

优化转型模式 打造数字城市

——访复旦大学中国研究院副研究员刘典

■中国城市报记者 张永超

创新发展、转型升级、提质增效……目前，各地不断加快培育发展新质生产力。依托5G、人工智能、大数据等新一代信息技术，加大智慧城市及数字城市建设力度，城市高质量发展取得显著成效。

如何更好培育新质生产力，助推数字城市高质量发展？如何进一步释放新质生产力澎湃动能，促进区域城市合作与协同发展？带着相关问题，中国城市报记者专访了复旦大学中国研究院副研究员、《技术经济与管理研究》总编辑刘典。

中国城市报：新质生产力在推动数字城市高质量发展进程中有哪些重要作用？

刘典：新质生产力是高质量发展的核心引擎，通过创新驱动和高效协同的内在逻辑，为数字城市的高质量发展注入了强大动力。具体来说，新质生产力在几个关键领域发挥着重要作用：

在智能交通领域，新质生产力推动了交通系统的智能化升级。通过AI算法预测交通流量并优化路线，不仅缓解了城市拥堵，还提升了公共交通的效率与乘客体验。同时，自动驾驶技术的进步，更是为未来城市交通实现零事故、低排放愿景奠定了基础。

在环保领域，新质生产力则意味着更精准的环境监测与治理能力。通过广泛部署智能

传感器网络，能够收集到海量的环境数据，并结合先进的数据分析技术，实现对污染问题的及时发现和高效处理。这不仅有助于推动城市向绿色、可持续发展的方向迈进，更为我们提供了一个全新的视角，以更科学、更智能的方式重新审视环保问题。

此外，新质生产力还促进了城市治理模式的变革，使决策更加科学、服务更加高效。借助智慧城市平台，政府能够汇聚多样化的数据资源，实现对市民需求的快速响应和精准对接，优化城市资源的配置和管理，从而增强城市的安全性和韧性，为市民创造更加宜居、便捷的城市生活。

中国城市报：目前，数字城市在高质量发展过程中还存在哪些问题亟待解决？

刘典：新质生产力赋能数字城市高质量发展，本质上是一种数字技术与实体经济间的深度融合。数实融合的过程涉及生产力的本体重构，这不仅是经济领域的变革，还包含着人们对技术发展和社会变迁的深刻理解。

随着城市数据量的迅猛增长，数据的安全传输、存储和使用变得愈发重要。面对数据泄露和个人隐私侵犯的严峻挑战，我们迫切需要构建更为完备的数据保护法律法规体系，并加强技术防护措施的力度。同时，数字城市的建设涉及众多技术和设备，若缺乏统一的

技术标准和接口协议，将导致系统间难以高效集成，进而影响整体效能。因此，制定并推广标准化的框架变得至关重要，这将促进不同系统之间的兼容性与互操作性，为数字城市的稳健发展奠定坚实基础。

数字城市的发展还可能会加剧不同群体、地区之间的数字鸿沟。确保所有居民能够平等地享受数字服务变得愈发具有挑战性，为了解决这一问题，必须采取积极措施来普及技术和加强数字素养教育，以防止任何群体被边缘化。然而，大规模的数字化转型和智能设施的建设需要大量的资金投入，如何在保证投资成本的同时实现长期效益，确保项目的可持续性，也成为了一个亟待解决的现实问题。为此，我们需要积极探索公私合作模式（PPP）、政府引导基金等多种融资渠道，并通过技术创新来降低成本，为数字城市的可持续发展奠定坚实基础。

同时，新技术应用的快速发展往往超出现行政策法规框架所能容纳的范畴。这导致新兴技术领域的法律空白和监管盲区，为实际应用带来了诸多不确定性和风险。如何及时更新相关政策法规，为新兴技术的应用提供清晰的指导和支持，避免法律空白和监管盲区，是必须面对的问题之一。其次，数字城市的建设与运维，无疑是一个对高级信息技术人才有着巨大需求的领域。然而，当前的人才储备远远不能满足

这一需求，存在着明显的人才缺口。为了弥补这一缺口，我们必须加强人才培养和引进策略，建立跨学科教育体系，以满足数字城市发展的人才需求。

中国城市报：从传统产业转型升级到数字新兴产业加速发展，各地如何以新质生产力彰显特色，推动自身在数字城市建设中脱颖而出？

刘典：发掘和凸显每座城市独特的基因，已经成为首要任务。这需要城市决策者具备独到的眼光，避免盲目跟风和一刀切的发展模式，转而深入挖掘和传承自身独特的文化和历史特色。

除了针对性地发展，技术创新无疑是推动产业转型升级的核心驱动力。目前，众多地方政府与企业紧密合作，共同致力于人工智能、大数据等尖端技术的研发投入，力求构建一种产学研用无缝衔接的创新生态系统。

数字生态体系的构建也是推动城市数字经济可持续发展的核心之一。成都市高新区通过搭建开放的数据共享平台，促进了企业间的交流合作，形成了互惠互利的数字经济生态圈，这种集群效应显著增强了区域整体竞争力。5G、数据中心等新型基础设施的建设，也为城市数字化转型提供了坚实的支撑。重庆市大力建设“智慧名城”，其完善的数字基础设施不仅加速了本地企业数字化进程，也吸引了众多高新技术

项目落地。

中国城市报：近年来，各地加强数字城市建设，取得了显著成效。如何进一步释放新质生产力澎湃动能，促进区域合作与协同发展？

刘典：我认为，通过建立数据共享汇集平台，不仅可以优化本地政务服务和公共管理，还能作为跨区域的数据联通与协作奠定坚实基础。构建一个覆盖更广的区域数据共享交换平台，将有效打破信息孤岛，实现医疗健康、教育资源乃至环境保护等领域的数据流动与资源共享。

智慧政务与公共服务的持续优化，也是提升城市吸引力和竞争力的关键。要推动跨区域政务服务协同，实现“一件事一次办”，进一步优化营商环境，促进人才、资本、技术等要素在更大范围内的自由流动，激发区域经济的内在活力。

此外，智慧基础设施的建设和生态环境的可持续发展也是不可忽视的两大支柱。通过构建智能交通、智能电网等系统，不仅能够提升城市管理的智能化水平，还能促进区域间基础设施的互联互通，如建立区域一体化的交通信息系统，优化物流网络，从而在提高物流效率的同时，促进经济的绿色发展。同时，利用数字技术监测和管理环境质量，携手周边地区共建生态环保大数据平台，对于共同应对气候变化、保护区域生态环境也具有重要意义。

观澜

城市形象推介，从“我有什么”到“你获得什么”

■李明辉

近期，携程发布的假期出游趋势显示，国内周边游预订量同比增长20%。在“县域旅游”火爆的当下，旅游的目的地不再拘泥于一些热门城市。

“去哪儿玩？”——这是很多游客关心的话题，也是城市较量的赛场。社交媒体时代，似乎任何一座城市都有一举成名的机会。据南方周末城市（区域）研究中心不完全统计，自2017年以来，至少已有52座地级城市出现过“热搜级”传播事件，占全国近300座同类城市的近20%。

城市想要获得一次成名的机会，往往需要一把撬动游客购票冲动的钥匙。近些年来，城市形象推介的“卖点”已悄然改变：愈来愈多从围绕“我有什么”的城市景观向“你获得什么”的城市生活转变。

就像邀请客人来家里做客，好吃好喝的是基础，玩得开心才是关键。城市形象推介的主要目的还是提升城市在受众心中的美誉度继而产生消费等下一步行为。

以前城市多是梳理自身独特景观、丰富物产来发出邀请，现在则更注重由游客体验、市民生活为切片吸引“有缘人”。其中的变化，不仅有社交媒体，特别是短视频平台的推波助澜，更值得注意的是从政府自编自导，到政府主导鼓励更多主体参与的转变。

具体来说，又有哪些方式可以借鉴呢？

以小见大，拒绝说教。从Citywalk认识上海、“淄博赶烤”、“村超”引客……吸引当下年轻人的，往往不再是挖空心思想制作的“城市宣传片”，而是一种体验、一种玩法，甚至是一首歌、一张照片。纵然其中有

跟风的可能，但也反映出受众对城市形象推介中“宏大叙述”的无感。其实，不少三四线城市旅游资源并不短缺，如果总是停留在“有什么”的视角，罗列大量文化要素，往往很难让对此陌生的游客感同身受。旅行无论长短，本就是一件放松的事，若是可以与了解知识兼顾，无疑事半功倍。

寻找痛点，主打反差。一句“东北也是有海的”，打破了不少网友的惯性思维，大连港东五街的火爆让更多人了解我国最北海岸线的魅力。“人人都有麦克风”的今天，信息茧房更易被打破，而这种反差感，往往才能给人带来更多新鲜刺激。高铁的开通极大地便利了城市间的通勤，不少大城市的人选择在假期去人流量较少的小城市旅行。就北京游客而言，周边古城大同、海滨秦皇岛、草原乌兰察布等纷纷被冠以“宝藏

城市”之名，而对于他们而言，最大的反差感往往是从出站打车开始的。“个位数的起步价，同样的价格我可以在城里到处溜达。”一位游客说，就是要找一些和在北京不一样的体验，人少景美、性价比高，何乐而不为。

真情流露，引发共鸣。“南京10元手冲咖啡阿姨走红”“天津跳水大爷”让摸不着头脑的网友真正理解了什么是“情绪价值”。“不是咖啡有多不同，而是阿姨真实经商、乐对生活的的气质吸引了我”，网友这样评价道。随着短视频深入下沉市场、城市化推动人口流动，“看客”、游子、原住民三者共同形成的传播网络，正成为城市形象传播的主力。受众关心也更加期待自己关注的城市发生的新变化、新现象，“尔滨现象”就说明，当城市中的市民参与其中，与城市本身形成

共同体，城市形象推介便不再是一个单向度的营销，而真正成为各自城市生活的一部分。城市的魅力，有时候靠钱砸不出来，而是从市民的日常生活中生发。

自1999年“威海China”第一支城市形象电视广告起，20多年来，我国城市形象推介变化显著，这不仅是高速城市化进程、文旅市场繁荣、对外开放加快的产物，更反映出决策者和参与者对城市形象推介思考的变化。

城市本身就像一个人一样，从标识到形象，从精神到文化，都是一个从无到有继而从有到优的积累过程，无论是“我有什么”还是“你获得什么”都是城市形象不可或缺的元素，只是当下趋势，愈来愈提醒决策者时刻要把受众放在心上，或许这样，才能让“网红”变“长红”。