



长三角高质量发展 “协奏曲”越奏越响

今年一季度，长三角三省一市GDP总量达7.4万亿元，占全国比重约25%。亮眼数据的背后，是新质生产力作为新动能成为引领社会全面发展风向标，也是新发展理念在长三角这片高地上的生动映照。

从跨境数据流通新探索到外贸产业规模创新高，再到前沿技术不断涌现……近日，在浙江温州举行的2024年度长三角地区主要领导座谈会上，多位企业家、学者感慨，自2018年11月正式上升为国家战略以来，长三角一体化发展迎来多点突破。如今，长三角一体化发展迈入“第二个五年”，新阶段下，制度创新与科技创新紧密呼应，长三角高质量一体化发展的“协奏曲”正越奏越响。

率先探索数据跨境流动，构筑新质生产力“样板间”

涵盖智能网联汽车、生物医药等领域，涉及智能网联汽车跨国生产制造、医药临床试验和研发等11个场景，划分64个数据类别600余个字段……近日，中国（上海）自由贸易试验区临港新片区数据跨境场景化一般数据清单及清单配套操作指南正式发布，迅速引起高度关注。

“跨境数据流通是全球数字经济治理的重要组成部分，不仅有助于国内企业参与国际竞争，也能为跨国企业在华发展营造良好营商环境，将进一步推动国内产业深度融入全球产业链供应链价值链，加快推进传统产业转型升级、新兴产业壮大、未来产业培育。”无锡数字经济研究院执行院长吴琦说，长三角的系列探索具有重要价值。

不只是跨境数据流动，长三角正加速挖掘数据的更多价值，在多领域推进先行先试。上海市数据局城市数字化转型处处长钱晓说，数据正成为数字经济时代关键内容，以数据为依托和牵引，一场广泛而深刻的数字化产业革命正在长三角加速进行。

从东部的临港向西看，长三角一体化示范区数据中心集群的建设正如火如荼。

上海市政协副主席邵志清说，从云计算、大数据，到人工智能、元宇宙，在

数字经济发展中，数据与算力的重要性愈发凸显，长三角建设国家算力枢纽节点有助于构建起长三角地区算力资源“一体协同、辐射全域”的发展格局。

长三角一体化示范区数据中心集群是“东数西算”工程八大算力枢纽之一，也是“长三角数字干线”的重要内容。近年来，这条发源于上海青浦，依托G50高速公路主干廊道的数字创新发展带正点多开花，带动区域协同发展。

以华为为例，在上海青浦区落地华为青浦研发中心、上海华为数字能源技术有限公司；在江苏吴江区，成立华为（吴江）工业互联网赋能中心，与当地高校共建长三角一体化示范区ICT人才岛……一体化高质量发展的布局正加快形成。

外贸规模再创新高，优势产能“走出去”蹄疾步稳

今年以来，长三角地区外贸形势整体向好。据上海海关统计，今年前4个月，长三角区域外贸进出口总值达5.04万亿元，规模创历史新高，同比增长5.6%，占全国进出口总值的36.5%。出口前十的城市中，长三角占5席。

外贸规模创新高，浓缩在数字里，是“创新高”的增长，延展到社会生产生活中，内涵却丰富得多。

“创新高”的背后，首先有产业升级、优势产品作为支撑。

如果说“客户来什么单，就做什么款”是父辈多年养成的经营习惯，那么通过入驻跨境电商平台、建立品牌、自创爆款，就是青年企业家吴劲松接班后的“三把火”。

“以前接海外订单我们基本上只做均码，根本不考虑细分市场的需求，直到2022年才发现不同地区的客户对款式、版型、花色的要求都不一样。”吴劲松来自浙江义乌，运动护具产品是家里已经做了二十几年的生意。不同于过去“盲人摸象”，通过SHEIN等跨境电商平台，他开始了解到海外市场更加弹性的反馈，并不断调整产品尺码、提升科技含量，由此公司逐渐实现“轻松运营”，从一开始的月销售额十几万元，发展到最近的月销超过280万元。

华东师范大学城市发展研究院院长曾刚说，从出口商品结构来看，长三角区域正在逐步向价值链上游攀升。这既是“丝路电商”等政策带来的成效，也是区域产业升级的必然趋势和应对市场竞争的必然选择。

“创新高”的背后，还有源源不断制度创新作为保障。

今年3月，60个装载丙烯塑料粒子的中欧班列集装箱进入南京综保区（龙潭港区）。这批货物将在综保区内进行存储、销售和分拨，标志着江苏省率先推出的“中欧班列+保税”进口模式正式实施。

与传统的中欧班列货物分销模式不同，这一模式省去了卸货、清关等环节，直接将中欧班列延伸至综保区内，有效减轻企业税款资金压力，大幅降低人工装卸、保税仓储等多项成本。

“创新高”的背后，更有不断优化的营商环境作为基础。

长三角区域的外贸结构中，民营企业扮演了重要角色。一季度，长三角民营企业进出口1.98万亿元，占长三角区域外贸进出口总值超过一半。

浙江衢州鱼子酱占全球三分之一产量；江苏丹阳年产镜片4亿多副，约占全国75%、全球40%……近期，长三角的隐形“土特产”走入公众视野，让一些过去名不见经传的县城成为链接全球经济、文化的重要支点。

在全球最大鱼子酱供应商鲟龙科技董秘许鹏飞看来，公司之所以能做到全球头部，与长三角长期以来不断优化营商环境、培育壮大民营经济有着重要关系，“我们是外贸型企业，时常遇到对国外市场法律监管不熟悉、衔接不够顺畅等问题。对此，政府经常组织相关培训，召开座谈会甚至是现场办公，帮助我们与海外主管机构联系、沟通，在最短时间内解决问题”。

尖端研发加速迎突破，科创“协奏曲”越奏越响

从指甲油的亮片，到太阳能光伏背板基膜，再到新能源车上的锂电池隔膜……一张厚度不到半根头发丝的薄膜，不仅是国际新材料竞争的焦点，也决定了国内新能源产业的生产成本

和发展质量。

近日，总部位于江苏苏州的恒力长三角国际新材料产业基地一期12条生产线全面投料试生产。该项目年产高端功能性聚酯薄膜47万吨，基地全面运营后预计可实现年销售收入200亿元，有望突破国内高端功能性聚酯薄膜产业瓶颈。

攻克“卡脖子”技术，前沿技术加速涌现，这既是长三角区域日渐成熟的市场机制的孕育和催化，也是产学研合作进一步深化带来的效应。

通过众筹科研模式吸引数十家国内外行业企业众筹1400多万元，开展大型风电叶片翼族千万级雷诺数气动试验，为行业共性技术提供关键试验数据支撑……在长三角国家技术创新中心，推动区域内联合攻关，产学研用创新已不再“孤单”。

长三角国家技术创新中心主任刘庆说，截至目前，长三角国创中心在江苏和上海已累计实施拨投结合重大产业化项目100余项，13个项目完成并研发获得市场融资，多项技术和产品成功填补国内空白。

产业链联盟对于技术攻关有重要作用。近日举行的长三角企业家联盟会议上最新消息显示，继此前成立14个产业链联盟后，此次长三角企业家联盟又成立了5个产业链联盟，涉及储能与安全、绿色低碳、汽车后市场等。

各类科创协作机制也在不断谱写“协奏曲”。其中，长三角科技资源共享服务平台集聚了区域内科研设施27个、大型科学仪器超4.6万余台（套），服务机构3100余家；长三角科技创新券累计申领企业超3000家，申领金额超2亿元，兑付金额7600余万元。

曾刚认为，长三角一直是中国改革创新的高地之一，瞄准“极中极”，不断寻求突破和创新是这片热土的内生基因。如今，在各项成熟制度框架下，长三角正不断吸纳各项社会资源充实发展动能，既为本地经济发展打下坚实基础，也将为全国高质量发展、成为全球创新网络关键力量持续提供澎湃动能。

据新华社北京6月11日电

9部门发文推进实施家政兴农行动 吸引脱贫人口从事家政服务业

新华社北京6月11日电 商务部等9部门近日印发的《2024年家政兴农工作方案》11日对外公布，提出五方面25条具体举措。

在促进供需对接方面，方案提出，开展生活服务招聘季活动，及时发布就业用工信息，拓展脱贫人口和农村进城务工人员就业渠道，提供更多就业岗位，扩大家政服务供给。推动各地区各有关部门将家政服务业纳入东西部劳务协作、对口支援、定点帮扶和省内劳务协作工作范畴，加强供需对接，针对家政企业用工需求开展订单式培训。

在加强品牌培育方面，方案提出，培育家政兴农特色劳务品牌，提高组织化、规范化、规模化水平，鼓励更多家政兴农劳务品牌参与脱贫地区特色劳务品牌征集活动，形成品牌效应，吸引脱贫人口从事家政服务业，提高就业竞争力，增加务工收入。

在加大帮扶力度方面，方案提出，指导各地围绕家政服务业等重点领域，帮助脱贫人口通过家政劳务品牌就业，落实各项奖补政策。进一步

精简脱贫人口享受补贴补助的申请手续，简化工作流程，继续对跨省从事家政服务业的脱贫人口发放一次交通补助。加大对家政企业金融支持力度。

在完善支持政策方面，方案提出，指导各地推进灵活就业人员参加社会保险工作，有序落实持居住证的灵活就业人员参加居住地医疗保险工作，创造有利于家政服务业加快发展的政策环境。加大对企稳岗力度，延续阶段性降低失业保险、工伤保险费率政策，继续实施失业保险稳岗返还等阶段性稳岗政策，支持家政企业稳定就业岗位。

在优化发展环境方面，方案提出，加快家政信用体系建设，推动“家政信用查”与国务院客户端、国家政务服务平台全面联通，促进“家政信用查”与地方家政信用信息服务平台互通。引导更多家政服务员在“家政信用查”上进行实名认证，推进家政服务员信用评级赋码，探索推行电子版“居家上门服务证”，营造放心消费环境。

南通名将石宇奇登顶

国羽男单时隔8年重返世界第一

新华社北京6月11日电 世界羽联11日公布2024年第24周的世界排名，中国队的石宇奇位列男子单打世界第一，国羽男单时隔8年重返榜首。

今年以来，南通名将石宇奇状态神勇，相继在印度、法国、新加坡、印度尼西亚四站公开赛折桂，参加的八项国际比赛中战绩35胜3负。在本期世界排名中，石宇奇以102415分反超丹麦名将安赛龙，成为男单世界第一，同时提前锁定巴黎奥运会男单头号种子。国羽上一位男单世界第一是谌龙，他在2016年被马来西亚名将李宗伟超越。

在9日结束的印尼公开赛上，石宇奇获得男单冠军。得知自己将登上世界第一时，石宇奇表示，世界第一算是一座小里程碑，更重要的是不久后的巴黎奥运会，自己要克服场外

因素影响，专注于场内比赛，向奥运冠军的梦想冲刺。

东京奥运会冠军安赛龙在巴黎奥运会周期仍具备超一流实力，但统治力有所下降。随着2023年印尼公开赛冠军积分失效，丹麦人结束了连续132周世界第一。他在社交媒体上向石宇奇表示祝贺，认为后者实至名归，希望未来两人联手奉献更多精彩对决。

2014年，18岁的石宇奇夺得南京青奥会冠军，之后一度位居世界排名第一，但2018年后他的职业生涯因伤病和禁赛风波几经起伏。2022年，石宇奇解禁复出后状态稳步提升，今年1月在印度公开赛上打破“冠军荒”，随后斩获多站冠军，还在汤姆斯杯赛上以队长身份出战第一单打，六战全胜率国羽男队捧杯。

苹果公司推出个人智能系统“苹果智能” iOS 18、AI等创新功能亮相

据新华社旧金山6月10日电 苹果公司10日在2024年全球开发者大会上推出个人智能系统“苹果智能”。该系统集成了生成式人工智能的强大功能，可应用于苹果多款产品。

苹果公司表示，“苹果智能”与iOS 18、iPadOS 18和macOS Sequoia操作系统深度集成。据介绍，作为“苹果智能”的一部分，新应用“写作工具”可以让用户在苹果各平台自带的邮件、笔记等以及第三方写作类应用程序改写、校对、总结文本。在苹果产品的“笔记”等应用程序中，用户可以录音，并对音频进行转录和总结，生成摘要。

用户还可使用新推出的图片工具，在数秒内创建动画、插图或素描风格的图像。借助“苹果智能”，用户可以使用自然语言搜索特定照片及视频中特定片段。新的“清理”工具还能识别并移除照片背景中分散注意力的内容。

在“苹果智能”的支持下，语音助手Siri将拥有更丰富的语言理解

能力，回答更自然、更具语境相关性和个性化。

苹果公司还表示，将于今年晚些时候把生成式人工智能工具ChatGPT集成到iOS 18、iPadOS 18和macOS Sequoia系统平台，用户无须创建账户即可免费访问。在将问题、文档或照片发送到ChatGPT之前，会先征得用户同意。

苹果公司指出，将于今年秋天在iOS 18、iPadOS 18和macOS Sequoia系统平台推出“苹果智能”英文测试版，可在iPhone 15 Pro、iPhone 15 Pro Max以及搭载M1及以上版本芯片的平板和电脑上运行。

苹果公司首席执行官蒂姆·库克表示，“苹果智能”将改变用户和苹果产品之间的互动。“我们独特的方法将生成式人工智能与用户个人环境相结合，提供真正有用智能产品。”

业内人士认为，在人工智能成为科技发展热点的当下，“苹果智能”的推出为用户带来新的交互体验，有望提升新款苹果产品的销量。

韩军称朝鲜军人无意中越界 鸣枪警告后马上退回

据新华社北京6月11日电 韩国军队联合参谋本部11日说，大约20名朝鲜军人9日越过朝鲜半岛军事分界线，在韩方鸣枪警告后马上退回。韩方认为这并非故意越界。

按照韩军联合参谋本部的说法，这些朝鲜军人携带镐头等工具，在朝鲜半岛非军事区中部作业，于9日中午12时30分左右越过军事分界线，距离不超过50米。韩军广播警告并鸣枪示警，朝鲜军人撤回朝方一侧。此后朝军方面并无特别动向。

联合参谋本部发言人李诚俊11日在例行记者会上说，眼下非军事区草木茂盛，难以看清军事分界线标志。朝鲜军人“在没有路的情况下拔开植被行进，我们在他们接近军事分界线前就在观察他们”。韩军判断，这些朝鲜军人可能在作业时迷失方向，且在韩方予以警告后立即退回，因此并非故意越过军事分界线。

韩国称，自上月28日以来，朝鲜空飘超过1600只“垃圾气球”，以回应一些韩国保守派民间政治团体用气球向朝鲜投放反朝传单。据朝鲜中央通讯社10日报道，朝鲜劳动党中央委员会副部长金正9日发表谈话，说朝方8日晚至9日晨利用1400余个气球，向韩国境内投放7.5吨废纸，且不带有任何政治宣传内容。这一回应正当合法，属于“最低范围”。

韩国最大在野党共同民主党党首李在明11日在国会发表讲话，强调韩国民间反朝团体空飘传单“违反现行法律”，呼吁韩朝双方举行对话，以缓和当前紧张局势。

云朵凉感、原纱防晒等新概念走俏市场

防晒衣里有“流量密码”

炎炎夏季，防晒衣是很多人的心头好。

云朵凉感、原纱防晒等一众概念走俏市场；从头到脚，从连帽、斗篷等款式到多巴胺配色，防晒穿搭成为夏日潮流。

防晒衣火了，这个产业有多大？艾瑞咨询联合相关品牌发布的数据显示，2023年我国防晒服市场规模达到742亿元，预计2026年将达958亿元，防晒衣占比超50%。

消费升级、供给“进阶”、科技赋能……“晒”出来的大市场里，有“流量密码”。

有需求，才有商机——

由“皮肤风衣”发展而来的防晒衣，之所以火爆市场，和防晒需求上升紧密相关。

一方面，大众防晒意识强了，“防晒抗初老”“全年防晒”等话题在社交平台上盛行，不仅有流量，也带火了防晒用品、防晒穿搭，不仅女士防晒，儿童、男士防晒也成为市场新增长点。

另一方面，户外生活方式火了。登山露营、亲子出行、徒步骑行……随着人们越来越多地走向户外，防晒衣有了更丰富的应用场景。满足多样化

需求的新型防晒产品不断涌现，融合时尚元素也成为防晒服饰的“加分项”。

五一前两周，京东平台儿童防晒衣、户外防晒衣成交额环比增长超100%，男士防晒衣、时尚防晒衣成交额环比增长超80%。

不止是服装，“防晒腮红口罩”“冰袖”“脸基尼”等也销量剧增。防晒产品正打破单一季节限制和固化标签，在审美和社交属性方面提供更多价值。

从头到脚“捂”起来，防晒衣也讲科技。随着先进技术“织”入一丝一布，“千丝万缕”正走向“千变万化”。

比如，相比之前的涂层防晒，近期流行的原纱防晒就是在服装的源头——纱线中加入了防晒因子，制作成面料。这种工艺的加持，既保持了防晒效果，也更加透气舒适。

中国纺织工业联合会有关负责人表示，防晒衣卖的不仅是产品，也是功能，还要主打“科技内核”。不仅防晒，凉感、轻薄、透气、时尚同样是研发的主要方向。

这是材料的变化：凉感面料通过纤维材料组合、加工制造技术等，实现穿着干爽清凉；绿色环保的竹纤维和

据新华社北京6月11日电