融合，以数字终端引领数字产业发展；积极发



挥上海国资国企场景优势，将数字化转型与传统的产业、生活、治理等场景相结合，今年的重点工作就是打造一批制造业数字化转型的标杆工厂，推动企业转型升级；探索国有企业数字化转型评估，准确把脉数字化转型的问题所在，推动企业建立规范的数字化转型运营机制；以数字有效利用为出发点，强化数据归集、共享和综合应用，试点开展国有企业的数据资产评估，近期正在推进开展数据资产化课题研究，推进数字国资的增资扩能；强化创新载体建设，打造一批区域集中、场景集聚、数据互联的数据产业创新示范基地；发挥数据新主体和数据要素市场的优势，推动数据集团筹建，推进数据交易所在制度体系、

数商生态、业务发展能力的建设。

在上海市经信委信息化推进处副处长山栋明看来，过去谈大数据往往是技术维度导向，但下一轮要把数据看作资源、要素，机会在于从关注数据技术转向关注数据资源的整个运营。

“围绕数据全链条，未来的数据交易将成为独立的赛道。”山栋明表示，“过去讲数据有开放、有共享、有交换，数据更多是叠加在应用皮上的毛，没有皮就没有毛。但下一轮围绕数字产品的供给，数据交易可以成为像大宗商品一样的独立赛道。”

山栋明表示，在数据要素领域，下一个机会还在于如何推动数据从资源变成资产，未来数据资产一定是货币可计

量的，需要在资产负债表上对数据进行相应的计量体现，这方面工作也是全新的赛道，“一旦从资源向资产迈出这样一个步伐，对于很多企业来说面临的将是全新蓝海。”

数字化转型提速6年

上海国有资本运营研究院院长罗新宇表示，数字化转型已经成为当前国企改革的重要任务，特别是在后疫情时代显得尤为迫切，“转型并非局限于新技术的实施和运作，而是将和业务深度融合，对企业的战略、人才、商业模式乃至组织方式产生深远的影响，构建数字化产业链，培育数字化新生态，推动数据化新转型，这已经成为国企创新发展

的新基建。”

在罗新宇看来，数字化转型将使企业业务逐步从资产驱动型转向数据驱动型。这方面国有企业具有独特优势，因为国企有丰富的应用场景和海量的数据，这些都是国企的核心资产，但运用好需要完善数字化基础设施以及与传统资源有机结合，从而实现数据生产、存储、共享和分享在内企业内外部的互联互通，需要构建适合国有企业经营特点和发展需要的数据中台、业务中台，激发数据要素新动能，使数据真正成为生产力。

中国信息通信研究院华东分院院长廖运发表示，疫情的冲击可使得数字化转型工作提速6年，数字化转型工作因为信息化这几年的发展从而飞速发展，但自疫情以来又出现了新的加速，“原来觉得不划算、不愿意转的现在都改变了想法，疫情确实催生出很多需要数字化工作的场景，大大拉动了数字化转型的工作。同时，工业互联网也赋能了数字化转型，工业互联网一是提升了工厂效率，二是延伸了服务。”

廖运发同时建议，在数字化转型时要注意缩小数字鸿沟，避免信息茧房，以及平衡数字资产与隐私的问题。

上海市信息投资股份有限公司副总裁沈波表示，信息时代是人用机器的时代，APP跟铲子没区别；数字时代是机器用人的时代，每个人只是生产系统中最末单位，机器在操控整个生产系统，以后还会有AI自主智能时代，也就是机器用机器，机器生成机器，全是机器在运作，“我们称为‘全硅基生产力主导’，这是纪元级的突破。”

(本文来源：证券时报网)

智能手机行业高质量发展趋势未变

■文 / 夏晓伦

中国信通院近日公布的数据显示，今年1—5月，国内市场手机总体出货量累计1.08亿部，同比下降27.1%。其中，5G手机出货量8620.7万部，同比下降20.2%。

“虽然当前智能手机销量下降，但可以预见的是，今年下半年，芯片供给问题将逐步缓解，国内消费市场也将进一步释放，再加上各大手机厂商的‘自救’措施，我们对接下来手机行业的高质量发展还是比较乐观的。”诸多业内人士在接受采访时表示，仍然看好下半年的手机市场。

手机销量低迷

要破局，需冷静观局。换机周期增加、供应链不确定性等多种因素叠加，给近几年的手机市场带来不小挑战。

一是大众购买意愿降低。行业分析公司Counterpoint今年4月发布的数据显示，目前用户的平均换机周期已超31个月。需求端最新数据则表明，消费者的换机周期已进一步拉长至36个月。

二是供给侧创造能力进入瓶颈期。当前，手机的芯片、性能、充电技术，以及屏幕等方面，都已经达到瓶颈，很难再有颠覆性的创新突破，只能从微小的方面进行更新迭代，这也自然会让用户降低换机的预期。

三是供应链依然存在不确定性。过去几年间，“缺芯”一度成为中国手机

厂商“攻城略地”的拦路虎，至今仍存在一定的不确定性。但这一状况正在逐步缓解，各大厂商自研之路已经开启。同时，手机芯片的主要供应商也在加快高端芯片的供应速度。

四是定价持续走低。信通院数据显示，今年1—5月上市新机型累计160款，仅4月就上新40款。在今年的“6·18”大促中，众多主流手机厂商不仅发布了走量中端新品，也撤出了比往年更大手笔的购机优惠券。

行业新增长点

困境之下，如何破局？当变量难以掌控，中国手机品牌锁定可控“常量”，寻求突围。“虽然今年上半年国内手机行业的表现似乎不太好，不过对于未来，我们还是可以保持乐观的态度的。”相关业内人士仍充满信心。

首先，瞄准高端市场“靶心”。Counterpoint Research报告显示，去年全球高端市场销售额增速达到24%，远超整体智能手机7%的增速。今年第一季度，高端智能手机销售额占据全球智能手机总额的近三分之二。

对于手机厂商而言，高端路线不仅可以竞争中保持产品活力，还能够带来更强的品牌溢价，这或可视为目前智能手机行业的增长空间。

记者了解到，无论是自研芯片，还是聚焦折叠屏，或是提升性能表现，国产手机品牌冲击高端市场动作频频。最被看好的突破口要数折叠屏手机，与行



业疲软态势相比，折叠屏不降反升给市场注入了一针强心剂。

根据研究机构DSCC报告，2022年第一季度，全球折叠屏智能手机总出货量为222万部，较去年同期增长57%，出货量同比大增近6倍。DSCC还预测，折叠屏手机产品在2022年将迎来大幅扩张，预计全年全球出货量将增加107%，达到1600万台。

在瞄准高端的同时，各大手机品牌还纷纷选择以手机为起点，布局其他电子产品领域，以提高企业竞争力，比如无线耳机、平板电脑、运动手表等等。除此，各大公司在营销渠道领域也谋求多样化营销，从而扩展公司产品知名度。

用户导向、技术革新

比起陷入红海厮杀短期内一决胜负，以长期主义的心态埋头深耕、做好产品，方能穿越周期，熬过漫长“冬季”。实际上，中国手机厂商正在践行这种长期主义。荣耀研发人员占比50%以上，并着力打造全球实验室集群；OPPO花3年时间产出第一颗自主研发的马里

亚纳X芯片；vivo从2019年起就明确了设计、影像、系统和性能四大“长赛道”，并在2021年设立了vivo中央研究院，预研手机前沿技术，为3年以上的產品和技术规划指明方向。

在今年的博鳌亚洲论坛上，vivo执行副总裁、首席运营官胡柏山曾对此进行阐释：“科技创新是科技企业竞争力提升的根本路径，对未来技术进行持续研发投入，才可能有持久的活力。”

这在行业内达成了共识。在国内渠道成本高涨、市场竞争激烈的情况下，各厂商对技术的夯实是当下较好的市场选择，在重大技术和产业变革面前，技术创新是唯一最有效的驱动方式。

同时，坚定5G/6G研发的“决心”给手机产业带来了巨大机遇。探索中的6G技术，则预示着更为广阔的发展空间。

以vivo为例，早在2016年就逐步加大对5G的布局和投入，并在北京成立了5G研发中心，全面参与5G核心技术与标准化研究。2019年，vivo启动6G技术预研，并于次年发布6G系列白皮书。

不仅仅是vivo，华为、小米等手机厂商也抢先布局，开启6G研发。参考5G成绩单，这些关于场景、关键技术的研究，无疑将成为中国手机品牌面向未来的底气所在。

实际上，各国品牌想要打开局面，需要在技术积累、产品优化、市场宣传、品牌提升等多个方面下更大的功夫，以更高的品质、更新的技术、更好的服务来满足消费者的需求。E

(本文来源：人民网)