

浙江传统制造业向新而行

背街小巷治理需要常抓不懈、久久为功，建立长效管理制度，能够防微杜渐，巩固治理成果。

背街小巷是城市的“里子”。背街小巷治理，考验着城市精细化管理水平。不久前，北京市公布了一季度背街小巷精细化治理专项检查结果。其中，38条背街小巷因检查不达标被降档，另有50条降档小巷通过整改复档。按季检查，动态评级，折射出北京背街小巷治理抓常、抓细、抓实、抓到位的决心。

规划建设是第一步，科学的规划建设能为后续治理多省些力气。不同地区的街巷在空间形态、设施基础、居民需求方面存在差异。规划建设时，要避免只重面子不重里子、只清退不解决的情况出现，否则容易陷入反弹怪圈。应充分考虑地方实际，多些细心和耐心，多想一些乱象为什么会发生、哪些布局设施不符合生活实际情形、老百姓真正需要什么。停车难、市场乱、基础设施不完善、公共空间待优化等通常都是居民生活中的痛点和堵点。背街小巷治理应少在“好看不好用、能用用得少”的设施上费功夫，以杜绝资金浪费、资源闲置问题；多在能真正提升居民生活质量和便利程度的地方下力气，避免质量不过关导致用上几年又得换新，做到以建设品质保证使用效果。

背街小巷因检查不达标被降档，表明“回头看”十分必要。通过建立长效管理制度，能够防微杜渐，巩固治理成果。背街小巷如城市的毛细血管，千丝万缕、细密如织，将管理重心下移，明确地区、街道管理权责，发挥基层力量不失为高效之举。落实定期检查、评级、通报制度，始终绷紧背街小巷治理这根弦，不要想着“一锤子买卖”；加强网格化管理，通过日常巡查做到及时发现、快速处置、立见实效；专项整治和集中整治也不能少，要做到突出问题专项治理、地区情况全面查，堵住背街小巷治理中的漏洞。

居民是背街小巷治理的第一感知者和受益人。应充分调动居民的主动性、积极性，鼓励参与。比如，北京朝阳区发挥“朝阳群众”的力量，通过搭建监督平台，方便群众曝光问题，延伸了治理触角。应加强舆论引导，推动居民、商户自觉遵守街道管理制度，形成人人参与、共建共享的良好氛围。

本版编辑 祝伟美 编高妍

张 晓



位于长三角(杭州)制造业数字化能力中心的“国产工业软件超市”。

本报记者 李景摄

浙江省经信厅近期公布的数据显示，去年，浙江省“415X”先进制造业集群总体规模突破8.6万亿元，其中，万亿元级产业集群达到4个，分别是1.74万亿元的绿色石化、1.21万亿元的高端软件、1.17万亿元的现代纺织与服装以及1.02万亿元的智能物联。浙江提出建设全球先进制造业基地的目标，推动传统产业高端化、智能化、绿色化转型，优化提升产业链、供应链水平，引领浙江制造业迈向价值链中高端，擦亮“浙江制造”品牌。

培育山区生态工业

浙江多山地，作为工业和制造业大省，浙江始终把发展山区生态工业作为全省工业经济发展的重要组成部分，助推山区发展特色优势产业、壮大战略性新兴产业、提升历史经典产业，引导山区26个县因地制宜培育1个到2个具有地方特色的主导产业或支柱产业，支持山区26个县生态工业高质量发展。

有着“浙南明珠”之称的丽水市青田县温溪镇，工业发展起步早、基础好。如今，这里已汇聚了不锈钢、金属冶炼、鞋服等各类企业200余家，规模以上企业50余家。

然而，在山区发展工业并非易事，从产业链发展中找出路，打破平台空间发展的制约成为关键一招。

青田县建立“链长+链主”机制，每条产业链都由一名领导担任链长。每季度都要将产业链主要经济指标、产业链新招引项目等链长履职工作以及“链长制”工作动态进行汇总分析。

青田县委常委、温溪镇党委书记刘骅是该县全球特种钢(特种新材料)产业链的链长，常年与企业打交道的他如今已成了半个专家。“青田县不锈钢产业虽然规模大、产值高，但产业链产品线单一、缺乏差异化，因此易受市场波动影响。”刘骅说，解决这一问题的方法就在于围绕产业链做优招商引资，做强招才引智。

“目前，青田不锈钢产业链上企业很多产品集中在紧固件领域，附加值较低，而下游高附加值产品线存在短板。”刘骅说，他们以此作为招商突破口，开展医疗器械产业项目招商，一来此类项目符合青田地域特征，单体规模不大但附加值高、能耗低、污染少；二来形成产业集群后，具有可观的工业产值，可以与当地一些龙头企业形成上下游配套，延伸产业链。

块状经济迈向高端

块状经济是浙江制造业的一大特色。产业集中、专业性强、具有地方特色的区域性产业集群在浙江百花齐放。浙江“八八战略”中的重要部署之一便是进一步发挥浙江块状特色产业优势，加快先进制造业基地建设，走新型工业化道路。当前，推动块状经济提质升级，成为浙江建设先进制造业基地，做强产业链供应链的重要依托。

“大唐袜机响，世人袜一双。”绍兴诸暨的大唐袜业是浙江最具特色的块状经济区域之一，“国际袜都”的美誉闻名国内外。大唐袜业是以大唐街道为主，辐射周边多个镇街的区域品牌，经过40多年的发展，从一个模仿式、扎堆式的块状经济产业集聚区，发展成为产业链完整、产品系列丰富、技术配套齐全、拥有自主品牌和创新研发能力的现代化产业集群。

目前，大唐袜业已经成长为全球规模最大的袜业原产地，从业人员10万余人，拥有制袜企业1万余家，年产袜子超250亿双，产值规模700余亿元，产量约占全国的70%、全球的1/3。

走进位于诸暨市姚江镇的浙江叶晓针织机械有限公司，只见自动袜机飞快地织造、缝头、翻袜。“这是我们尚未上市的最新款自动织袜机，它在袜机圆机的基础上，叠加横机技术，解决了花型背面线头多的难题，同时还实现了镂空针织技术的突破。”公司总经理顾晓

东告诉记者，不少国际知名品牌的袜子都是用该公司的织袜机进行织造的，这款新机虽未上市，但已获得不少国际品牌的订单。“完整的产业链降低了生产运营成本，因此我们的织袜机能做到性能比肩国际水平，价格还便宜三分之一。”顾晓东说。

“多年积淀形成的完整产业链也持续吸引外地客商落户诸暨。”大唐街道经济发展办主任何杭莹表示，目前，诸暨正在推进袜业集群新智造试点，以数字化赋能产业集群。比如，推进袜业中小企业数字化改造省级试点建设，袜业企业实施数字化改造且被认定为市级数字化车间的，对企业信息化软硬件、网络建设以及信息技术开发等投入，按照每台联网袜机1500元的标准予以补助。

此外，诸暨还积极支持袜业“产业大脑”的推广应用。2022年，袜业“产业大脑”APP正式投用，35个应用场景全部落地，建成194个袜业数字化车间，企业可在“产业大脑”里解决问题，并实现政策兑现、订单共享等功能。大唐袜业已形成以“产业大脑+示范工厂+数字车间”为主体的现代化产业体系。

“目前，大唐袜机制造业已经实现全产业链上的研发、制造、销售。”何杭莹说，未来，大唐袜业将加快袜业机械高端装备产业生态圈集聚，集中突破一批袜业新材料创新关键技术，持续扩大袜业智能工厂、数字车间覆盖面，推动研发设计、科技服务、商贸物流等生产性服务业集成化、平台化、国际化发展。

数字服务提升能级

浙江具有发展数字经济的先发优势。对于构建现代化产业体系、发展新质生产力，浙江省提出实施数字经济创新提质“一号发展工程”，赋能产业链供应链提能升级，以数字经济的叠加倍增作用，更好地助力产业发展。

位于钱塘江畔的长三角(杭州)制造业数字化能力中心(以下简称“能力中心”)，是由浙江省经信厅、杭州市经信局及萧山区委、区政府合作共建的数字服务平台，为传统制造业数字化转型提供解决方案。如今，能力中心已引进一批优质的数字化服务资源，成为服务长三角地区制造业数字化的“策源地”。

“作为数字化转型服务商，依靠能力中心提供的平台，我们可以有效链接到更多亟待数字化转型的企业，为更多中小企业数字化赋能。”杭州友成科技有限公司(以下简称“友成科技”)总经理李晓春告诉记者，作为细分领域汽配行业的数字化服务商，通过能

力中心撮合介绍，该公司帮助不少企业实现了数字化改造，像友成科技这样的数字服务商已有200家集聚能力中心，大大延长了长三角制造业的数字服务供应链。

“我们力争将能力中心打造成为立足萧山区、辐射浙江省、服务长三角的制造业数字化赋能策源地。”长三角(杭州)制造业数字化能力中心主任傅正说，能力中心的展厅面积为6560平方米，一系列展示与产品体验，让企业全方位了解数字化转型的优势，解决企业不懂、不愿、不会数字化转型的问题。

走进能力中心，首先映入眼帘的是一块两层楼高的巨型显示屏和一条生产音箱的数字孪生智能生产线，大屏幕展示的是智能生产线生产执行系统与实时数据，同时创建了与实体生产线一模一样的数字孪生虚拟生产线，智能生产线由原料库、装配、定制、包装、成品库5个单元组成，各个生产单元之间通过AGV小车自动传输，全过程无人化生产。

“通过这样的数字化应用展示，可以让

企业更直观地看到什么叫智能生产线、柔性化生产。”傅正表示，能力中心通过一楼打造的产业数字化展示中心可以初窥制造业数字化的全貌，而在二楼设置的“国产工业软件超市”则为不同企业提供多元化的数字服务购买选择。

“国产工业软件超市”里设置了许多小展台，展示的是甲方企业的名称以及企业数字化案例的详情视频，展台也配有工业软件操作台，可以实地进行产品体验。

“自2022年正式运营以来，能力中心已招引入驻省内外数字工程服务机构60家，聚集展示浙江省数字化改革示范性成果16个，数字化产品与案例200余个。”傅正说，能力中心将继续发挥为长三角制造业数字化转型提供解决方案、典型案例、产品选型、应用体验、路演发布、人才培训等对外展示交流的公共服务平台作用，全景呈现产业大脑、未来工厂、工业互联网、数字孪生、人工智能、元宇宙等先进技术体验服务。



6月13日，江西省抚州市宜黄县黄陂镇霍源村，公路宛如一条巨龙穿过崇山峻岭，与附近的稻田、森林、河流等相映成趣，构成了一幅和美乡村生态画卷。戴庆福摄(中经视觉)

山东青岛莱西市擦亮区域品牌——

农特产品联动“出圈”

本报记者 刘成

近日，在青岛热门景点奥帆中心广场前，莱西市周末嘉年华暨第二届“莱西有礼”美食季活动开启，莱西湖淡水鱼、小龙虾、大闸蟹水产“三件套”，肉脆蜜甜的马连庄甜瓜，甘甜可口的店埠“三红”胡萝卜汁等人们熟知的莱西特产，如今有了一个共同的名称——“莱西有礼”。

莱西市是青岛重要的“菜篮子”“粮袋子”，农特产品丰富多样，已认证“三品一标”农产品206个，仅全国名特优新农产品就达21个。近年来，莱西市提出整体包装推介莱西产品，全力打造“莱西有礼”品牌，通过出台一系列扶持政策，统一制定入选标准、严格把控入选产品，加大推广力度等，为区域农产品品牌建设赋能。

“莱西优质农产品很多，过去靠各自单打独斗虽然有一些名气，但只限于周边区域，没有形成品牌溢价。”“莱西有礼”品牌运营方——青岛聚莱人才集团有限公司董事长邹明波说，他们通过优选采购的方式，集成众多优质农产品，打造了“莱西有礼”品牌，把优质农产品市场做大做强。

来自不同农户的农产品，如何保证产品质量?“莱西有礼”品牌运营方组建了专门的选品团队，建立“三重认证，六重标准”品牌准入机制，严格把控质量关，严选绿色、优质、安全可追溯的特色农产品。严控优选的高门槛，换来选品的好品质，更赢得公众的好口碑。

市场是检验产品竞争力的试金石。为提升“莱西有礼”的影响力、美誉度和竞争力，当地不断创新宣传推介方式，推动莱西农特产品线上线下联动“出圈”。

走进位于青岛市新闻中心的“莱西有礼”品牌店，各种莱西特色产品摆满货架，不时有消费者前来购买。“莱西有礼”品牌负责人王艺达介绍，线上，他们开展形式多样的直播带货活动，增加在各平台的曝光度；线下，他们开设了多家体验店，参加各类展会，让消费者亲身体会商品的优良品质。据了解，目前“莱西有礼”已成功入驻青岛当地的酒店、社区、CBD等地，设立线下品牌旗舰店3家、展示展销点17处，各类产品销售稳步提升，品

牌名声渐渐打响，越来越多外地消费者开始熟悉这一区域公共品牌。

莱西市通过区域公共品牌建设，整合本地零散产品，构建本土产品矩阵，并借助品牌溢出效应，帮助农特产品闯出“大市场”，实现了品牌和农户的双赢。“通过各类集中宣传推广，我们的产品已经卖到了省外，品牌效应带动销售收入增加了300多万元。”青岛夏格庄蒜香鸡餐饮管理有限公司总经理张为连说，未来他计划逐步扩大生产规模，把好品质关，借着“莱西有礼”品牌的影响力实现销售收入再突破。

如今，随着线上线下的全方位发力，“莱西有礼”品牌全面起势，品质优、信誉好、竞争力强的“莱西有礼”地方特色产品叫好又叫座，端上了全国各地消费者的餐桌。“下一步，我们将继续秉承‘立足青岛，走出山东、面向全国、放眼全球’的经营理念，在品牌建设、管理、推广等方面持续发力，助力产业增效、农民增收，努力实现生产、生活、生态‘三生共赢’。”邹明波说。



吉林省四平市塔子山上的风力发电设备正在运行。近年来，当地积极推进绿色新能源项目建设，为经济发展和民生改善增添动力。吕昊俊摄(中经视觉)