

智造世界 创造美好

——2024世界制造业大会观察

9月20日至23日,以“智造世界·创造美好”为主题的2024世界制造业大会在安徽合肥举行。为期四天的会期里,代表制造业前沿探索的各项新技术、新产品、新业态精彩纷呈,“2024中国制造业企业500强”新鲜出炉,总投资近3700亿元的718个项目达成合作,来自19个国家和地区的企业、机构和客商与中国伙伴共谋推动制造业高端化、智能化、绿色化之道。

制造业高质量发展是我国经济高质量发展的重中之重。与会嘉宾认为,当前,全球制造业正经历深刻的质量变革、效率变革、动力变革,为各国制造业企业提供了广阔合作空间。透过世界制造业大会这扇窗口,人们看到中国携手各方推动全球制造业高质量发展、实现共享共赢的光明前景。

制造业新技术蓬勃发展

“小江,请递给我一个橙子。”接到指令后,名叫“小江”的人形机器人左右“手”接力,拿起、递出等动作轻松连贯,顺利完成。不远处,另一个外形机器人“万小特”手舞足蹈,也向观众展示自己的“十八般武艺”。

“机器人产业推出新产品的速度越来越快,比如这些融合了大语言模型和情感识别系统的人形机器人。”淮北万特科贸有限责任公司经理左军说,公司计划推动“万小特”在国网供电公司营业厅投入使用,为客户提供接待、讲解、问答等服务。

多旋翼电动垂直起降飞行器、氢能全自动市域列车……漫步在2024世界制造业大会约2万平方米的展区,类似这样的新产品不断刷新着人们对

制造业新技术的认知。

把握新一轮科技和产业革命机遇,各国正努力增强制造业技术创新能力,为经济增长提供新引擎。据统计,我国已布局建设了30个国家制造业创新中心,覆盖动力电池、人形机器人、高性能医疗器械等领域。

企业是观察产业变革的样本。本届大会上,中国企业联合会、中国企业家协会发布的“2024中国制造业企业500强”榜单显示,锅炉及动力设备制造、工业机械及设备制造、电力电气设备制造等行业净利润增长率均在50%以上;风能、太阳能设备制造、动力和储能电池等行业的资产规模增长率超过15%。

“以‘500强’企业为代表,制造业企业呈现出新旧动能持续转换的鲜明特

征。”中国企业联合会副会长梁毅说。

建立未来产业投入增长机制,促进各类先进生产要素向发展新质生产力集聚,布局建设一批未来产业先导区……中国制造业不断向空天信息、量子计算、生命科学等未来产业赛道发起冲击,积蓄动能。

“一箭41星,厉害!”本届大会主宾省吉林省展区,长光卫星成功发射的“一箭41星”被制成模型,引发参观观众赞叹。

“长光卫星是国内首家商业遥感卫星公司,公司研发的卫星将逐步实现‘吉林一号’卫星星座组网,可全天时、全天候从太空俯瞰地球。”长光卫星展区工作人员崔少伟说,空天信息产业将与商业航天、低空经济、人工智能等协同发展,迎来万亿规模的广阔市场。



9月20日,在2024世界制造业大会展馆内,观众从“启江二号”人形机器人“手”中接过一个橙子。

高端化、智能化、绿色化成为共同选择

一块厚重斑驳的铜锭,镌刻着数字“1953”,作为新中国浇筑出的第一块铜锭,它见证了我国铜工业的筚路蓝缕;一件滑如丝绸、厚度仅为4.5微米的锂电铜箔,是当今新能源汽车、新型储能等新兴行业不可缺少的原材料。

本届大会现场,铜陵有色金属集团控股有限公司亮出的这两件展品,成为制造业迈向价值链中高端的一个生动注脚。

“从传统的铜锭、铜杆,到如今的铜箔、铜线,创新让产品扩充迭代,符合产业升级的新需求。”铜陵有色金属集团控股有限公司党委书记、董事长龚华东说。

迈向高端化,制造业企业不断加大研发投入。“2024中国制造业企业500强”榜单显示,“500强”制造业企业2023年共投入研发费用约1.23万亿

元,较上年增长12.51%;研发强度为2.37%,较上年提高0.04个百分点。

每天需要处理5000多笔订单,80%以上都是小于5台的个性化定制订单,日计算物料约2.6亿件,原来每天人工排产需要6小时左右。这是来自联想集团最大的智能设备研发制造基地——合肥联宝的一组排产数据。

“智能化后,每天排产时间缩减到1.5分钟,带动产量提升23%。我们同时把积累的技术、经验和能力提炼成解决方案和服务,为其他制造企业的智能化转型赋能。”联想集团董事长兼首席执行官杨元庆说。

插上“智能翅膀”,制造业企业才能飞得更高更远。工业和信息化部副部长辛国斌在本届大会开幕式上表示,工信部将实施制造业数字化转型行动,深化“5G+工业互联网”和人工智能赋能,加快数字技术在制造业全

行业全链条的普及应用。

伴随着制造业升级提效,推动节能、降耗、增效,构建绿色低碳循环发展的生产体系成为制造业企业践行高质量发展的不二选择。

本届大会上,国网安徽省电力有限公司电力科学研究院展示了其研发的火电高精度碳排放在线监测系统。“火力发电碳排放量较大,对其进行精确测量是制定减排政策、进行碳交易的基础。”研究院相关负责人说,目前已有7家电厂、15台机组接入系统。

从高效低碳用能到固废综合利用,我国制造业全链条的绿色化不断取得新成效。工信部发布的数据显示,“十四五”前两年,我国规模以上工业单位增加值能耗累计下降6.8%;2021年至2023年,万元工业增加值用水量下降20.3%;2023年大宗工业固废综合利用量约22亿吨,利用率达到54%。

共迎全球制造业高质量发展美好未来

长约26米、重约30吨的法国阿尔斯通跨座式单轨列车,作为本届大会上个头最大的展品,吸引观展者纷纷拍照;由德国库尔兹集团与施华洛世奇共同开发的汽车内饰设计,将人造水晶与传感器技术融为一体;来自韩国XIRIUS公司的新一代工厂管理系统,帮助制造业企业构建智能工厂……

本届大会约500平方米的国际展区,来自不同国家知名企业的展品让人应接不暇,展示全球制造业的最新成果和发展趋势。

瞄准新产业、追求高质量,中外携手挖掘制造业新机遇的案例比比皆是。作为2024世界制造业大会系列活动之一,安徽省新兴产业与跨国公司对接会吸引了美国、德国、英国等19个国家和地区

的178位政要及客商参会,其中包括霍尼韦尔、三菱、施耐德等92家跨国公司代表。

“以新能源汽车行业为例,我们根据中国市场需求研发传感器产品,以提升电池安全、优化里程估算。”霍尼韦尔中国总裁余锋在对接会上说。这家来自美国的跨国企业近些年围绕自动化、能源转型、航空、新能源汽车等领域在中国持续投资布局。今年7月,霍尼韦尔与安徽丰原集团签订战略合作协议,在蚌埠建设可持续航空煤油等项目,推动绿色低碳发展。

就在本届大会开幕前不久,《外商投资准入特别管理措施(负面清单)(2024年版)》于9月8日发布,将全国外

资准入负面清单限制措施由31条减至29条,制造业领域外资准入限制措施“清零”。

“这一政策不仅彰显了我国扩大国际合作的积极意愿,也提升了外资企业对持续深耕中国市场的信心。”参加本届大会的三菱电机(中国)有限公司董事兼副总经理王井武志说。

“对世界而言,我们需要搭建一个展示制造业发展成果、促进高端资源对接合作的权威平台,共促制造业高质量发展,世界制造业大会就是一个非常理想的平台。”全球中小企业联盟全球主席卡洛斯·马格里诺斯说,希望各国能以世界制造业大会为契机,共同推动全球制造业的高质量发展,为世界注入更多活力和动力。

变味的“网红医生”：“流量病”如何治理？

随着短视频和直播的兴起,越来越多医生开始在线分享医学知识。将复杂的医学知识转化为听得懂、用得上的生活常识,有助于提升民众的健康素养。

然而,“新华视点”记者调查发现,一些伪装医生、“伪科普”、带货卖课博取流量的行为,却让医疗健康科普变了味、走了样。

穿上医生“马甲”的“网红”风靡直播间

某短视频平台上,博主身着“白大褂”在近似医院的场景中开始“表演”。冠着“男医生”名头的博主,不时帮助扮演患者的女主角,评论区不少人表示“医生太暖心了”。

然而,记者发现,该博主并未获得医生身份认证,利用“医生”人设虚构剧情,实则是为卖货“搭台”,推荐牛奶、维生素、洗衣液等产品。

与此同时,也有不少获得身份认证

的医生从事与本专业不符的“健康科普”工作,为多款产品带货。记者注意到,有“妇科医生”给男士T恤带货,“骨科医生”给美容产品带货。

“我们的肠道里,住着数以万亿计的微生物。”在某短视频平台上,一名认证为广东三甲医院“神经康复科”的医生就食用益生菌的好处侃侃而谈。在其主页中,这名“神经康复领域”专家为某品牌的益生菌冻干粉带货。详情

页面显示,标价为59.9元的产品销量已接近3000件。

在部分直播间内,还有一些所谓的“营养专家”虚构各类头衔、推销虚假保健品。

今年5月,安徽省淮南市中级人民法院二审宣判一起诈骗案。涉案人员迟某军只有高中文化,为了向老年人兜售价值不菲的保健品,他虚构“国家一级保健医师”“国家一级营养师”等诸多

头衔,在直播间内大谈养生。在推销一款胶囊保健品时,迟某军虚构产品具有降血脂、治病功效,对老年人进行“洗脑式”推销诈骗。

一家平台新发布的医疗内容治理规范显示,创作者不得通过不当营销、不当演绎等方式发布虚假同质化医疗类内容。今年8月,该平台对1711个相关违规账号进行无限期封禁、短期禁言等处置,处理同质化视频3.7万条。

“嘴上科普,背后是生意”

穿上“医生”的“马甲”,就能在科普中获得巨大经济利益。有利可图让一些博主降低底线,“嘴上科普,背后是生意”。

“医生给保健品带货的抽佣能达到30%到60%。”从事线上“达人”资源对接的王女士向记者透露,“维生素C、叶酸这类产品最多,吃了对人没什么太大影响,又能获得可观提成。”王女士说。

记者获取的一份某平台“健康科普领域”的“软文”报价单显示,在该平台上拥有3万以上粉丝量的“医生博主”每篇“软文”的费用是1万元。“这类是不包含‘挂链’(直接放购买链接)的,如果要

‘挂链’,销售需要跟博主分成。”业内人士透露。

记者在某平台上联系了一名医美领域的博主,以带货保健品为由向其了解“抽佣”情况。“你卖多少钱,我抽走一半。”该博主告诉记者,50%的“抽佣”比例并不保证销量,“卖一瓶,抽一瓶”。沟通过程中,对于要带货的保健品本身的资质和功效,博主却只字不提。

另一方面,平台的监管缺失,也为“造假”和“引流”留有空间。

当前,平台对于医生身份审核认证的标准不一。记者查询相关平台的认证要求后发现,一些平台需要医院出具

在职在岗证明来验证医生的真实身份,一些平台仅需提供执业医师证就能获得认证,还有一些平台对药剂师、护士等身份的证明也予以认证。

除了认证标准不一以外,各大平台本身,对于其科普内容是否与执业领域“专业对口”并未做审核,一些MCN机构也得以借资质“粘帖”科普文案。

广州市第一人民医院急诊医学副主任医师王西富表示,一些非本专业医生为了蹭流量带货,导致跨专业、跨科室的科普大行其道。“有的MCN机构与医生合作是为了‘借身份’,利用医生的

资质过平台认证关,账号的日常内容却是运营人员维护,实际上是‘挂羊头卖狗肉’。”

受访专家指出,健康“伪科普”往往很难被认定为“谣言”,处罚很难起到震慑效果。“很多健康话题本身就有‘灵活解释’的空间,有的博主为了吸睛,刻意放大‘几率极低’的事件。”

此外,健康科普资源很容易获取。在某二手交易平台上,记者仅花费0.99元就获取了9500份“体质养生科普文案”,其中包括诸如“最快提高免疫力的方法”“最快的瘦大腿的方法”等多个“实用”健康科普文案。

纠歪风遏制“伪科普”

冒用医生身份或以医生身份进行“伪科普”的行为,不仅可能对普通人的健康造成危害,还严重损害医护群体的形象。

2023年2月,国家市场监督管理总局发布的互联网广告管理办法中明确规定,禁止以介绍健康、养生知识等形式,变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告。

上海君悦(杭州)律师事务所律师高兵认为,根据刑法、医师法的有关规定,在平台上冒充医生,进而宣传售卖保健品或药品,有可能构成诈骗罪或非法行医罪。执业医师在网上诊断与自己执业范围不符的疾病,或推销与自己执业范围不符的药物,可能构成“超范围执业”;造成严重后果的,可能构成“医疗事故罪”。

记者从福建、广东等地公立医院了解到,在职医生如需开设平台身份认证的科普账号,需获得医院授权,为防止产生损害

行为,也禁止在职医生从事各类直播带货工作。

浙江大学数字法治研究院副院长高艳东建议,医疗机构加强对本单位医务人员及证件的管理,让医学科普真正发挥应有的社会价值;监管部门加强对虚假摆拍、宣传的监管力度,防范误导患者带来的社会风险。

厦门大学新闻传播学院副院长苏俊斌建议,平台更多落实主体责任,采取技术手段识别“违规文案”、拦截和屏蔽“伪科普”内容,维护健康科普的公益性和严肃性。

“不要随意套用健康科普中的症状和诊断。身体出现不适时,应直接前往医院就诊。”多位健康科普博主建议,应尽量关注经平台身份认证的博主,或观看经权威媒体核查证实的科普内容,切勿轻易购买“伪医生”在视频或直播中推销的保健品。