

让企业的创新活力持续奔涌

□ 特约评论员 潘天庆

点睛

围绕加快科技创新和产业转型升级等7个方面，安徽省委主要负责同志在全省季度工作会议上提出47个需要思考和破解的重大问题。47个“创新之问”都是各地推动高质量发展的“必答题”。（《安庆日报》9月3日）

创新是引领发展的第一动力。在外部环境复杂严峻、区域竞争日趋激烈，安庆正处在转型升级、爬坡过坎的关键时期，我们必须抓住创新这个引领高质量发展的“牛鼻子”，破解这47个“创新之问”，实现“十四五”规划圆满收官与“十五五”规划的完美开局。

企业是创新的主体。权威数据表明，截至2023年底，国内有效发明专利中，企业所占比重超过七成。作为工业大市，近年来我市已培育高新技术企业突破800家、科技型中小企业超过1500家。其中“抢占创新高地的”国家级专精特新“小巨人”企业达41家、省级专精特新企业406家，均居全省前列。他们呈现出高科技、高效能、高质量的发展优势，为我市“进百强、上台阶”做出了突出贡献。我们要实现“创新立市、产业强市”，必须要让企业的创新活力持续奔涌。

这些企业能够通过创新引领企业发展，在于专注。他们耐得住寂寞、扛得住失败、不朝三暮四，前脚刚投入后脚就要见效益。他们或长期专注于细分领域，或长期聚焦主业，聚力发展。以企业的质量和实力，抓住机遇，通过持续的创新，把产品或服务品质不断地推向极致。如华茂集团创新制作，由嫦娥六号着陆器携带在月球背面成功展开的世界首面“石头版”五

星红旗，就专注攻关达4年之久。

企业的创新活力持续奔涌，也在于以“智改数转”作为核心引擎。在安庆炼化曙光丁辛醇化工有限公司总投资12.5亿元，年产25万吨辛醇项目中，他们将信息化与智能化深度融合，构建了MES(制造执行)系统、视频监控平台、AI视频智能分析平台等，保障了安全生产，实现了生产全过程实时掌控，让运营成本降低了8%，该公司也成为华东地区最大的丁辛醇生产基地。

以数字智能技术重塑企业运维，意味着工具和手段的革新，在一定程度上还是对认知方式、组织流程乃至行业生态的重塑。不仅能催生出企业的新业态、新模式，提升资源优化配置水平，还能为企业打造出更高水平的创新生态。

让企业的创新活力持续奔涌，还在于“借力乘风”。华茂“飞月”五星红旗的研制成功，在于联合武汉纺织大学等单位的合作攻关。无数案例表明，创新，特别是那种前人所未有、传统工艺和传统材料又无法解决的颠覆性创新，更需要借助专业高校、科研院所等科技的力量进行攻关、协同创新。这不仅能保证创新获得成功，还能获得一系列的创新成果。

因此，政府部门要牵线搭桥，让企业便于“借力

乘风”。现北京化工大学安庆研究院、浙江大学安庆长三角未来产业研究院等一批产业共性创新平台已落子我市。我们要积极引导和支持企业联合高校院所开展核心技术攻关与成果转化应用，让企业急需的创新服务，技术、人才等都可以在这一个平台“下单”，让系统进行智能“撮合”，高校、科研机构等响应“接单”，提供解决方案。

让企业的创新活力持续奔涌，更在于政府使用有形之手，通过财政、金融、税收等多种政策措施和激励机制，全方位强化企业创新主体地位。为企业创新搭建好舞台，推动人才、资金等创新要素加快向企业流动和集聚，促进产学研用深度融合。

同时，要深化科技成果产权制度改革，探索知识产权证券化、技术入股等市场化路径。要打破人才流动壁垒，支持科研人员“揭榜挂帅”、柔性流动。还需要支持龙头企业建设高水平研发机构，构建并完善“科技型中小企业—高新技术企业—科技领军企业”的梯次培育体系，形成创新大企业顶天立地、创新中小企业生机勃勃的良好局面。如此政府有为、企业有力、市场有效、转化有道、人才有位，我们的企业就能创新活力持续奔涌，回答好这47个“创新之问”。

A一周声音

■内蒙古一医院被通报：违法违规使用医保基金204万元

国家医保局网站9月14日公布第一批各地医保部门落实定点医药机构相关人员医保支付资格管理制度典型案例。

其中包括内蒙古自治区赤峰市巴林左旗济仁中医医院欺诈骗保案例。

通报称，2025年3月，内蒙古自治区赤峰市医保局检查发现，该市巴林左旗济仁中医医院2023年1月至2025年3月违法违规使用医保基金204万元，其中6名医务人员参与伪造CT及DR检查报告单67份，虚假病历50份，欺诈骗保203万元；医务人员伪造在本院住院记录欺诈骗保9.03万元。

（9月14日 国家医保局网站）

微评：医保基金是群众的“救命钱”，每一元、每一分都关乎生命健康与民生福祉。此案中，医务人员利用专业知识系统性造假，不仅是职业操守的沦丧，更是对法律的藐视。当检查报告可以复制粘贴，当住院记录成为虚构剧本，最终损害的是所有参保人的共同利益。

此案也暴露出基层医保监管的长期挑战。如何更早发现模板化造假的蛛丝马迹？如何防止暂停资格人员“换马甲”再就业？除了事后严惩，更需强化智能监控与信用体系建设，将防线前置。公众监督渠道的畅通同样关键——唯有让每一双眼睛都成为监督的“探头”，才能让骗保行为无处藏身。

守护医保基金是一场持久战。此案的公布既是一次警示，也是一次宣言——任何伸向“救命钱”的黑手，都必将付出沉重代价。

■多位家长拒绝孩子和“多动症”同学上课

近日，武汉市某小学五年级一名“多动症”学生长期影响课堂秩序，导致全班仅个别学生到校上课，引起广泛关注。9月11日，涉事班级相关老师告诉央广网记者，11日下午，学校召开协调会，多方达成一致：该学生先行离校接受专业医疗干预，待行为稳定并经专家评估认可后，在家长陪同下逐步返校随班就读。（9月11日 央广网）

微评：武汉某小学因一名多动症学生引发全班集体拒课事件，近日在网络上持续发酵。事情看似以“学生暂离校接受干预、班级恢复正常教学”告一段落，但其背后折射的教育包容与现实的冲突，却远未解决。

这并非简单的对错之争。普通学生家长诉求合情合理，选择“用脚投票”是无奈之举；“多动症”学生同样拥有依法接受义务教育的权利。问题的关键，在于“随班就读”的制度准备和资源支持——不是简单地把特殊需要孩子“放进”普通教室，而是要配套专业的支持体系，包括个性化教学方案、行为干预措施、合格的陪读人员以及及时的应急处理机制。在此事件中，校方和教育局虽然反复强调依法保障，但显然前期支持并未到位，直到冲突激化才承诺提供“独立场地”和“专业支持”，这反映的是普通学校特殊教育资源不足的普遍困境。

真正的教育平等，不是强硬地要求一方牺牲，而是通过有效的制度设计，尽可能保障每一个孩子的需求。

何飞 点评

A画中有话

整治婚恋市场 遏制“爱情买卖”

□ 刘天放

A大珠小珠

中消协日前发文称，从全国消协组织今年以来接收到消费者的投诉来看，婚恋服务纠纷呈上升趋势，一些婚介机构将婚恋服务变成了“情感消费陷阱”，使本该帮助青年群体走向婚姻的行业背离了初衷。

中消协提到，婚恋市场乱象主要体现在三方面。一是营销行为不规范，比如用“包成功”“后期由男方付款”等缺乏依据的宣传噱头诱导消费者冲动签约；二是服务缩水、货不对板，承诺的推荐对象、见面次数往往大打折扣；三是退款难、违约金高，机构通过不公平格式条款收取高额违约金或拒绝退款。

个别婚介机构在提供“脱单”服务过程中，存在收费混乱、虚假宣传、服务缩水等问题，令满怀期待的单身青年不仅未能觅得良缘，反而蒙受经济和精神损失。现如今，人们的社交圈越扩越大，但自由恋爱却似乎越来越难以实现，因此，靠“红娘”牵线搭桥，就变成了刚需，而婚介机构无疑在其中扮演了重要角色。

然而，婚介机构这个本应充满希望的“鹊桥”，却成了个别机构围猎消费者钱包的“猎场”。一些婚介机构将婚恋服务变成“情感消费陷阱”，对此，中消协建议，有关部门完善相关法律法规，同时提醒，对于消费者而言，保持理性和谨慎同样关键。事实上，婚恋市场乱象一直存在，如动辄数万元的“入会费”、精心设计的话术、难以兑现的承诺等。

可见，依法整治婚恋市场已显得刻不容缓。中消协还提醒，对于消费者而言，保持理性和谨慎同样关键。面对宣传噱头，要敢于追问承诺依据，切勿相信口头承诺；签约前，要仔细审阅合同细节，避免落入“霸王条款”；在遇到侵权时，要勇于向消协组织、监管部门投诉举报，必要时通过司法手段维护自身权益。

值得注意的是，目前我国尚无完善的婚恋服务行业标准，婚介机构的服务质量、收费标准都没有明确规范。婚恋公司的注册资本一般较低，有些甚至是“皮包公司”。因此，相关部门有必要考虑出台细则，明确婚介机构的入门、核验、宣传、服务项目以及收费标准等，以便对虚假宣传、合同欺诈等行为给予惩处和打击。总之，整治婚恋市场，遏制“爱情买卖”，让婚恋回归本源。



酱油“零添加”

漫画/王锋

一组数据显示，市场上酱油产品标注“零添加”字样的超过400种。“零添加”到底是什么都没添加，还是没有添加特定物质？食品标签新国标发布近半年，目前酱油产品整体质量如何？今年3月，国家卫健委会同市场监管总局发布新的国家标准，明确预包装食品不允许再使用“不添加”“零添加”等用语对食品配料进行强调。

（据9月14日 央视新闻客户端 报道）

西贝致歉，舆论为何不买单？

□ 夏熊飞

西贝餐饮集团官方微博

发布致歉信称，10月1日前，西贝全国门店会陆续完成9项调整，包括：所有使用大豆油烹调的菜品，调整为使用非转基因大豆油；儿童餐吃光光牛肉焖饭牛肉酱，调整为门店现炒；儿童餐鳕鱼条，调整为门店原切大黄鱼现炸现烤等等。不过这则道歉信在发布后又被删除，道歉信中的“顾客虐我千百遍”，受到网友质疑。不久后，这封道歉信又被发出，区别是“虐”字加了引号。（9月15日 证券时报网）

罗永浩与西贝餐饮的“预制菜”之争已经进行多日，期间一直持强硬态度的西贝终于正式发文致歉。面对舆论质疑，西贝及时作出一系列调整，确有可圈可点之处。可是西贝致歉信中夹带的一些略带情绪化的“私货”，又很有弄巧成拙的意味，不仅没有引导大家将关注重点放在整改措施上，反而激起了网民的逆反心理，让致歉信平息舆论的效果大打折扣。

道歉中写到，“做饭的围着吃饭的转，你说咋好就咋办。”这句话前半部分没有问题，做餐饮行业那就必须得围着消费者转，消费者不认可，哪怕再感觉自我良好那也是白搭。可致歉信偏偏还要来个“狗尾续貂”的后半句——你说咋好就咋办，仿佛在和消费者较劲，“对对对，你说的都对”式的敷衍态度，西贝还真以为消费者感受不到？

引发更大争议的则是“顾客虐我千百遍”，不管这个虐字有无加引号，都用得十分不妥，似乎在这场争议中西贝自己反倒成了受害者，顾客则是没事虐待西贝餐饮的找茬者。消费者花钱进西贝就餐是来享受的，有任何不满都可以提出要求，这不是要“虐”谁，而是

消费者的正当权益。餐饮企业如果连这点“委屈”都受不了，甚至觉得被顾客“虐待”了，那未免也太玻璃心了。

西贝发出这封致歉信不知是究竟认识到自己错了，抑或只是为了应对舆论质疑的“表面文章”，不管如何这封致歉信的效果显然不尽如人意，舆论也不太买单。已经到了要发公开致歉信的地步，说明西贝已经处在极为被动的地位，这时的道歉就应该是大大方方、诚恳真挚的，而非扭扭捏捏，甚至还夹带着一些冷嘲热讽的“私货”。道歉信最忌讳的就是给人一种被迫道歉的感觉，虽然道歉了但是我并不认为自己错了，这样的道歉效果比不道歉保持沉默效果更差，“冷处理”或许不能化解舆情危机，但也不至于激发新的话题和矛盾。

陷入“预制菜”争议旋涡的西贝餐饮，如果想让消费者继续买单，调整力度可能需要更大一些。与此同时，西贝道歉信如果想让消费者认同，恐怕也要在态度、遣词造句上有更多斟酌。总之，无论是菜品还是道歉信，西贝都需要拿出更大的诚意来真正打动消费者，否则遭遇的必然是大家选择用脚投票。

实施长江“十年禁渔”

坚决做到“四清四无”

安慶日報公益发布