

# 杭钢勇闯数字科技新蓝海 从炼铁成钢到炼“数”成金

本报记者 张帆 唐骏珏 通讯员 应求上 林徽娜

在张利明看来,杭钢作为一家省属国企,从把握大势的角度必须服务于省委、省政府的重大战略。“经过两年左右谋划,我们开始进入数字经济领域,并定位为数字科技板块,还要有科技含量。”他说。

把握浙江数字经济发展大势外,杭钢也有着发展数字经济的优势:半山钢铁基地关停后,杭钢不仅保留了1743亩土地和40多万平方米厂房,还保留了部分能耗指标和变电所。

“我们认为,数据中心的算力资源是数字科技巨头布局的新重点。”杭钢集团党委副书记、总经理林亮告诉记者,整合各种优势资源,杭钢从数据中心建设开始切入数字经济这条赛道,并由此扩展到大数据运营领域,打造“10朵云”。

对杭钢的数字化转型,“中国信息化百人会”执委徐愈这样评价:“杭钢数字化发展走过了一段破冰之旅。从全国范围来看,这样的国企转型,所创造的经验是非常宝贵的。”

业,涵盖云计算、大数据、数字安全等领域。

“目前阶段,我们正打造6朵公共行业服务云,包括已建设的‘国资云’‘气象云’‘健康云’,以及准备建设的‘海洋云’‘教育云’‘工程云’等。”浙江省数据管理有限公司总经理梁立鹏说,努力形成“行业云集”,大力支撑相关产业的数字化发展。

“国资云”已为全省国资国企提供统一的云基础设施,覆盖全部浙江16家省属国企。接下来,将为全省11个设区市国资委及其管辖的市国资国企提供云服务 and 一站式解决方案。而“健康云”则事关千万浙江人的健康。

不仅是为行业服务,杭钢的数字化能力还能直接“链接”市民。在“浙里办”APP搜索“一键找桩”,新能源车用户就能找到最近的充电桩,解决找桩难、充电难问题。这一应用,就是杭钢开发的浙江省充换电基础设施智能监管平台的功能之一。目前,该平台已接入约300家运营企业、3500座充电站,累计充电订单超1500万笔。

数据作为数字经济的核心生产要素,正形成新的生产力。当前,全国各地都在发力数据要素市场。杭钢与数字经济头部企业合作,建设浙江省大数据联合计算中心,落户温州数安港,为浙江和全国数据交易探索经验。

“做到数据可进不可出、可用不可拥、数据不动价值动,最大程度地保障了数据的安全性。”浙江省数据安全服务有限公司董事长施永益介绍,中心可以做到从数据的采集、存储、加工、处理、应用到销毁,全生命周期的合规合法,“目前,我们已与麦当劳、宝洁等有关企业进行合作。”

## 赋能

在数字科技新赛道驰骋了6年多的杭钢,已开始将其数字能力进行输出。

采访中,记者发现,在杭钢集团内,数字科技已开始赋能钢铁智造、节能环保、现代流通等产业,提升三大产业板块数字化、智能化和高端化水平。目前,杭钢谋划的53个产业

数字化项目,已有44个上线运行——

下属宁波钢铁有限公司“未来工厂”通过物联网、5G、大数据等核心技术和“智慧大脑”,在主要产线实现自动化、数字化、智能化;智慧水务平台实时管理35座污水处理厂,推动污水处理厂运营管理向物联网、智能化和一体化转变;“星猫易采”数字贸易平台服务近300家中小微企业,资金周转速度较传统业务提升达4倍……

而作为一家省属国企,杭钢数字化能力的输出,更在于为中小企业数字化转型赋能。杭州应敏科技有限公司是一家集智能检测设备研发制造、实验室智能软件开发、实验室体系建设服务为一体的智慧检测实验室一站式解决方案供应商。今年,该公司上线了智慧实验室信息系统,通过三维仿真和接入IoT数据和实时监控视频等技术方式,使信息采集效率大幅提高。

这个系统能快速构建,离不开杭钢下属子公司浙江省产业大数据有限公司建设和运营的产业大脑能力中心。“它是一个聚合平台,能够在上面快速找到我们需要的组件。”应敏科技技术总监范春平介绍,这些组件包括3D产品手册、IoT物联网采集、数字孪生3D工厂等。产业大脑能力中心就像一个“工业淘宝”,为企业个性化定制数字化转型解决方案。帮助企业解决在数字化转型过程中技术不足“不会转”、成本偏高“不能转”、渠道单一“不好转”、阵痛期长“不愿转”等问题。截至目前,已接入细分行业产业大脑41个、重大应用40个、上架能力组件2424个、数据产品674个,汇集了数字经济系统能力。

产业大脑能力中心只是杭钢数字赋能的一个缩影,更多的数字赋能在乡村振兴、共同富裕等领域开展。如浙江杭钢职业教育集团有限公司的“长三角产教融合智慧云”平台,对区域职教人才培养及就业情况进行分析,以数据和算法改善技能人才供求环境。该平台已在部分学校和企业试点,目标是促进职教、人才、产业三方的紧密融合。

本报讯(记者 王璐怡 通讯员 曹小青)12月5日一早,绍兴市上虞区“点亮一盏灯”爱心服务社志愿者们拎着油、米等物资,来到百官街道梁江社区的低保家庭里。从11月初开始,爱心服务社就在百官街道开展“寒冬送暖”活动,这已是该活动的第八站。

当天是第37个国际志愿者日。全省各地各类志愿服务活动纷呈,志愿者们的一线服务岗位迎来自己的节日。但在很多志愿者看来,这一天和以往没什么不同。当随手志愿、人人志愿成为平常,每一天都可以是“志愿者日”。

在浙北小城德清,69岁的钟管镇卫生院社区服务站志愿者房子财如约来到沈家墩村残疾人沈如琴家中,帮她量血压、检查身体。房子财做志愿者5年了,一有空就往村民家中跑,“别人开心,我自己也有成就感。”和房子财一样,钟管镇有10支学雷锋志愿者服务小分队、共1000多人活跃在镇内外,围绕文明创建、家电维修、文体演出等开展服务。

数字赋能,让志愿服务提质增效。以数字化改革为牵引,浙江打造了全省统一志愿服务数智系统“志愿浙江”,通过供需匹配,让服务精准触达。“志愿浙江”应用实时数据显示,截至12月5日12时,我省注册志愿者已达1819万,有志愿服务组织18.77万支,今年已开展志愿活动超500万场。

志愿者正成为一道最美的风景。在国际志愿者日到来前,杭州专门举行活动,让近百位全市年度最美志愿者、最美志愿服务组织代表、最美新时代文明实践志愿服务基层站(点)的代表身披绶带上舞台,接受表彰。

赞美志愿者,更礼遇志愿者。12月5日,由宁波市志愿服务基金会发起的宁波志愿商店正式对外开业。这个以志愿服务之名实体化运作的“爱心商店”,每个月将不定期推出爱心物品,志愿者凭借志愿服务积分就能兑换各式各样的日常家用物品。“12月,我们准备了5000份家用物品,希望在表扬志愿者的同时,激励更多人争当志愿者。”宁波市志愿服务基金会理事长俞宁表示。

## 定海上线“海岛共富·礼遇通”应用 积分兑换 让爱循环

本报舟山12月5日电(记者 何冬健 通讯员 康明军)5日,舟山市定海区上线“海岛共富·礼遇通”数字化应用。在这里,志愿者可将志愿时数利用起来兑换小礼品。

“尽管志愿服务提倡无私奉献、不求回报,但文明需要引导、善念需要培育,要让志愿者更好发光发热,就要为其提供丰厚的土壤。”定海区文明办相关负责人说,舟山市范围内在“志愿浙江”平台正式注册并参与志愿服务活动的志愿者,均可通过获得的志愿时数在“海岛共富·礼遇通”场景对应生成“文明币”,兑换礼遇产品或享受礼遇。

活动现场,不断有志愿者线上“提货”成功。拎着用9个“文明币”兑换来的环保帆布袋,志愿者曹阿姨喜笑颜开:“从前做志愿服务积攒的志愿时数只是一个数字,现在政府给了我们吧数字‘变现’的机会,让我们的心里也觉得暖暖的。”截至5日18时,应用累计兑换志愿时数近5万小时,礼遇产品近2500件。

当天,《舟山市志愿者激励嘉许实施办法(试行)》发布。下一步,舟山将进一步健全志愿者激励嘉许机制,将“海岛共富·礼遇通”应用打造成为文明礼遇多元供给、一站汇聚、便利兑换、一码通享的数字化平台。同时,将探索为参与提供礼遇产品的企业家提供优惠政策,实现爱的“双向循环”,吸引更多社会力量参与文明实践、支持文明实践。

## 天台推出老年人关爱新模式 助老服务 一键有约

本报讯(记者 杨群 共享联盟·天台 陈薇薇)日前,在“温暖有约”志愿服务应用平台,天台县福溪街道幸福花园社区的党员志愿者汤海委接下了年过七旬的汤爱连老人的呼叫订单,约定时间为她上门剪头发。

汤爱连和老伴年事已高,不会用智能手机,却实实在在感受到了数字化改革带来的幸福感。老人每次都是通过“一键通”点单器呼叫,社工随即在党群服务中心的“温暖有约”志愿服务应用一体机上帮助老人下单,由志愿者接单,为社区里的老人提供上门理发、采购食材、水电维修等各类服务。

天台县尝试为300余名不会使用智能手机的70岁以上孤寡老人和特殊困难老人配备“一键通”点单器,仅有一个手掌大小,上面有一个红色按钮,轻按一下,老人就可以在“浙里办”上的“温暖有约”志愿服务应用场景呼叫服务。如遇突发情况,再长按3秒,老人还能直接打电话给事先存好的紧急联络人。

去年,天台县从关爱老年人和完善志愿服务入手,打造全省首个养老志愿服务应用场景“温暖有约”,推出精神关怀、代购代购、司法服务、生活需求四大类12个子项目。

天台以新时代文明实践中心为枢纽,依托全县400多个新时代文明实践所(站),组建720余支志愿服务队伍,按照老人的详细居住地址,收集老年人需求愿望,绘制老年人关爱图和志愿服务网络图。天台还连通“志愿浙江”平台、养老求助数据平台等11个业务数据系统,协同民政、老协、卫健、残联等37个部门,构建线上志愿服务微点位网络,建设志愿服务项目库,提供文艺下乡基层、科普、义诊等20余项共享服务。

自去年上线以来,“温暖有约”共入驻志愿者4.8万多名、老年人群体3万余名,已帮扶老年人2万多人次,志愿者参与服务3.6万多人次,好评率达98%。



## 大比武

12月2日至5日,浙江省第三届社会应急力量救援队伍技能竞赛在宁波市镇海区举行。来自全省各地选拔产生的11支代表队和15支省级培育救援队伍,共234名队员参加竞赛。图为参赛队伍在进行“顶撑及狭小空间救援”项目竞赛。

本报记者 贺元凯  
拍友 周旦旦 陈晓树 摄

## 2022浙江网上农博会吆喝声连连—— 云上寻味浙江故事

本报记者 祝梅 来逸晨 通讯员 唐豪 杨晨

12月2日,2022浙江网上农博会如约而至。满载着一年耕种与收获的希望,每年此时,农博会更像是一次农货的“年终盘点”。

今年,浙江的云上“菜篮子”里都装了什么?伴着几位乡愁“代言人”的吆喝声,我们寻到了这些浙江故事。

### 强村公司带动村民增收

一包地瓜干、一瓶山茶油,12月2日,2022年浙江网上农博会开幕式现场,淳安县枫树岭镇下姜村党总支书记姜丽娟当起了家乡农产品的代言人。

“我带来的这两款产品都非常特殊。比如这款白地地瓜干,出自千岛岛农共富工坊,带动了周边2000多户农户增收。”说活间,她又举起山茶油,“由大下姜25个村共同出资,我们成立了杭州千岛湖大下姜乡村振兴发展有限公司,统一收购了农户种植的油茶,产品统一加工、品牌赋能,所有利润都用来帮助低收入农户增收。”

强村富民,这是我们透过农博会寻到的第一个浙江故事。2020年,枫树岭镇18个村和周边大墅镇7个村抱团成立大下姜乡村振兴联合党委,农产品由大下姜乡村振兴公司统一收购、品控、分拣、包装,以“大下姜”品牌推向市场。

无独有偶,浙南山巅,庆元甜橘柚作为当季招牌水果,这两天已通过网上农博销售千余

单。甜橘柚由庆元县兴竹集体经济发展有限公司负责销售,该公司是庆元县竹口镇平良、三坑、上坪、岩溪等4个行政村在2018年共同入股成立的强村公司。通过整合资源,规模化、标准化发展甜橘柚产业,甜橘柚成了致富果,去年带动四个村人均可支配收入增加1.2万元。

“销量超出预期,四个村的甜橘柚已经不够卖了。”公司负责人吴丽花这几天正忙着在周边村镇收购甜橘柚。她告诉记者,除了甜橘柚,公司还在农博会上架了食用菌、稻米等特色农产品,“今年以来,我们已经销售了600多万元农产品,接下来打算扩展规模,吸纳周边11个行政村‘入股’,共同做大产业。”

### 区域品牌凝聚发展之力

“我是景宁畲族自治县农业农村局局长金锋,很高兴能在浙江网上农博会上向大家推介我们景宁的好产品——‘景宁600’。”站在台上的金锋,秀出的是当地农产品拓市场的“王牌”——区域公共品牌。

“‘景宁600’并不特指某一种农产品,而是我们这些年重点打造的县域农产品公共品牌,它特指产自景宁境内海拔600米以上高山优质农产品,包括金奖惠明茶、果蔬、食用菌、中药材等七大类120款优质山货。”金锋说,区域公共品牌,让原本松散低效的山区农

业凝聚起发展之力。规范的生产标准、统一的生产模式,让每家每户的山区小农都驶入了农业产业化发展的“快速路”。“高山地区优良的生态条件、独特的气候特征,让‘景宁600’真正成为当地农民的增收法宝,五年来累计销售额已突破32亿元。”他说。

这是我们找到的第二个浙江故事:把打造区域公共品牌作为乡村产业振兴的抓手,“景宁600”这个“模范生”,正带动更多地区促进农业产业规模化发展、集约化经营。

本届农博会上,衢州江山馆“空降”了一个新面孔——当地最新打造的区域公共品牌“江山味道”首度正式亮相。这两天,“江山味道”的粮油、茶叶等一系列农产品在网上农博会订单数已破万,销售额近70万元。

“我们会积极学习‘景宁600’等优秀区域公共品牌的成功经验和模式,让‘江山味道’也成为农产品市场上一块亮眼的招牌。”品牌相关负责人郑雪琴向记者透露了一个小目标:以市场需求为导向,接下来,“江山味道”计划每年主打五款拳头产品,到2025年培育主营“江山味道”本土电商企业10家,发展线下示范门店及授权门店120家。

### 全新品类抢抓产业风口

每年农博会总会遇到新面孔。首次参与

农博会的咚咚邻里总经理鲁泽良,这次的身份是采购商。“我们10月刚进入杭州市场,已在闲林布局了7家门店,做的是次日达的社区电商模式。”他告诉记者,作为“新人”,企业希望借助网上农博发掘浙江各地的特色农产品和新品类。

关注新创意、新品种,今年温州馆特别设置了预制菜专区。就连温州市农业农村局局长胡立左的推介都带着满满的鲜香味道。在报了一大串诱人的菜名后,他说:“总有一道菜会是您的心头好!”

据统计,今年温州参会的300余家农业经营主体、1000多款产品中,主打预制菜的企业有50家,共带来171款产品。抢抓产业发展风口,今年,温州围绕预制菜出台了一系列发展计划和政策举措,目前全市已培育近300家预制菜企业,带动上游35个现代农业园区,特色农业强镇及593个“随越鲜风”标准化生产基地进一步延伸农业产业链、拓展价值链、优化供应链。

“我们的温州鱼丸、永嘉麦饼、文成糯米山药、伯温烧饼、矾山肉燕等已形成较为成熟的预制菜产业体系,让大家不管身在何方,都能尝到正宗的温州味道。”温州市农业农村局相关负责人说,目前,超200种温州预制菜产品进入各类商超,还成功拓展香港、东南亚等地市场。