

离热源厂、换热站越近的用户越热,有些远端用户却可能不达标

## 供暖季“近热远冷”“上热下冷”难题如何破解

本报记者 刘旭 本报通讯员 王彩丽

供热是北方每个冬季都绕不过去的话题。特别是传统供热系统依靠热水在住宅小区、商铺内部管网循环,离热源厂、换热站越近的用户越热,有些远端用户却可能不达标。

面对“近热远冷”“上热下冷”的难题,该如何破解?近日,记者先后走访沈阳多家供热企业,寻找解决方案。

## 目前技术实现不了统一标准温度

“19.8℃!我家是一楼,别人家比我家还要高一些。”10月31日,供热启动期,沈阳市和平区金沙湾小区17号楼1单元居民刘丽说。

沈阳祥运热力供暖有限公司负责刘丽家的供热。该公司副总经理那伟解释说,只有对热源、热网、末端的各个供热环节进行智能调控,才能实现不过热不过冷的精准供热,而用户家所在的末端会受建筑基础条件影响。比如,贴了保温外墙、清洗过室内供暖管道的用户温度会高;受户间传热影响,楼上楼下的

用户有没有开栓供热,也会影响用户的室内温度。

“以目前的技术水平,将各家全调成统一标准温度是实现不了的。”从事供热工作20余年的那伟说,按需供热就需要精准供热,这除了与建筑基础条件、供热技术水平有关外,还与供热公司的财力水平等多种因素有关。

沈阳市公用事业发展中心供热事业发展部副部长王义介绍说,今年沈阳供热面积为3.49亿平方米,共计359万户。如此庞大的热源网上由上百家供热企业提供热源,供热企业的规模、财力不同,负责区域管网新旧、维修进展不同都会影响用户室温。

## 低于18℃,20分钟内“报警”

为破解“近热远冷”“上热下冷”的难题,2018年,沈阳上马智慧供热监管预警指挥调度平台。截至目前,2600个换热站全部纳入监控。该平台在供热运行期间,可对热源厂、换热站供(回)水温度、压力等运行情况和部分用户室温在线监测,并根据监测数据随时指挥调度供热工作。

10月31日17时,在沈阳市智慧供热监管平台上,记者看到,沈阳所有供热企业热源厂的数据实时传输进来。同时,分布在沈阳1710户居民家的室温数据也已上传。“每20分钟就会上传一次数据,一旦低于18℃(最低供热温度),预警模块就会‘报警’,督促供热企业让凉的用户升温。”王义说。

据业内人士介绍,智慧供热大数据的算法要把室外气温、风力、风向、湿度、房屋户型、朝向、用户体感舒适温度等因素都考虑在内,而这也可能需要在每户内都加装室温采集器,再根据当前户外天气情况等因素精准测算,得出各楼宇所需的供热温度,自动下达指令调节每个单元楼口处供热管网的阀门压力、流量,使之达到各区域热量分配平衡,可现有技术还未达到这一水平。

## 精准供热是未来发展方向

“精准供热最先要解决的是供热质量,也就是凉的不能太凉。在提高供热质量的基础上再去节能环保,考虑热的不过热。”辽宁翔盛能源科技有限公司副总经理宋永俊

说。2014年他的研究应用于企业运营,他和他的团队已为沈阳近20家供热企业插上了“智慧翅膀”。各家企业的基本状况不同,有的节省了成本,有的虽然没有节省,但供热效果大大提升。

王义表示,沈阳市已经制定了《沈阳市供热管理部门考核方案》《沈阳市供热单位考核方案》,对供热管理部门、供热单位进行考核,包括基础管理、供热准备、运行管理等。其中,对供热单位的考核结果将作为约谈、信用信息管理和行业评比的重要依据。冬季供热运行期间,沈阳市级供热管理部门将对各供热单位的运行参数等情况进行实时在线监测,结合用户诉求情况,对连续3次运行参数不达标、诉求率高的供热单位给予通报批评,限期进行整改;对连续两次整改不到位的,给予媒体曝光;对3次以上整改不到位的,进行信用惩戒。

那伟表示,随着智慧供热的发展,未来居民可以使用智能计量表对室内温度进行实时调节,还可以通过预设温度的方式,提前调整室内温度。

## 我国知识产权运用能力持续增强

国家知识产权局局务会11月11日在第十二届中国专利技术与产品交易会开幕式上表示



## 前三季度我国新设制造业企业增长9.1%

本报北京11月11日电(记者杨召奎)“前三季度,第一、二、三产业新设企业同比分别增长35.8%、13.5%和5.7%。从行业发展看,受新冠肺炎疫情影响,部分产业结构和布局发生转变。制造业回暖,新设制造业企业增长9.1%,超过企业平均增幅1.4个百分点。受医药制造业、医疗仪器设备及仪器仪表制造业高速增长带动,高技术制造业增长62.8%,远超制造业整体水平。”市场监管总局登记注册局局长杨红灿今天在该局举行的新闻发布会上说。

据介绍,截至9月末,全国实有市场主体稳定增长,登记在册市场主体共计1.34亿户,较去年底增长9%。其中,企业4200万户,增长8.9%;个体工商户9021.6万户,增长2.1%;个体工商户9021.6万户,增长9.2%;农民专业合作社222.2万户,增长0.9%。我国每千人拥有企业数由2019年底的27.6户增长到30户,迈上新台阶。

杨红灿表示,从季度情况看,受疫情影响,我国新设市场主体一季度出现了明显下降,同比降幅为30.6%;但二季度即由降转升,增幅为15.9%;三季度涨幅扩大,为19.2%。特别是9月份,新设各类市场主体253.1万户,增幅为20.3%,创出年内新高。

针对社会一度比较担心和关注的市场主体“退出潮”问题,杨红灿表示,这一情况并未出现。前三季度,全国共注销市场主体779.7万户,同比下降7.9%。其中,注销企业262.6万户,下降10%;注销个体工商户507.1万户,下降6.9%;注销农民专业合作社10万户,下降3.3%。

谁主管、谁负责,谁设置、谁清理

## 这些限高限宽设施和检查卡点必须拆除取缔

本报讯(记者刘友婷)5G信息化解决方案、防疫取证系统、AI警务……11月11日至15日,以“科技改变生活、创新驱动发展”为主题的第二十二届高交会将在深圳会展中心及相关分会场举行。

本届高交会采用线上线下相融合的展览模式,设置国际远程展示中心、24个国家和国际组织线下参展,29个国家和国际组织线上参展。总展览面积超过14万平方米,有3300多家海内外参展商、近万个项目参展,各项活动将超过140场。此次展会首次设立了5G商用专区,重点展示5G云网融合、AR场景化运用,5G信息化解决方案、5G智慧杆、智慧安防、智慧照明等应用。

中韩(长春)国际合作示范区医疗器械产业园进入主体结构施工

本报讯 11月11日,由中铁七局施工的中韩国际合作示范区医疗器械产业园项目2#孵化器一层主体梁板砼浇筑施工完成,标志着中韩(长春)国际合作示范区医疗器械产业园项目已全面进入主体结构施工阶段。

中韩(长春)国际合作示范区是国家级国际合作平台,为东北亚区域经济合作的引领区、中韩全方位宽领域合作的先行区。中铁七局中韩国际合作示范区医疗器械产业园项目自进场以来,在落实常态化疫情防控的前提下,开展“决战三十天,决胜保目标”劳动竞赛,确保完成年底投资目标。

(王中海 杨少珂)



“命理大师”要价颇高,甚至还送价值不菲的所谓消灾物品

## “网络算命”,当心被割韭菜!

本报讯(记者周峰)微博、微信等平台的发展,让八字、占星、紫微斗数、塔罗牌等算命方式通过新形式呈现给网友,甚至一些微商还以此作为引流的手段。但记者近日采访发现,“网络算命”要价颇高,还有价值不菲的所谓消灾物品,网友要当心被割韭菜。

家住北京市朝阳区的李明(化名)从事网络占星、塔罗牌算命已经两年。他透露,拿算命App来说,下单前会先让你填写基本资料,然后选择你的诉求,如预测未来,还是八字取名等,之后软件会自动匹配适合你的大师。根据业务范围、接单数量、评价的不同,大师们的收费标准也不同。

记者发现,某算命App咨询模式当中,线上的算命先生按照等级制度,由高到低分别命名为侯、将、相、师。等级最低的“师先生”90分钟收费达到1200元,等级最高的“侯”先生90分钟收费高达1万元。

“还有一种操作方式,是免费算命外加卖转运产品,有的也融入朋友圈裂变营销,分享到朋友圈才能免费算。但是并不是大师亲自算,而是电脑排盘,生成模板话术发给不同的人。”李明表示,只要算,多少能算出来点问题,诸如事业不顺、感情失意等。

“有不顺就要求化解,在消灾解难方面人们总是愿意花大价钱。”李明说,一块售价几百元的佛牌只能算小生意,有的大师能将辟邪的桃木剑、铜剑卖到几万元。

此外,还有一些公司卖项链、手镯之类的小饰品,这些与外界别无二致的小饰品,都有特殊的名字,例如“幸福菩提”“太极福运”等,但换个称呼就能贵个几倍甚至十几倍。

最近一段时间,随着小程序的发展,一些AI看相小程序也大量出现。经记者调查,微信里的AI算命小程序无外乎几套模板程序,甚至很多出自同一套系统。这意味着AI算命

和常用的网站CMS一样,开发者开发好之后直接打包出售便可获得第一笔收入,当用户付费获取自己的所谓详细面相报告之后,再从用户手中套取利润。

有业内人士坦言,当前现有的AI看相产品,本质上是一套简单的面部识别算法+写好的测算内容的排列组合。为了让用户“放心付费”,AI看相在交互时会让用户看到程序定位到用户上传的自拍的面部特征,包括五官的位置和关键点,之后根据所谓的面部识别结果,返回一套组合好的话术。

记者用一张演员的照片测试AI看相小程序,结果都是一些正向的模糊评价。经过测试发现,相当一部分AI看相程序对同一张照片的识别结果是不同的,测算答案大多是排列组合来的。

上述业内人士表示,当前所谓的AI算命只是一种割韭菜圈钱的娱乐。

《EBC白皮书(2020)》指出——

## 企业业务能力已成为数字化市场共识

本报讯(记者徐新星)在日前举办的2020金蝶云全球用户大会上,金蝶国际软件集团有限公司联合知名信息技术研究和分析公司Gartner发布了《EBC白皮书(2020)》。

EBC,即企业业务能力(Enterprise Business Capacity)。白皮书提出,EBC旨在为市场上迅速涌现出的新技术和新应用提供五大数字化平台:面向客户的体验平台、面向员工的信息化平台、面向伙伴的生态平台、面向万物的物联网平台和数据与智能分析平台,全方位助力企业数字化转型。目前,企业业务能力已逐渐成为企业数字化市场的共识。

“如果传统的ERP(企业资源计划系统)是企业管理的一个工具的话,EBC则是一种能力,它可以助力企业完成破茧成蝶。”金蝶董事会主席、CEO徐少春指出,“企业数字战斗力就是企业在每一个价值链和场景中,收集、存储、处理、分析和转换数据的能力都会带来额外的力量和竞争优势。”

白皮书指出,新一代EBC平台将以领先的云原生技术和“PaaS(平台软件云)+SaaS”架构,用数据重构企业商业系统,重新定义企业业务能力,赋能企业从ERP阶段向EBC阶段转型,数字化平台建设及转型不是单纯的IT咨询和建设,而是基于客户业务发展将业务和科技融合,将企业边界从内部向外部扩散延伸,使数据资产转化为驱动企业创新的生产力和生产要素,重构企业数字战斗力。

## 特殊节点“双11”折射内需增长新动能

来更大的实惠。

从商家到消费者,从外贸工厂到田间地头,从直播生态到物流体系,从线下商业到技术创新……“双11”展现出的内需活力,确实在一定程度上给人们带来更多的信心。

一个显著的特征就是,几乎所有组织“双11”的电商解读数据时都关注到一个现象,那就是国产品的强势表现。

京东大数据显示,零点过后仅6秒,京东直播带货就破亿元;开场11分钟,京东自有品牌下单金额超去年全天。海尔、美的、格力等品牌1分钟内销售相继破亿元……

这些数据的出现并不奇怪,在“双11”的几次问卷调查中,年轻人对国产品牌青睐度越来越高。

不能不提的是,数字确实依然惊人,但细节更需被重视,无论是哪个商家平台的“双

11”,谁赢得细节谁将赢得更好的口碑,也将赢得消费者的信任。

可以说,如今“双11”从选择项已成为必选项,更成为展现内需市场和消费潜力的舞台。国产品牌强势表现是好事,但需要注意的是,高质量发展理念下,我们不仅需要更多的数据,更需要更好的消费体验、产品品质。国产品牌也需要提高内涵,不仅要迎合消费者的价格敏感,更需要追求更高性价比、更精准高效的消费体验。

今年,各家都在精简折扣算法,提高物流速度,比如菜鸟物流发动了快递云监工。菜鸟方表示,希望云监工展现中国富有韧性的供应链、产业链动起来了,各地制造工厂、卖店铺和物流仓库也动起来了。通过云监工流水线上奔忙的快递,1亿人次看到了中国经济跳动的脉搏。“今早看了会儿快递云直播,竟然挺

感动的,中国速度又刷新了一页。”知乎网友“人生至味是清欢”说。

但“双11”如果想给消费者更好的消费体验,仍须做更多努力。很多受访的年轻人网购消费者对记者表示,面对“双11”,现在已不担心能不能买到东西、折扣是不是最优,而是开始焦虑“该买什么”。让他们感到头疼的是折扣算法的复杂、物流的缓慢、商家的陷阱……

有专家表示,细节决定成败,中国经济正在追求高质量发展。深化供给侧结构性改革,充分发挥我国超大规模市场优势和内需潜力,要求我们构建消费从更多转向更好,这也倒逼生产者提升消费品的品质。走过12年的“双11”,需要完善更多细节。

(本报北京11月11日电)

## G 经济观察

本报记者 车辉

今年的“双11”有了不同的意义。新供给、新场景、新体验,让历经12年的“双11”释放出新的增长潜能。疫情带来的负面影响在“双11”这个消费节日里似乎正被消弭。从11月1日零时到11月14时26分,京东“双11”累计下单金额突破2431亿元。11月1日零时至11月11日零时30分,天猫“双11”实时成交额达到3723亿元!

今年的“双11”变化很大,从过去的“光棍节”变身为有两个售卖期的“双节棍”。按照组织方的设想,更长周期的售卖,有望给商家创造更大的增长空间,给消费者带