

上海数据交易所探索一系列制度创新 数字经济的澎湃能量将被点燃

本报记者 叶薇 马亚宁

数据资源越强大,国家的数字核心竞争力就越强。随着数字新经济业态的丰富发展,数据成为一种新型生产要素,无论是数据生产方还是数据消费企业,都迫

切需要数据交易的公开透明、便利高效以及安全合规。上海成立新型数据交易所,探索一系列制度创新,打造先进的技术平台,提升数据流通的效率。

让数据交易透明化规范化 不合规不挂牌 无场景不交易

数据产品在上海数据交易所挂牌之前,就要通过律师、会计师事务所和数据安全技术企业等第三方服务机构,接受确权与合规性审查;通过审查的产品,将获得上海数据交易所颁发的“数据产品登记凭证”。实际上,这张“登记凭证”本身,就是上海在全国率先尝试的创举。

在流通环节,上海数据交易所确立了“不

合规不挂牌,无场景不交易”原则,即数据的受让方必须明确告知供方,自己获得数据后的使用范围及期限。比如,“企业电智汇”针对的场景,是为银行征信产品进行辅助验证。据国网电力上海公司介绍,电力数据重要且敏感,之所以敢走向市场,是因为有数据交易所“托底”,挂牌即合规,双方都吃了定心丸。

星环科技结合自身在大数据领域多年积累的优势,研发了适合数据要素流通全过程的一系列工具,在各方数据不出城的前提下,增强数据流通参与方在数据存储、传输、发布、分析和联合建模等各个环节的安全保障。

打造数据交易新生态 助企业避开“价格坑”“安全坑”

帮助政府和企业实现数智化转型升级的京东科技,依赖大量的数据产品实现开发创新。不过,在传统形式的数据交易中,想要找到安全有效的大数据,企业交了不少“学费”。

据京东科技上海区域总经理孙宁宇介绍,每年企业要投入大量人力物力去采买数据源,“价格坑”“安全坑”都踩过,“为此,我们只能依赖企业‘人脉’,比如合作伙伴或者资

深专家介绍实现数据寻源,尽可能提高效率 and 保障安全。上海数据交易所的成立,让我们这些数据产品的创新者,有了更多数据寻源的平台和渠道,安全和效率两大瓶颈,有望迎刃而解。”

银联是京东科技此前在场外交易无法邂逅的数据提供方,但在上海数字交易所的平台,双方擦出的火花热力四射。依托自身的海量运营数据,再嫁接融合银联的数据产品,京东科技打开更多的想象空间。

国网上海电力公司过去一直将电力数据推送给“一网通办”“一网统管”平台。此次上海数据交易所的成立,为电力数据产品更多

据公司副总裁解友泉介绍,在数据交易的全流程中,既有数据安全防护产品,也有隐私计算产品,还有数据审计工具,能够感知敏感数据泄露和异常数据操作等行为,并根据安全策略来执行阻断动作。最终,在数据交易过程中,保障数据交易的全过程安全可靠。

协力律师事务所参与了数据产品的合规性评估工作。合伙人江翔宇介绍,他们不仅会审核数据本身是否合法合规,也会评估数据受让方参与数据交易的动机、资质、安全措施,以及未来应用场景的合规性。

走向市场增添了信心与保障,国网将一个叫“企业电智绘”的数据产品卖给了工商银行。能源数据与金融数据交叉、碰撞,就有助于商业银行为企业特别是中小企业提供更好、更创新的金融产品。

“翼知时空”大数据服务产品,是一款基于中国电信上海公司大数据平台能力打造的,为客户提供时空数据洞察的行业定制类数据服务。得知电信“翼知时空”数据服务挂牌上海数据交易所后,上海国有资本运营研究院第一时间签约购买,准备利用电信的大数据服务,来精确完成上海市各区域商业地块的价值分析研究。

引领数据要素市场发展 国内率先实践探索“上海模式”

在上海数据交易所的平台下,大数据企业数库(上海)科技有限公司获得了工商银行发出的第一单基于数据资产凭证的融资——这意味着,数库拥有的数据资源实实在在地变成了资产,得到银行认可。挂牌的“数库产业链图谱”,可以找出任意两家公司的关联,风险、利益在这张“图谱”中的价值被凸显。各类数据融合后产生的新服务,也有了更多可能。数字经济的澎湃能量正被点燃。

市经信委大数据发展处副处长长山栋明介绍,上海数据交易所扮演的不是运动员而是裁判员角色,不碰数据、不碰资金,不涉交易,最大限度确保利他与公允;交易的全数字化能力,实现全天候挂牌、全地理交易、全流程追溯。“也许未来某一天,我们能够在上海完成交易,在伦敦完成交付。如果数据流能够更有效率、更加精准,对实体经济来说,将是巨大的财富和宝藏。”

围绕数据交易生态,培育数据经纪、合规审核、资产评估、数据交付等繁荣“数商体系”,这一概念也是上海率先提出与实践;还有数据产品登记凭证、数据产品说明书、数据资产评估等一系列制度创新设计,上海也有先手。

如何做好数据流通交易这篇大文章,以数据驱动产业数字化的存量扩容和数字产业化的增量提速,已经成为全球城市的必答题。上海数据交易所的成立有望成为引领全国数据要素市场发展的“上海模式”。

东华大学为 Dickies 设计的百年定制款工装明年上市 联合天猫打造新品研发基地



东华大学、威富集团及天猫新品创新中心(TMIC)达成创新合作

国际潮牌如何抓住中国年轻人的心?百年威富集团正在通过一场创新实验,探索破题之法。

11月22日,东华大学、威富集团、天猫新品创新中心(TMIC)数字时尚创新合作交流会在上海东华大学举行。当天,“东华大学·天猫新品创新中心产教融合新品孵化基地”揭牌成立。

据悉,今年天猫双11前夕,威富集团、东华大学与天猫TMIC展开了一场“数字化设计创新实践”。东华大学的在校学生,利用天猫TMIC的趋势洞察,为威富集团旗下品牌Dickies进行百年纪念款工装设计。这些新款还将结合阿里巴巴旗下犀牛工厂,实现快反生产,提升商业效率。

“中国的年轻设计师更懂中国年轻人。产学研合作是东华大学的教学特色,这是一种全新模式,也是一场时尚行业转型升级的实验。”东华大学上海国际时尚创意学院院长李峻表示。

学生如何担纲 百年纪念款的设计?

“emo是最近热门的网络流行词,在年轻人中非常流行。我们通常有很多方式表现自己的emo,比如说用涂鸦、歌词、表情包,当然也可以用衣服。”东华大学服创1901班学生俞科辰是此次大赛的优胜者之一,其作品创意来源于流行的“emo”文化。

结合天猫TMIC的趋势洞察,俞科辰在作品中采用当下流行的衣服版型和颜色。并将4幅emo元素的漫画,设计到棒球服的背面。“这一幅,在床上听网易云歌曲的时候,嘴上还要说着‘多好的一天啊’;这一幅就是大家很常见的现象,列了一大串的时间表,最后完成的只有吃饭和睡觉……”

“这是我们从来没有过的体验。”俞科辰说,“大赛给了我们一种从学术到实践的途径,让我们看

到作品从构想到落地的过程,也让我们体验到在天猫消费洞察支持下,设计有更多多样化的可能性。”

据悉,威富集团作为全球超大型上市成衣公司之一,拥有包括Dickies、Timberland、The North Face等在内的一众国际品牌。今年9月7日开始,威富集团在东华大学国际时尚创意学院开设为期6周的课程,学生结合天猫TMIC的趋势洞察,Dickies的工装品牌理念绘制设计图稿。然后以专家评审方式,选出了5名优胜者,获奖设计将在明年3月份Dickies百年工装纪念活动时推向市场。

威富集团与天猫TMIC的合作始于2018年。“最先合作的是大促前的智能测款。在上新前夕,利用TMIC的智能工具选出最有可能成为爆款的产品。相比以往人工筛选,品牌的售罄率大幅提升。”TMIC负责人添绮表示。

在此基础上,品牌和天猫开始尝试C2B的设计创新。今年双11前夕,Dickies通过天猫TMIC,邀请20多名美院学生,分享日常穿搭风格及卫衣设计。设计师结合这些元素以及天猫的消费洞察,产出70多款产品设计稿。随后,通过TMIC智能测款之后,选定4款上市。其中一款棒球服上市30天成为天猫细分品类加购最多单品,累计销售额破百万,吸引超过31万消费者进入Dickies天猫店铺。双11期间,棒球服更是通过犀牛智造2次翻单,快速补货,生产工期提速超过55%。

2021年初,威富集团将亚太

品牌运营中心从香港迁移至上海,成立以东南亚及大中华地区总裁牵头组件的矩阵创新团队。截至目前,威富集团旗下中国区所有品牌都开始与天猫TMIC进行新品创新合作。

校企合作的新探索

“在中国,Dickies的目标消费人群就是年轻的‘Z世代’消费者,我们鼓励和支持年轻的消费者为追逐梦想付出努力与坚持不懈。”威富集团大中华及东南亚地区总裁Winnie Ma在交流会上谈到。

作为国内首屈一指的服装高等院校,东华大学的学生,给百年工装品牌Dickies带来了惊喜。

为了更好地培育中国本土设计力量,以此次合作为契机。东华大学与天猫联合成立了“东华大学·天猫新品创新中心产教融合新品孵化基地”。

“今年我们将把更多天猫TMIC后台工具向院师生开放。学生通过天猫TMIC的后台平台产品的应用做设计,并与天猫上的品牌合作,让自己的创意和想法通过商业市场落地。”阿里巴巴集团副总裁、阿里巴巴妈妈事业群负责人家洛表示。

与此同时,天猫TMIC将向学校提供新品策划师孵化的相关教学,提供基于数据技术能力的设计方法、设计概念等课程。新品孵化基地还将每年组织一期新品创新大赛,定向向东华大学相关学科的大学生

开放。此外,双方每年将至少共建5个新品共创产教融合创新的实践活动,让学生的设计真正能推向市场。

据添绮介绍,未来,天猫TMIC与校方还在探讨结合东华大学的学术能力与天猫平台的商业洞察和技术,构建年轻设计师知识库。“在这个数据库里,设计师可以一目了然,市场的流行趋势是什么、服饰的新兴元素有哪些……这样设计的产品,商业成功率将大幅提升。”添绮表示。

“时尚数字化创新正推动着时尚产业的转型升级,东华大学、威富集团和天猫TMIC三方合作的共创课程为时尚产业快速反应的设计开发模式提供了非常好的实践,也为推进国家深化产教融合重大改革任务提供有益的经验。”东华大学副校长陈南梁表示,“我们很期待,未来和天猫的合作,能够为时尚行业的创新带来更多可能性。”

“天猫TMIC已经成为新供给的智能引擎。”家洛说。从电商平台到研发创新平台。在大众视野之外,天猫已经成为孵化新品、新品牌的推动器。商业的深度能力成为天猫区别于其他平台的核心竞争力。



五位东华大学的在校生成为大赛优胜者