学习“合肥模式”当忌照猫画虎

陆 仁

宁波智博会已连续办了十六届，每年有新亮点。在上月举行的智博会开幕活动上，中国工程院潘云鹤院士应邀作题为《中国城市化的新逻辑》的报告，点评分析近年来中国城市化发展焦点的大转向。他以长鑫科技为案例，深度解读广受关注的“合肥模式”，为当下各地谋划产业转型提供了诸多启示。

今年7月，存储芯片龙头长鑫科技登陆科创板，合肥国资收获可观的账面收益，让“合肥模式”成为各地产业招商的热门范本。不少地方看到合肥大手笔资本投入、招引龙头企业的亮眼成果，也跃跃欲试，试图照搬资本招商的手法，以“国资砸钱、押注明星项目”，来实现城市发展的华丽转身。可事实上，“合肥模式”的价值，绝非局限于表面的投资动作，而是一套兼顾资本、制度、产业链、配套服务的系统性产业打造方案。这一点，潘云鹤院士在报告中作了详细阐述。

认清“合肥模式”的本质，是学习借鉴的首要前提。很多人只看到长鑫科技上市后的财富效应，却忽略其背后十年磨一剑的艰辛。长鑫科技一期项目总投资180亿元，合肥产投出资占比达80%，项目历经多年持续投入，才实现DRAM芯片规模化量产。合肥的成功，不只是资本的力量，更在于构建了耐心资本的运行体系。比如，建立闭环容错机制，摒弃以单个项目盈亏论英雄的考核导向，为硬科技试错松绑；坚持控股不控权、放权不放任，国资依托市场化平台持股，不干预企业日常经营，把决策权交给专业团队；围绕龙头企业搭建产业生态，以资本投入带动产业链集聚，等等。简而言之，合肥追求的不是短期账面收益，而是产业链完整、产业能级提升等长期效益。

反观有些地方的跟风操作，往往陷入“形似而神不似”的误区。有的混淆政府产投与市场风投的定位，一味追逐明星企业，重引进、轻培育，重单点项目、轻产业链构建，把产业投资当成获取短期收益的博弈；有的回避底层制度改革，容错免责停留在文件纸面，使得产业基金不敢投高风险的硬科技；还有的忽视城市发展基础，不顾本地产业根基，照搬合肥“从零打造新兴赛道”的路径，盲目引进、上马全新产业，导致项目落地后无法形成集群效应。

潘云鹤院士讲演时谈到的两件事，笔者印象颇为深刻。一个是，合肥围绕长鑫科技的发展，倾力打造集成电路产业园。将原本需要跨区域协作完成的产业链环节，如封装测试、电子特气、新材料等引导到产业园集聚。另一个是，在资本投入之外，地方政府承担了大量的产业服务配套，如建设员工居住的长鑫公寓，以及商业配套硕金广场等项目。由此可见，合肥的产业投资，是有整体性谋划的。学习“合肥模式”，不能简单地理解为国有资本的“押注”与“对赌”，而应把握其内在逻辑。只模仿投资手段，不参悟其成功秘诀，难免造成“照猫画虎”的尴尬局面。

制度松绑，方能培育敢于冒险的耐心资本。国有资本真正做到敢投、愿投、善投，并非易事。应借鉴合肥“尽职免责、宽容失败”的制度思路，细化负面清单，改变以单个项目盈亏评判投资成效的惯性思维，将技术突破、产业链带动、就业拉动、本土企业培育纳入综合考核。同时，厘清改革探索失误与违纪谋私的边界，打消投资一线人员的“怕亏心态”，让国有资本敢于投向硬科技和产业链关键环节。

系统筑链，方能构建协同共生的产业生态。合肥的经验说明，产业投资不是简单投一个龙头企业，而是构建完整产业生态——在精准招引产业链龙头企业的基础上，还应加大对本土链主、专精特新企业的扶持力度。通过“资本+产业+配套”模式，在资本支持之外，同步完善产业空间、人才安居、公共服务配套，推动上下游企业集聚，实现“引进一个龙头、带动一批配套、壮大一个集群”。

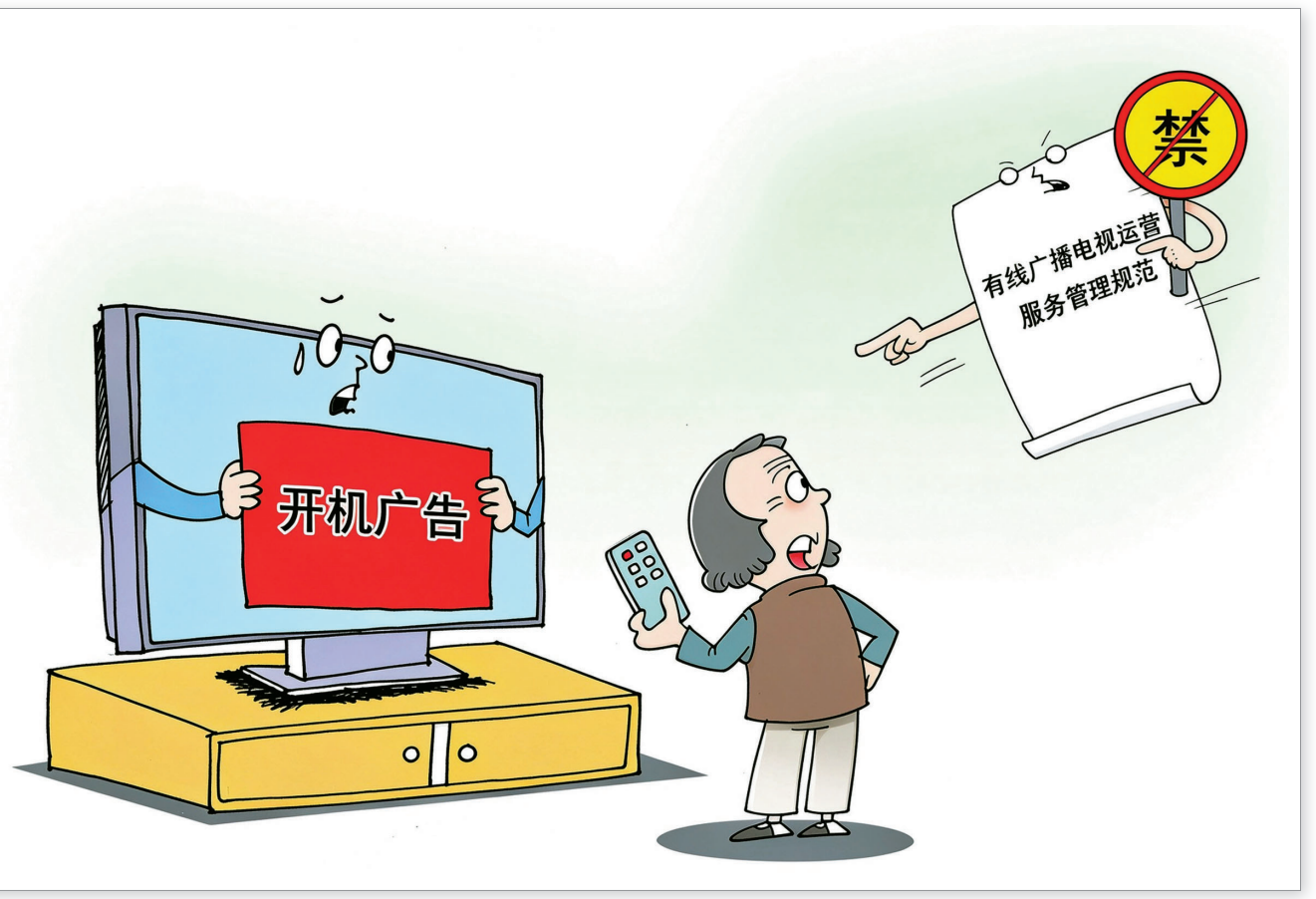
权责归位，方能把握政府投资的边界尺度。坚持“控股不控权，放权不放任”，国资平台重在做好合规监督，不插手企业技术路线选择与日常经营，把经营自主权还给经营主体。区分政府产投和市场风投的目标，不把基金短期收益率作为首要考核指标，更加注重对区域产业转型升级的长期贡献。与此同时，强化战略定力，坚持一张蓝图绘到底，保持产业方向和产业政策的连续性。

产业发展没有放之四海而皆准的标准答案。“合肥模式”提供的是方法论，不是直接复制的模板。学习借鉴“合肥模式”，贵在悟其内核、因地制宜。立足本地产业根基精准发力、久久为功，才能让国有资本真正赋能新质生产力，为地方产业高质量发展注入源源不断的动力。

明州论坛 ——中国新闻名专栏——

漫画角

别占着



11月27日，《有线广播电视运营服务管理规定》将施行。其中提到，有线广播电视运营服务提供者应当坚持直播优先原则，实现开机看全屏直播功能，设置频道回看入口，不得播放开机广告（10月28日澎湃新闻）。

沈海涛 绘

这个时代为什么还需要副刊

易玉攀

前不久，王蒙先生在《人民日报》刊文《办气韵生动的副刊》，一石激起千层浪，在社会各界引发热烈反响。

副刊原作“附镌”，最初的目的是补充报纸上因新闻稿件不足而产生的空白，后来改为单页，辟出一块专门的园地用以展示更多的此类文章，因在题写版名时写为“副镌”，于是就有了“副刊”一说。放眼全国，许多报纸设有独具标识性的副刊版面。比如《人民日报》的“大地”、《中国妇女报》的“新文化”、《解放日报》的“朝花”、《浙江日报》的“钱塘江”、《宁波日报》的“四明周刊”……虽然定位不尽相同，但各有各的精彩。

在相当长的一段时间里，存在着这样一种偏见：一些写作者看不起副刊，认为副刊上刊登的不是纯文学作品；个别新闻工作者也看不起副刊，认为它不是报纸的“主线”。其实，这些不过是一孔之见罢了。

好与坏、重要与否，不在于篇幅的长短，亦不在于刊发的载体。尽管单期副刊的体量不大，但并不影响它发掘、刊登有影响力的文学作品。比如100多年前，鲁迅先生的《阿Q正传》就是应“副刊大王”孙伏园先生约请，在北京的《晨报副镌》上连载的；后来，孙犁先生早期的代表作《荷花淀》，也是首发于延安的《解放日报》；再后来，“伤痕文学”定名之作——卢新华的《伤痕》发表于上海的《文汇报》，还获得了全国首届优秀短篇小说奖……可见，副刊不是可有可无的“蛇足”，而是具有潮头意识的点睛之笔。

副刊不副，还因为它装盛了很多文学爱好者的梦想。同纯文学期刊比起来，副刊的门槛没有那么高，普通的写作者只要用心，努努力也能够做到。它的审稿周期短，包容性也较高：小说、诗歌、散文、杂文……除了专设版面，通常兼收并蓄。而且同是“戴着镣铐跳舞”，副刊文章在写作上没有那么多的规矩、章法，无论形式还是内容，都比新闻、评论稿件自由得多。在这方天地里，作者可以谈谈草木春秋，也可以说说家长里短，可以聊聊一个人，也可以重温一段往事。阳春白雪与下里巴人，老少咸宜，雅俗共赏，为纸媒招徕了一些新读者，留住了不少回头客。也正因此，报纸的副刊版常常被人称为“留客版”。

随着媒体资讯的发达，报纸上的新闻送达订阅者手上时多半已成旧闻，但副刊没有“时效性”一说。你无论什么时候收到报纸，无论什么时候翻看它，它都是新鲜的。世间的人、人间的事，不是冷冰冰的字符复刻，而是气韵生动、气象万千，充满了“活人感”。所以，不管时代如何发展，副刊依旧有它存在的价值和意义。

当下需要怎样的副刊，或许各人有各人的答案，但有一点是确切无疑的：那就是，我们既不需要暮气沉沉的老生常谈，也不需要自以为是的孤芳自赏，要的是有时代气息的、生动活泼的自由表达。唯其如此，方能“居报尾而向潮头”。

高尚“不高尚”也难逃纪法惩处

清风甬评

徐根凯

日前，经中共安徽省委批准，安徽省纪委监委对蚌埠市人大常委会原党组副书记、副主任高尚严重违纪违法问题进行了立案审查调查，决定给予其开除党籍处分，按规定取消其享受的待遇，收缴其违纪违法所得；将其涉嫌犯罪问题移送检察机关依法审查起诉，所涉财物一并移送（10月25日中央纪委国家监委网站）。

事实证明，这位高尚并不高尚。高尚，寓意崇德向善、品行端正。如此取名，承载着家人对他的美好期许。但这位高尚，显然没有领会家人的良苦用心，其行为让家人的期许落了空。高尚从纺织厂技术员干起，扎根地方四十余年，逐步成长为副厅级干部，理应常怀敬畏之心、恪守从政底线。然而，其抵挡不住权力诱惑，理想信念滑坡、初心失守，最终严重违纪违法，发人深省。

贪欲的口子，往往从作风小节悄悄撕开。高尚的腐化，正是典型的风腐同源、由浅入深。他漠视中央八项规定精神，欣然接受管理服务对象安排的宴请、旅游，心安理得收下礼品礼金、消费卡，甚至默许他人为其支付个人费用。一次次放松自我要求，一点点突破纪律底线，原本紧绷的廉洁防线，就在这样的温情围猎中慢慢松动。

小节失守之后，便是底线全面崩塌。高尚对党不忠诚、不老实，刻意对抗组织审查，面对组织函询刻意隐瞒实情；践踏组织原则，违规插手人事安排，把干部岗位当成利益交换的筹码。他挖空心思打造利益输送的伪装，借民间借贷之名攫取大额回报，又利用手中职权为他人大开方便之门，大肆收受巨额贿赂。党的十八大以来，反腐高压态势持续不减，高尚依旧顶风作案、不收敛不收手，所作所为严重败坏党风政风，贻害一方政治生态。

公权力承载着组织的信任与群众的期盼，绝非个人私器，更不能当作利益交换的筹码。高尚的教训是深刻的。无论寓意多美的名字，无论扎根多深的资历，一旦背弃初心使命、丧失理想信念，所有光环终将褪去，所有期许终成泡影。对于手握权力的官员而言，真正的高尚，正在于明大德、守公德、严私德的日常坚守。倘若党性弱化、定力不足，名字有再美好的寓意，也会成为一桩笑料。

以包容心看待“医患开药时查AI”

何 勇

江苏徐州一网友通过社交平台发布视频称，10月25日，他带家人前往当地医院就诊，遇到医生疑似使用AI软件“豆包”给患者开药。视频显示，医生在问诊过程中操作手机，查阅与豆包的对话内容，手机界面显示有“重点检测项目”“慎用、尽量不用”等内容。27日，涉事医院工作人员称，当时医生用“豆包”查询一款新药，看适不适合这个患者使用，发现不合适，就没有给她开（10月28日宁聚）。

患者看病，医生却用AI软件开药，患者不放心，乃至认为医生医术水平不行，甚至有网友调侃称：“以后不用去医院了，直接问豆包就好了。”平心而论，患者和一些网友有这种想法，是人之常情。

但是，笔者以为，在AI时代的今天，无论是医生使用AI软件开药，还是患者就诊之前先问AI，是时代发展的必然，并非洪水猛兽。医生与患者之间需要相互理解，不必闻之色变。不要因为医生使用AI软件开药，患者就认定医生医术不行；也不要因为患者就诊前先问AI，医生就认定患者对自己不信任，是来捣乱的。

我们应当有一个清醒认知，医生是人不是神，医生的大脑容量是有限的，医生并不是对所有疾病病症和药物的疗效、副作用都熟悉、牢记于心。医生在遇到疑难杂症，或者给患者开具不常开的药物、新药，对患者实际病症及药物的疗效、副作用不够确定时，通过AI软件查询，以便确认答案，就如同过去翻阅医学书籍，属于正常做法，也是科学选择。而且，相比较过去查阅医学书籍来说，通过AI工具查询的效率更高，也更便捷。换句话说，医生借助AI工具开药，实际上是对患者负责任，也是对医学专业负责任。

从法律角度说，医生用AI开药，只要不是用AI直接自动生成处方，而是作为辅助工具进行查询，并不属于违规操作。根据《互联网诊疗监管细则（试行）》规定，处方应由接诊医师本人开具，严禁使用人工智能等自动生成处方。

同样，越来越多的患者在就诊之前先问一下AI，医生也应当多些理解，而不是直接抱有抵触情绪。不可否认，临床患者的病症具有极强的个体化，AI软件给出的答案多为标准的教科书案例，与患者的实际病情可能不完全相符。患者在就诊之前先问AI，会在心里用AI的答案悄悄考验医生的诊断。医生接诊这类患者时，医院诊室可能变成“答辩现场”，医生需要多花点时间与患者进行“辩论”、解释，会让医生的执业经验遭遇挑战，给工作增添一定麻烦。但换个角度看，表明患者对自身健康状况关注度比较高，又了解一定的医学知识，医生需要做的是，耐心倾听患者讲述，解释AI判断中的不科学部分，反过来可以更好地引导患者认识疾病和病情，更有利于患者的医治。

发展银发经济须摒弃急功近利

丁家发

不少城市的“引流”重点发生明显改变。过去，城市“抢人大战”抢的是年轻人，比拼落户门槛、购房补贴、创业基金等。现如今，多地开始争相向老年群体发出“康养邀请函”，一场从“抢年轻人”到“抢老人”的“竞赛”正悄然展开（10月24日《中国城市报》）。

从“抢年轻人”转向“抢老人”，当下银发经济在不少城市成为受追捧的新赛道。有人说这是民生与产业双赢的重大机遇，也有人担忧资本逐利会让养老变“坑老”。笔者认为，“抢老人”不该一抢了之，优质的养老服务必须跟上，在银发经济这片数十万亿级的市场蓝海面前，最该警惕的是一哄而上的急功近利。

截至2025年底，我国60岁及以上人口已超过3.2亿。这一庞大群体的需求，早已不再局限于吃饱穿暖的基础生存保障，而是延伸到健康照护、文旅休闲、智能适老、营养膳食等多层次的品质生活领域。国家“十五五”规划对推进银发经济高质量发展作出部署，民政部等八部门也联合出台专项措施，从品牌建设、科技赋能、要素扶持等多维度为产业松绑。银发经济一头连着民生，一头连着内需，被视作兼具社会效益与经济价值的新增长点，各地纷纷开始布局“抢老人”，本是情理之中的好事。

然而，热潮之下，不少苗头已暴露急功近利的隐忧。一些地方把银发经济当成新的政绩风口，匆匆上马养老产业园、康养小镇，实际却没有落地的服务能力，最后变成了卖房子的噱头；不少企业贴着“养老”的标签炒作概念，推出动辄几万元甚至几十万元的“养老投资项目”，瞄准老人的钱袋子疯狂收割；市面上的老年产品和服务更是同质化严重，适老化设计浮于表面，所谓的智能养老设备操作复杂到老人根本用不了，真正能解决助餐、居家照护、适老化改造等老人急难愁盼问题的普惠服务，反而供给不足。本该是造福老人的产业，一旦陷入“抢流量、赚快钱”的逻辑，最终只会背离发展初衷。

“抢老人”不该盯着老人的钱包，而应把更优质的服务送到老人身边。真正的银发经济，从来不是靠炒概念堆出来的，而需要慢工出细活的耐心。比如，把社区养老服务的末梢延伸到楼栋里，让老人在“家门口”就能吃上热乎饭；把基层医疗资源和养老服务打通，让老人不用跑大医院就能解决日常康养需求；沉下心研发真正贴合老人使用习惯的适老产品，而不是把普通产品换个“老年版”的包装就涨价售卖。

从“抢年轻人”到“抢老人”，变的是服务群体，不变的是“以人为本”的服务宗旨。不能用功利化的眼光把老人当成“消费客体”，应把他们当成美好生活的共建者。摒弃急功近利的浮躁心态，踏踏实实把每项养老服务做进老人心坎里，银发经济才能变成有温度的“享老经济”。

花钱买口碑早晚会被消费者抛弃

郭元鹏

在电商平台，真实评价是消费者下单前的重要参考。然而，一些第三方代运营公司以“口碑提升”为名，明码标价承接虚假好评业务。五星好评只需10元一条，可由服务商安排空包发货（10月27日《经济日报》）。

网购的时候，你是不是也有过这样的经历：被满屏五星好评吸引，兴冲冲下了单，收到货却傻了眼，图片上精致得像艺术品，实物粗糙得像半成品。更气人的是，回头再翻评论，那些溢美之词发布时间扎堆、话术雷同，连配图都像复制粘贴的。最近不少消费者就反映了这个问题，媒体调查也揭开了背后的猫腻。说白了，这就是一条“预制好评”的黑色产业链。

商家为什么趋之若鹜？说到底还是流量焦虑。平台上好评多、评分高，排名就靠前，曝光就多，订单自然跟着来。可有些商家不想着怎么把产品做好，反而琢磨起走捷径，用刷出来的虚假繁荣掩盖产品的平庸。问题是，这种弄虚作假的把戏能撑多久？

口碑这东西，是消费者用一次次真实体验慢慢垒起来的，厚重、扎实，经得起风吹雨打。“预制好评”呢？不过是沙滩上堆的城堡，看着挺唬人，一个浪过来就没了。当消费者发现那些热情洋溢的赞美背后不过是十元一笔的交易，被欺骗的愤怒会迅速转化成对品牌的彻底不信任。到那时候，商家花钱买来的不是口碑，是砸向自己招牌的石头。

值得警惕的是，这种“劣币驱逐良币”的行为正在侵蚀整个市场的信用根基。诚信经营的商家老老实实做产品、攒口碑，结果发现干不过那些靠刷单炒信誉走捷径的对手，长此以往，谁还愿意沉下心来打磨产品？最终受损的是所有市场参与者，更是每一个消费者的切身利益。假好评骗的不只是消费者的钱，还在透支整个市场生态的信任。

《网络反不正当竞争暂行规定》明确将刷单、好评返现等行为列为违法，本身就意味着一条底线：靠虚假宣传走捷径，注定是条绝路。对商家来说，与其绞尽脑汁琢磨怎么“预制好评”，不如把心思花在提升产品、服务质量上。花钱买来的好评，早晚会被消费者看破；而一个个发自肺腑的“好”，才是生意长久的底气。