

创新之问 人大作答

嘉兴,让企业站稳创新“C位”

■记者 樊昕旆
图片由市人大常委会提供

创新,是城市跃升的核心密码。

7月30日,市委九届九次全体(扩大)会议发出号令:加快建设高能级创新型城市,努力在创新浙江建设全面成势中展现更大作为。

在这场事关城市未来格局的突围中,市人大常委会始终与市委决策同频共振,主动靠前、精准发力。将时间拉回6月26日,市九届人大常委会第三十七次会议作出了《关于强化企业科技创新主体地位 加快建设智造创新强市的决定》(以下简称《决定》)。会上,市人大常委会主任高玲慧对《决定》落地实施作出明确部署、提出明确要求,强调市人大常委会要闭环监督、市政府要细化落实、企业要觉悟奋进、全社会要营造氛围。

于是,一场从“纸面”到“地面”的接力跑就此鸣枪,市人大与市政府及相关部门迅速对接,加速推动《决定》从制度设计转化为实打实的政策举措与行动路径。

破题之思:一场与城市发展同频的主动作为

出台《决定》,既是市人大常委会回应时代之问的必然之举,也是破解发展之困的主动作为。

“嘉兴当前正处于‘制造大市’向‘智造创新强市’跨越的关键时期,应对区域竞争新格局,推动制造业转型升级,破解企业创新能力短板,都对人大围绕中心、服务大局、依法履职提出了重要课题。”市人大教科文卫委相关负责人告诉记者,中央和省委、市委高度关注企业科技创新,省委、省人大相继出台相关意见和法规、决定,要求建立健全以企业为主体的技术创新体系。“市新春第一会,市委书记陈伟发出的‘创新之问’,为我们如何在大局下思考,发挥人大制度优势赋能科技创新发展明确了方向,吹响了号角。”

今年4月初,市人大常委会正式启动《决定》起草工作。

方向对了,关键在于步子要实。为让《决定》接足地气、切中要害,市人大教科文卫委会同市科技局组成调研组,深入各县



(市、区)“把脉问诊”,实地察看企业实验室、孵化平台和生产车间,组织召开市级相关部门座谈会,广泛听取科技型企业家、一线科研人员、各级人大代表的意见建议。经过充分调研,研究形成了《决定(草案)》征求意见稿,先后书面征求了20家市级相关部门及企业家代表等各方意见。

“《决定》形成的过程,就是凝聚全市共识、汇聚各方力量的过程。为了激发企业创新内生动力,我们从提高企业牵头重点科技项目的比例、推进创新积分制、促进技术经理人队伍建设、建立科技属性国有企业研发

费用稳定增长机制等多方面入手,逐条推敲条款、反复打磨细节,对上位法要求作出了具体化、可操作性的制度安排,对企业呼声和改革需求作出务实回应。”上述相关负责人坦言,整个起草过程字斟句酌、慎之又慎,就是力求体现“条条有依据、款款解难题”,让企业看得懂、用得上、有获得感。

“本次作出决定,是人大依法履行决定权、服务中心大局的职能体现。一方面,将市委关于强化企业创新主体地位、加快建设智造创新强市的决策部署,经过法定程序转化为具有法律效力的制度安排,为抢抓发展

机遇、补齐创新短板提供法治保障;另一方面,也是贯彻全国人大和省人大关于常态化、高质量行使重大事项决定权的要求,主动担当、积极作为的重要履职实践。”上述相关负责人说。

落地之声:一项让企业真正有感的制度护航

本次出台的《决定》全文共25条,分为6个核心部分,内容层层递进、系统全面。

第一部分为强化企业科技创新主体地位,第二部分为保障企业创新决策参与权,第三部分为激励企业加大研发投入,第四部

分为建立企业主导的科研攻关机制,第五部分为赋能成果转化与开放应用,第六部分为优化创新生态与监督保障。

“《决定》从顶层设计上让企业站稳了‘C位’,让我们有底气放手去投、安心去研,是一份真正读懂了我们企业急难愁盼的制度文件。”得知《决定》出台后,市人大代表、嘉兴佳利电子有限公司董事长尤源感到十分高兴。此前,他多次提交相关建议,呼吁打通科研平台与市场企业的对接通道,推动优质科研资源下沉产业一线,破解科研与产业“两张皮”问题。

在尤源看来,科技型企业的核心生命力在于创新。过去企业发展过程中,存在产学研对接不畅、成果转化周期长、创新保障机制不健全等问题,一定程度上制约了企业的创新积极性。《决定》的出台为企业深耕核心研发、深化产学研合作、加速成果落地迭代筑牢了法治保障,极大提振了全市企业持续创新、聚力转型的信心与底气。

制度框架已然立起,该如何落地见效、化为行动?《决定》通过后,市政府主要领导高度重视,对切实抓好贯彻实施提出明确要求,相关部门第一时间组织开展配套实施方案的制定工作。

“我们第一时间开展调研和座谈,完成《嘉兴市人民政府落实〈嘉兴市人民代表大会常务委员会关于强化企业科技创新主体地位 加快建设智造创新强市的决定〉实施方案》(以下简称《实施方案》)初稿后,与市发改委、市经信局、市商务局等各个部门进行了意见征求和会议商议,目前已完成了初步修改。”市科技局高新技术发展处相关负责人告诉记者,该《实施方案》立足嘉兴科技创新实际,以加快化解科技型企业招引培育乏力、企业创新决策参与度不够、研发强度偏低、科创平台成果转化不畅等问题短板为着力点,逐一细化落实《决定》的规定要求,提出23项定量目标、53项定性目标。“希望通过《实施方案》的配套衔接,既有量化指标的刚性约束,又有改革突破的制度创新,凝聚多部门合力推动《决定》落地见效,让企业真正成为创新决策、研发投入、科研组织和成果转化的主体,加快智造创新强市建设,为创新浙江建设全面成势贡献更多嘉兴力量。”

“好房子”是稳楼市的定盘星

■何立嘉

读嘉新闻客户端日前刊发的报道《嘉兴“好房子”凭什么逆势走俏》,勾勒出一幅耐人寻味的楼市图景:一边是整体市场承压、成交放缓,一边是高品质住宅持续走俏、供不应求。秀洲区颐香园151套房源全部售罄,经开区湖境云庐310套房源被一抢而空……一组组亮眼的数据,既是市场用脚投票的结果,也为当前楼市平稳健康发展指明了一条清晰路径——以品质立市,让“好房子”成为稳楼市的压舱石与定盘星。

房地产市场进入深度调整期后,“房子卖不动”成了很多城市的共同焦虑。而嘉兴的实践告诉我们,卖不动的从来不是“好房子”,而是那些品质一般、落后于时代的普通住宅。数据最有说服力:2025年全市144平

方米以上改善型住宅成交占比达29%,较2024年提升6个百分点;2026年上半年,这一比例进一步升至34.2%。改善型需求持续释放的背后,是老百姓住房观念的深刻转变——从“有没有”转向“好不好”,从“买得起”转向“住得舒服”。

楼市出现这种分化不是偶然的。当市场告别了“闭眼买房也能涨”的粗放时代,购房者变得越来越理性和挑剔。正如报道中那位购房者所说:“以前看房先问面积大小,现在还要关注层高多少、绿化怎样、配套全不全。”消费者的眼睛是雪亮的,谁在与时俱进,谁在故步自封,市场会给出公正的评判,消费者会作出合理的选择。高品质楼盘逆势热销,本质上是对长期以来房地产行业重规模、轻品质倾向的一种纠偏,也是市场规律发挥作用的必然结果。

嘉兴的“好房子”能够形成气候,背后有一套系统完备的政策体系在托底。从2023年9月率先出台住宅品质设计专项文件,明确住宅层高不低于3米、绿地率不低于30%、全面推行人车分流等硬性要求,到2024年8月提炼出“好地块供应、好配套先行、好设计引领、好品质铸造、好服务赋能”的“五好”建设标准,再到2025年、2026年连续两次优化容积率核算细则……嘉兴的政策设计步步为营、层层递进,从规划源头划定了品质底线,从制度层面为高品质住宅建设指明了方向。

尤为令人欣慰的是,嘉兴的“好房子”不是挂在墙上的标准,而是看得见、摸得着的实景。立体生态住宅试点让“推窗见绿、下楼入园”成为日常,“抬板住宅”把居住层整体抬高了10.8米,实现采光通风和人车分流的

双重升级……这些创新不是制造概念噱头,而是真正瞄准了群众念叨最多的居住“槽点”,问题导向下的品质提升,自然能赢得老百姓的真心认可。

2025年底召开的中央工作会议明确提出“着力稳定房地产市场”“有序推动‘好房子’建设”,2026年7月中央政治局会议将“稳定房地产市场”纳入“切实筑牢安全屏障”总体框架,党的二十届四中全会更是将“推动房地产高质量发展”写入“十五五”规划建议。这一系列顶层设计清晰传递出一个信号:稳楼市要靠供给侧的品质革命,“好房子”是支撑楼市发展的压舱石与定盘星。

嘉兴“好房子”逆势走俏,给了我们多重启示:其一,稳楼市不能只靠需求端刺激,更要在供给端发力,“以质促稳”才是正道,把房子建好了、建精了,需求

余华再次打假名人伪作何时休

■孔德淇

近日,作家余华再次公开辟谣,澄清散文《家徽》并非自己的作品。据悉,《家徽》实为湖北作家胡成中1995年发表的作品,早年因音频栏目错署余华之名,借着名家流量迅速走红。自2017年余华首次辟谣以来,这篇张冠李戴的文章反而一路扩散,入驻自媒体平台、教辅资料,甚至走入中小学语文试卷,上演了一场越辟谣越普及的文学乌龙。

余华的遭遇并非个例。莫言、白岩松等众多公众人物,常年深陷伪金句、假文章的困扰。互联网上,随手拼接的段子、凭空杜撰的短文,贴上名人标签就可以快速传播。电商平台上,假冒余华签名的图书公开售卖,借名人IP收割流量与钱财。在世创作者尚可主动打假、自证清白,已逝名家却失去了辟谣机会,毕生文字声誉任由伪作肆意消耗,成为网络乱象的无声受害者。

名人伪作久治不绝,表面上看是内容抄袭、署名冒用,实则是流量逻辑碾压内容真实的行业通病。在流量至上的算法导向下,平台传播优先考量热度、关注度与传播效益,内容真伪、版权归属被一再弱化。只要自带名人标签,无论内容真假,都能获得优先推送、广泛传播。无序的流量分配机制,为虚假内容提供了滋生土壤,让博眼球、蹭热度的伪作收割流量红利。

人工智能的普及,更让信息谬误形成自我固化的恶性循环。当前不少AI模型直接抓取未经核验的网络语料进行训练,海量流传的虚假署名文章成为污染模型的错误数据。久而久之,AI的“信息幻觉”越来越顽固,持续输出错误内容,反向强化不实认知。人工辟谣的速度,远远赶不上算法固化错误、批量传播谬误的速度。

更值得警惕的是,乱象背后暗藏完整的灰色产业链。从网络自媒体杜撰伪文、批量转发,到教辅试卷不加甄别盲目引用,再到电商平台制售假冒签名图书牟利,层层传导、逐利变现。知识产权被漠视,内容真实性被消解,不仅扰乱了文化传播秩序,更会误导青少年认知、透支公众信任,侵蚀网络文化根基。

9年来反复打假,谬误依旧盛行,余华的无奈是网络内容乱象的真实缩影。网络内容的求实守真,不该是创作者的孤军奋战,必须跳出被动纠偏的思维,搭建多方协同、源头治理的长效机制,让制度、技术、监管形成合力:内容平台可探索建立知名作家辟谣数据库,一经发现冒用身份的伪作,及时处置,阻断二次传播。教辅编纂、试卷命题引用网络文本,要多一份溯源意识,拒绝拿来即用。AI企业要补齐技术短板,建立虚假署名负面清单,提高权威辟谣信源权重,从模型训练与内容输出两端减少“信息幻觉”。

一篇作品的署名,背后是原作者的创作心血,也是读者接收知识的入口。技术可以放大传播效能,却不能模糊是非边界。破解名人伪作的困局,不能寄望于名人化身常年在线的“打假人”,唯有让核查前置于传播、让溯源优先于转发、让“技术向善”成为行动自觉,名人伪作才会失去传播空间。

别让“AB货”砸了电商的饭碗

■曾子秋

近期,电商“AB货”问题再度引发热议。据《人民日报》报道,有网友反映,电商平台售卖的商品和线下实体店商品标注同款,买到手后却发现差异很大;一些电商“看人下菜碟”,同一商品、同一售价、同一链接,给大城市的消费者发优质货,给县城、农村的消费者发减配货。

“AB货”表面上是涉嫌消费欺诈的问题,往深处看,却是电商行业以价格竞争滑向“质量降级竞争”的一个症状。如果不能及时治理,恐将引发电商行业整体口碑滑坡乃至信任危机。

虚假宣传、货不对板、质量低劣,这些电商行业的老问题,近年来的确有所好转,而新问题在于,当价格竞争到极致,卷效率、卷利润、卷劳动成本……电商在“卷无可卷”之后,滑向了“卷质量”——面料薄一点、材料差一点、工序少一道、零部件换一个、耐用性降低一点……单项看起来可能都不起眼,但“AB货”本质上就是品牌和商家的主

动“降质”行为。

从降低价格转向降低质量,“AB货”是判断内卷是否越过合理竞争边界的行业信号。商品质量的重要性人尽皆知,电商们之所以推出“AB货”,无非是要走钢丝式魅力维持最低价,当效率已经不足以支撑更低的价格,一些商家还要继续降价,最后能降的就只剩质量。

“AB货”无疑侵犯了消费者权益,但更大的问题在于,它正在摧毁好不容易才形成的消费者对电商购物模式的信任。如果所见非所得,那么低价又有什么意义?如果默认这种“AB货”的存在,那些认真做产品的商家又怎么生存?当消费者无法通过价格和商品信息进行理性选择时,结果就是“劣币驱逐良币”。

从技术上讲,治理电商“AB货”最有效的办法,是建立健全商品身份制度,一货一码、一版一号、全程可追溯。无论是什么版本,只要商品在核心材质、配置、工艺等方面存在实质差异,就不能顶着相同的商品身份销售。这能最大程度压缩商家操

作的灰色空间,消费者也更容易识别“AB货”、更方便地维权。

电商需要从价格透明走向品质透明,而消费者也需作出改变。近年来,高度发达的电商环境,让人们形成了一种“低价高质好服务”的消费期待,既要品牌又要品质,还要全网最低价、次日达、无理由退货。消费者当然有追求低价的权利,但也应该知道,低价与优质往往难以两全其美。

别让“AB货”砸了电商的饭碗。中国有全世界最好、最发达的电商环境,这是无数平台、商家和消费者共同参与、长期积累的结果。其真正宝贵之处,不只是价格低发货快,更在于建立了一套高效率、低成本且值得信任的消费体系。而“AB货”正在消耗这份来之不易的信任。

电商经济的核心竞争力并不是无底线的低价,而是靠谱的品质、透明的交易和真诚的服务。要通过多方合力,平台校准规则、商家坚守底线、消费者秉持理性、监管牢筑防线,来杜绝“AB货”乱象,也助推电商经济行稳致远。

禾|城|新|语

画里有话 yanyang2006@vip.163.com



镜头内外 ■姚月法