

两会声音

如何挖掘大数据这个“钻石矿”？
代表委员就发展数字经济建言献策

有人把大数据比作“21 世纪的钻石矿”。在全国上下都大力发展数字经济的当下,宁波如何在新一轮信息化潮流中抢得先机,掘得富矿? 如何通过发展数字经济,助推实体经济与传统产业数字化转型? 两会期间,人大代表和政协委员的多项建议、提案聚焦数字经济发展。

怎样用好大数据？
政府应提供个性化的数据申请开放机制

当前,数字技术创新日新月异,数据已经成为继劳动力、土地、资本、技术、管理之后的一种新型生产要素。

市人大代表、国家税务总局宁波市税务局信息中心主任邱劲锋通过调研发现,总体来看,目前我市还处于数字化的初期阶段。

“‘有数’是前提,‘用数’才是关键。海量数据的集中只是大数据的形式,大数据的真正价值在于应用。”邱劲锋代表认为,长期以来,政府掌握的数据信息大多处于不对外公开状态,严重地制约了经济发展。

如何更好地挖掘大数据这个“钻石矿”? 邱劲锋代表认为,只有加快数据开放和流通,才能发挥数字资产价值。为此他建议制定我市政务数据资源共享和开放的工作计划,建立“依申请开放”机制。“如市场监管类数据、地理空间数据等,可能涉及个人隐私和商业秘密,当前政府数据开放平台仅有政府主动开放机制,这是‘为政府服务而非为用户服务’的形式。应该打造安全且具有个性化的数据开放模式,让更多数据为社会所用。”

要想充分发挥大数据对经济的驱动作用,需要解决大数据“变现”难的问题。邱劲锋代表建议,打造全社会的数据共享和交易平台。政府可以牵头采用区块链技术,打造宁波数据共享链,让数据的供求双方在链条上相互授权,自由交易,促进数字资产的自由快速流动。

发展数字经济着力点在哪？
建议打造宁波北部数字经济产业带

宁波要发展数字经济,该如何入手,重点区域在哪里? 市人大代表、宁波柯力传感科技股份有限公司总经理柯建东认为,江北区作为都市工业核心区域,面临着都市工业二次开发和转型升级的重大压力。建议打造宁波北部数字经济产业带,引入优质企业资源,将都市工业资源与数字经济发展紧密结合,实现数字产业发展的空间产业集聚及产城融合。

“尽管眼下打造北部数字经济产业带还存在着数字经济概念争议、资源碎片化、产业主线不清楚等问题,但只要顶层设计定位清晰,聚焦核心产业,还是大有可为。”柯建东代表建议,把工业物联网产业作为北部数字经济产业带核心之一,重点发展传感器、大数据云计算、工业软件、物联网应用项目。还可以重点聚焦5G产业、北斗数据应用产业,建好大数据、工业软件、数字安全这三大平台。

关于创新产业扶持方式,柯建东代表也有自己的想法。他认为可以充分发挥PE(募股权投资)、VC(风险投资)等市场化投资基金作用,把政府直接奖励转化为政府引导基金前期投入。后期待实际运营有产出后,再把基金产生的收益在考虑国有资本保值后,将多余收益作为对落户项目企业的奖励,以减少财政直接压力,优化基金市场化运营引导作用。

宁波如何跻身数字经济一流城市？
筑巢引凤,创建宁波数字经济产业园

当前我国经济发展正处在新旧动能转换的关键节点,全国各地高度重视数字经济产业规划与布局。市政协委员、宁波通商银行行长助理张清和关注到,杭州早早提出了打造全国数字第一城的口号,近年来数字经济发展迅猛。

“宁波产业基础雄厚,企业家思维敏锐,政府营商环境好,这些都是发展数字经济的有力优势。”张清和委员认为,宁波数字经济产业整体总量小、基础薄弱,头部引领企业少,整体环境尚不够鲜明和有张力,是发展数字经济的劣势。

宁波该如何跻身数字经济一流城市? 张清和委员的建议是创建数字经济产业园。

如今宁波各类产业园遍地开花,亟待整合。张清和委员建议,可以在鄞州、江北、甬江科创大走廊等地先行先试,将现有的电商园区、科创园区、高端装备制造园区进行改造,升级或改变为数字经济产业园。还可以借鉴杭州经验,将现有商业楼宇进行重新规划和整合,形成楼宇数字经济产业园。

张清和委员认为,培养数字经济不可能短期见效,但从中长期看,只要打造好支持数字经济发展的营商环境,定能为未来宁波经济发展注入新动能。

记者 孙美星

■两会建言

市人大代表杨杰：
“做减法”精准定位城市品牌

在市人大代表、宁波华博会议展览有限公司董事长杨杰看来,宁波是一座非常有品牌意识的城市。

早在上世纪90年代,宁波就在全中国率先实施品牌战略,先后打造出雅戈尔、奥克斯、方太、双鹿、海天等品牌。反过来,这些品牌也打响了宁波这座城市在全国乃至世界的知名度。

时代在发展,宁波的品牌建设之路如同“逆水行舟”,传统品牌影响力逐步下滑,新生品牌成长动力不足。最近这些年,宁波鲜少涉及新兴领域品牌建设,尤其缺乏对整座城市品牌形象的打造。

杨杰代表认为,品牌是一座城市发展的标杆和旗帜,展现的是一座城市独特的魅力,尤其是在知识经济、注意力经济时代,城市品牌更将直接转化为生产力、文化力和竞争力。“其实宁波已经有很多无形的品牌,比如新一线城市、世界五大港口、东亚文化之都、爱心城市、全国文明城市、宁波帮、宁波装等。”不过,在他看来,资源太丰富对城市品牌定位未必是件好事,“资源越多,就越难取舍,也就越难提炼出城市品牌的精髓。”

“因此,要做‘减法’,总结提炼出最能代表宁波城市精神气质和未来发展方向的定位。”杨杰代表建议。

记者 石承承

市人大代表叶辉：
打好“宜居”“爱心”两张“走心牌”

说起宁波这座城市的品牌定位,很多人可能都会想到“书藏古今,港通天下”这大气的八个字。但在市人大代表、宁波市新芝小学校长叶辉看来,这八个字固然精彩,却少了一点点“走心”元素。

眼下,交通越来越发达,观念越来越多元化,“世界那么大,我想去看看”已经不再是稀罕事。如何吸引人们到一座城市旅游,又或者吸引人才到一座城市就业、安家落户? 在叶辉代表看来,最重要的还是一座城市释放出的对人的情感需求的满足。

“城市形象设计应突出‘一体两翼’,即以港口城市为主体,秉承‘书藏古今,港通天下’的主调,同时以‘宜居城市’和‘爱心城市’为两翼,打出绿色牌和温馨牌。”叶辉代表认为,所谓宜居城市,其内涵包括环境宜人、物产丰富、交通便捷、物价适中、社会服务完善等多种因素;所谓爱心城市,折射出的是高素养的城市文明、廉洁公正的政府机构、包容开放的居民心态等。

“随着社会的发展,这些元素越来越被人们重视,而这些元素又恰恰是宁波的长处。将其作为一张城市名牌,或许比‘书藏古今,港通天下’更能打动人心。”叶辉代表说。

记者 石承承



卫生、养老、城市精细化管理……
市民通过本报传递的呼声
与代表委员的关注不谋而合

市十五届人大四次会议于昨天闭幕,今年的两会胜利结束。本报开设的“请代表委员递句话”栏目也告一段落。从卫生到养老,再到城市精细化管理,市民的呼声与代表委员的关注“不谋而合”。

2月10日,今年两会召开前夕,本报推出“请代表委员递句话”栏目。该栏目创办于2009年,是每年两会期间市民和代表委员相互沟通、传递声音的“桥梁”。今年的“请代表委员递句话”栏目一推出,就得到热烈响应,市民纷纷通过本报热线、微信、微博等多种方式反映问题。经粗略统计,两会期间,本报共收到市民反映的各类民生热点意见、建议超过50条。

受版面限制,在过去近一周里,本报陆续刊登了7则市民反映的具有普遍意义的民生问题,包括“老旧小区加装电梯难”“严禁燃放烟花爆竹”“增设按钮式红绿灯”“医院陪护市场整顿”“开通无障碍公交车”“居民区噪音监控”“增加养老机构床位”等。这些市民呼声与代表委员关注较多的提升城市精细化管理、卫生、养老等民生保障问题不谋而合。

接下来,本报还将对“请代表委员递句话”栏目中收到的市民反映的其他问题进行梳理、整合,并通过新闻报道或其他途径反馈给相关职能部门,以期为大家解决实际问题。

记者 石承承