

城市锐评

察言观社

让专精特新“小巨人”迸发大能量

■罗建华

6月19日上午,财政部、工业和信息化部发布《关于进一步支持专精特新中小企业高质量发展的通知》(以下简称《通知》),为加快推进新型工业化、发展新质生产力、完善现代化产业体系提供有力支撑,将通过中央财政资金进一步支持专精特新中小企业高质量发展。

专精特新中小企业特指具备专业化、精细化、特色化、新颖化优势的企业。专精特新“小巨人”企业则是专精特新中小企业中的佼佼者,是瞄准市场空白、行业痛点进行钻研和深耕业务的中小企业。培育专精特新“小巨人”企业是实施创新驱动、增强产业链韧性、提升产业链水平、推动高质量发展的重要抓手,也是加速引领我国制造水平由大到强升级的活力支撑。

《通知》明确,2024—2026年,聚焦重点产业链、工业“六基”及战略性新兴产业、未来产业领域,通过财政综合奖补方式,分三批次重点支持“小巨人”企业高质量发展。2024年首批先支持1000多家“小巨人”企业,以后年度根据实施情况进一步扩大支持范围。此举有利于进一步提升专精特新中小企业创新能力和专业化水平,增强产业链配

套能力,发挥专精特新“小巨人”企业示范引领作用。

中小企业是经济运行的“毛细血管”。专精特新企业作为中小企业中最具创新潜能的主体,是增强产业链供应链韧性的生力军。随着国家一系列政策加速落地,我国专精特新“小巨人”企业呈现出强劲发展韧性。根据财政部数据,2021—2025年,中央财政累计计划安排100亿元以上奖补资金,支持专精特新中小企业发展,其中2023年中央财政下达12.7亿元。截至2023年底累计支持1922家国家级重点“小巨人”企业高质量发展,带动培育国家级“小巨人”企业1.2万余家和省级专精特新企业10万余家。此次《通知》明确了中央财政资金支持专精特新“小巨人”企业的具体内容,即打造新动能、攻坚新技术、开发新产品和强化产业链配套能力,以及支持地方探索对专精特新中小企业培育赋能。随着服务体系不断夯实,无疑将进一步推动“小巨人”企业高质量发展。

走专精特新发展之路,是实现中小企业高质量发展的必然选择。当前,我国中小企业创新能力偏弱,尚不能满足高质量发展的要求。特别是很多中小企业处在产业链中低端,由于创新能力建设不足,被竞争替代的可能性较大,

缺乏对供应链的塑造和掌控能力,在面临外部冲击时容易产生断链和被淘汰的风险,难以实现可控的高效发展。通过支持专精特新中小企业高质量发展,可以进一步提升技术创新能力、市场竞争力和品牌影响力,进而发展成为“小巨人”企业;“小巨人”企业和各类企业持续专注于细分产品市场的创新、产品质量提升和品牌培育,巩固和提升全球市场地位,可发展壮大成为单项冠军企业;聚焦重点领域,有条件的单项冠军企业和大企业集团不断增强国际竞争力,就能提升对产业链、供应链、创新链的引领整合能力,发展成为产业链领航企业,引领带动产业发展。

在加快建设制造强国的背景下,提高中小企业特别是专精特新“小巨人”企业的创新能力、质量效益尤为重要。坚持帮扶和发展并举,进一步健全完善工作体系、政策法规体系、优质高效服务体系,不断强化政策惠企、环境活企、服务助企、创新强企、人才兴企,持续释放政策红利,支持“小巨人”在特定领域“锻长板”,拥有自己的“瓷器活”。如此就能高质量发展壮大专精特新中小企业,推动更多中小企业突破“大而不强”的格局,成为专业细分领域和行业“隐形冠军”,在产业链中形成独特优势,支撑经济高质量发展。

■张玉胜

网红卖课乱象惹争议
知识付费亟须规范化管理

“10节课编程入门速成”“5分钟掌握写作技巧”“7节课学会理财”……近年来,以快速入门、迅速见效为卖点的课程培训随处可见,引来无数追求知识更新的学习者。一些网友认为,知识付费无可厚非,粉丝买网红的课程是“一个愿打一个愿挨”;但也有很多网友质疑,网红卖课是假,制造焦虑后把粉丝当“韭菜”收割是真。

由于缺乏相关标准和规范,网红卖课市场呈现出野蛮生长的状态。本该是有助于促进学习型社会建设的一件好事,一些网红却借机精准拿捏用户需求,通过夸大宣传、虚假包装等手段高价售卖缺少实质内容的课程,让许多粉丝在跟风付费后并未获得等价的知或服。

网红卖课的野蛮生长,呼唤知识付费行业规范化监督与管理。

据业内人士披露,目前市面上一些教人技能变现的课程培训,多采用“免费引流—制造焦虑—劝导买课—缴费入坑”的忽悠套路。究其背后成因,一是缘于网络授课门槛较低,除医疗行业外,多数行业对从业人员的入门资质并无明确要求。这导致知识付费行业从业人员资质良莠不齐、鱼目混珠。比如,一些未获得特许金融分析师证书的所谓“讲师”教人如何“年入百万元”,一些未持有心理咨询师资格证的人在线教授心理课程。二是相关平台对知识付费内容的审核机制不足,监管和处罚力度不够,让网红授课有了可乘之机。知识付费产品是无形内容,无法为用户提供标准化、具象化的统一评价标准。现实生活中,因消费者在个人体验、生活喜好等方面存在差异,公众对课程价值的评判也会不同。因此,对课程是否真的“注水”,往往见仁见智。一些网红将知识付费演变成多种商业模式,如类传销、私董会、商业陪跑等,轻松实现动辄上千万元的高收入。也正是此类知识服务类纠纷存在的法律模糊地带,让消费者维权存在一定难度,且需要收集更多证据。

平心而论,在信息爆炸的当今社会,很多人都面临“信息焦虑”,求知欲几成社会成员的生活刚需。作为文化产业的新兴业态,知识付费行业在经历了现象化崛起、市场化发展之后,逐步走上产业化发展之路乃大势所趋,但其风生水起的同时风险与机遇也并存。遏制乱象,需要构建“良币驱逐劣币”的规范化管理格局。

知识付费行业需要在国家相关部门的引导下逐步设置从业门槛,并加快建立起行业标准,打造完整的知识付费消费权益保障机制;要建立知识付费型消费评价机制;建立相应的投诉受理调处机制和多元化纠纷解决机制。

短视频平台需承担起更大的监管责任,要对商家的知识付费产品严格审核,打通举报投诉渠道,确保知识付费产品政治正确、内容真实、版权合法、监管有力。消费者也要主动履行监督、维权责任,举报不良行为,为规范市场秩序而尽义务。

野生景点存隐患

近年来,经由社交平台的广泛传播,一些未经开发的野生景点变身网红打卡地。然而,跟风野游的背后往往隐藏着不为人知的风险,甚至酿成悲剧。应急管理部日前召开会议强调,督促地方对野景区、网红打卡点等纳入监管,加强安全提示和疏导。

中新社发 朱慧卿作



微言微语

“一天造谣7000篇”,AI技术应用乱象怎么治

背景:

“西安突发爆炸”“重庆巫溪一民房发生爆炸事故”“上海中山公园地铁站发生捅人事件”……这些耸人听闻的消息,竟都是利用AI软件炮制的谣言。其中,一家MCN机构通过AI软件,最高峰一天能生成4000至7000篇,最高的一条收入700元,初步估算每天的收入在1万元以上。

这些不法分子为赚取平台流量补贴,获得流量变现,利用AI合成技术编造谣言,严重扰乱社会秩序。日前,多地警方对相关责任人进行了行政处罚,并封禁其网络账号。

@《工人日报》:AI造谣能生成极为逼真的图片、音视频,颠覆了“有图有真相”的常规认知,蛊惑性极强。以新闻报道的口吻生成所谓的“突发新闻”,再配上耸人听闻的标题,短时间内就能快速传播,让不明真相的民众轻信,易引发社会恐慌,扰乱社会公共秩序,对社会信息生态造成极大破坏。而相关行政执法部门的查证、辟谣则要浪费大量的社会资源。

@澎湃新闻:拥有技术优势的平台,更应该肩负起主体责任。这种造谣信息之所以可以“玩得下去”,就是因为它有利可图。平台应当意识到自身肩

负的社会责任,切不可在流量的诱惑下,对这类信息睁一只眼闭一只眼。

@《南方日报》:阻击谣言是一项复杂的工作,需要各方携手合作、形成合力。平台在刺激创作的同时,应尽到消除虚假信息传播的责任,通过更严格的信息过滤、账号处理等,让流量生意无利可图。同时,相关治理手段也要迭代更新,利用技术识别伪造内容,让识别谣言的精准度更高、阻击速度更快、打击力度更强,以斩断造谣背后的黑灰产业链。广大网民也要严格遵守相关法律法规,自觉规范个人网上言行,不断提升识别防范抵制网络谣言的能力。