

为创新创业加好“杠杆”

最近看到一则新闻，心中暗叹不已。据报道，杭州出现了孵化“一人公司”的创业社区。它可为创业者提供5万美元资金、随时入驻的机会、充足的工位空间、计算网络等资源……报道称，这是国内首家主打一人创业的加速社区。

“一人公司”？一直以来，我们习惯了将“公司”与“团队”划等号，但在AI时代，“公司”二字正在被重新定义。OpenAI首席执行官萨姆·奥尔特曼有一个著名预言：我们都在赌一个时间，人类历史上第一次出现“一人独角兽公司”的时刻。其实在硅谷，10人的独角兽企业已经出现！

撬动“一人公司”的杠杆是什么？技术。得益于智能工具，普通人正变为超级个体、超级节点，一个人完全可以像一支队伍。“一人公司”不再依赖规模经济，而是主

打“智能密度”，将创业门槛完全“打下来”，甚至改写商业模式的底层逻辑。

那为何是杭州？民营经济是典型的“环境经济”。有经济学家说过，民营企业无需刻意“播种”，它们有土壤便扎根，给阳光就灿烂，“要是遇到春风，就会漫山遍野，蓬勃发展起来”。所谓“土壤”“阳光”“春风”，都可以换成同一个词——机会。而杭州，作为“数字经济第一城”，正加快抢占人工智能产业制高点。国内首家孵化“一人公司”的创业社区出现在杭州，是环境使然、机会驱动，并不让人意外。

当前，激发全社会创业创新创造活力，是各地的“同题作文”。如何为创业创新“加杠杆”？“一人公司”能给我们带来不少启示。

比如，革新思维。在数字工具

与AI的加持下，我们或将迎来一场“创业革命”，“个体经济”或正处在全面崛起的临界点上。然而，当前不少地方的政策、服务仍有“嫌贫爱富”之嫌，往往只盯着大企业、大项目，对小微主体重视不够、支持不多。殊不知，“小个头”正是潜力股，给它们更多机会就是给城市的未来机会。

再如，回应需求。新业态、新模式所需要的温度、土壤，往往不同寻常。对此，要坚持换位思考，更加注重“用户感受”。这看似是个主观抽象的表述，其实指向的是具体而微的问题。算力、数据、绿电等新型生产要素必不可少，算力券、融资平台、试验场景等供给应充足而“丝滑”，容小、容新、容错的全周期包容机制亦不可或缺……

此外，“后退一步”。创新创造需要政策体系、扶持策略等保驾护

航，这是共识。但数字经济背景下的新兴产业有其特性。在杭州走访调研，会发现政府存在感并不强——它以城市为平台，以企业为主角，尊重市场机制，主动从“管理者”转为“生态塑形者”，甚至适当“隐身”，让创新自然生长，而非被动推动。各类市场化的孵化器、产业园扮演着关键角色，就是佐证。退一步海阔天空，适当“后退”，往往意味着更大空间、更多机会。

习近平总书记曾深刻指出：“科技创新，就像撬动地球的杠杆，总能创造令人意想不到的奇迹。”创新创业同样需要政策、资源、思维的杠杆，在AI时代推动创新创业，各地也要重新找准支点，用好用足杠杆，如此才能“四两拨千斤”。

（夏振彬,载《浙江日报》）

呵护医疗科普背后的健康需求

洞见

这样的情形，你是否遇到过？主播在河边一边直播抓鱼，一边推荐“祖传”治疗风湿病的药物；“神经康复科医生”大谈食用益生菌的好处，在视频下方展示购买链接……在短视频、直播平台，一些博主、直播间以医疗科普之名，行售卖药品、医疗器械和保健品之实，引发关注和讨论。

近年来，越来越多的医生从科室走到线上，传播医疗科普知识，对于提升全民健康素养、促进“治未病”发挥了重要的作用。与此同时，在流量诱惑下，另有一些人或是假借科普名义进行直播带货，甚至违规导医导诊；或是为博眼球，发布伪科普信息，误导公众。这些行为，不仅让医疗科普变了味，还可能对公众健康造成损害。

医疗科普，关系大众健康，必须科学准确。也正因此，国家相关部门陆续出手，规范医疗科普行为。中央网信办、国家卫生健康委等四部门联合发布通知，为医疗科普立“规矩”；市场监管总局等部门联合发布《医疗广告认定指南》，围绕医疗广告、信息公开、健康科普划出清晰界限。一系列举措，有助于为大众建立一道健康信息“防火墙”。

规范只是第一步。各种医疗科普内容在网上走红，也从一个侧面说明，医疗科普有着广泛的大众需求。有报告显示，全国10.74亿网络视听观众中，92.1%的观众曾通过短视频平台接触健康科普内容，其中63%的观众已养成定期关注健康科普账号的习惯。正视需求，在规范的基础上，推动医疗科普生态向专业化、明朗化、优质化方向发展，才能更好为全民健康添砖加瓦。

医疗科普阵地，优质内容不去占领，“伪科普”、劣质内容就可能

野蛮生长。总体来看，优质医疗科普内容供给仍然不足。2024年全国居民健康素养水平为31.87%，且城乡差距较大，健康知识普及依旧任重道远。广大医务人员受过良好医学教育，具有丰富临床经验，是医疗科普的重要力量。医疗机构落实好预防为主的工作方针，在绩效考核和职务职称晋升中更好体现科普工作，能激励医务人员积极参与其中。例如，上海将医务人员的健康科普作品代表作列入高级职称的评审条件，甘肃将健康科普工作纳入医务人员日常业务考核、评先评优，都起到示范和推动作用。

让医疗科普更好满足大众需求，不仅要追求量足、质优，还应追求听得懂、记得住、用得上。医疗知识往往相对专业，如何让知识传得开、让人们能听懂？正如一位医生所言，需要“蹲下来，用对方的眼睛看世界”。前段时间，科普微短剧《回到三国当名医》热播，通过重现三国历史场景，巧妙串联

起古代中医智慧与现代医学知识，让观众能边追剧边学医学知识。从微短剧到脱口秀，再到舞台剧，不断创新形式，善用群众易于接受的方式开展科普工作，有助于推动健康知识从“医院围墙内”延伸到大众日常生活。

进而言之，医疗科普既要立足传播知识，更应追求提升医学素养。提升医学素养，不仅需要让大众知道“是什么”，更应上升到引领公众主动探索“为什么”“怎么办”。换言之，医疗科普不能简单停留在“搬运”医学知识层面，而应跃升到传播医学方法、医学思维、医学精神层面。这应该成为增加优质健康科普产品供给的另一个重要着力点。

大医治未病。激励广大医生积极参与与医疗科普，生产更多优质权威的科普作品，让伪科普无处遁形，营造风清气正的医疗科普环境，定能不断提高全社会健康素养水平，助力健康中国建设。

（申少铁,载《人民日报》）

少些“请示依赖”

画话

当下,年轻干部队伍中“请示依赖症”悄然蔓延,一些年轻干部遇事必请示、小事大请示,他们看似是尊重领导、程序严谨,实则是将本该自己承担的责任一推了之,侵蚀着干部独立思考与担当精神。

破解“请示依赖症”,既需要年轻干部主动破局,也离不开制度机制的正向引导。年轻干部当以“遇事先谋”代替“遇事就问”,面对工作先做足“功课”,带着初步处置思路汇报;上级则要明确“权责清单”,对该下放的权限大胆松手,对该请示的事项划出边界,既鼓励“在试错中成长”,也建立“容错纠错”机制,让干部在“敢干”与“善干”中找到平衡。如此,才能让“请示”回归沟通本意,让年轻干部在独立思考中练就担当的“真功夫”,在主动作为中成长为能独当一面的“实干家”。（李硕,载大河网）



租赁经济百亿新市场如何规范发展？

国庆中秋双节临近，不少计划出游的消费者面临专业拍摄设备短缺难题，这届年轻人选择另辟蹊径——通过线上租赁无人机、单反相机等新款数码产品，以低成本实现高品质拍摄体验。

据央视报道，节前全国多地租赁门店中，轻便运动相机等“旅游拍照神器”租赁需求激增，成交量同比飙升超600%。“买一台太贵，租一天只要几十到一百多元。”不少消费者直言，3C数码产品租赁不仅帮自己省下了开支，还能租到最新款式的设备，显著提升了旅

照的体验感。

相关数据显示：当前20—30岁年龄段的消费者中，有63.5%倾向于租赁数码产品，21.5%的消费者已有过租赁数码产品的经历；2024年，3C数码产品租赁市场规模已达到269.1亿元，展现出强劲的发展潜力。

不过，作为新业态，数码产品的租赁仍面临不少待解难题。首先是合同风险，租赁企业普遍使用格式合同，条款中常隐含“提前退租收取高额违约金”“设备损坏需全额赔偿”等“霸王条款”，加重消费者责任；其次是数据安全与隐

私泄露隐患，租赁设备可能存有关任使用者的照片、视频等隐私数据，若未清除就转手易导致信息泄露；再者是设备质量与维护责任模糊，部分商家将翻新机冒充全新设备出租，电池健康度低的设备也在市场流通，且设备损坏后的维修责任界定不清晰，引发后续纠纷。

在电子产品租赁领域，平台是连接商家与消费者的核心纽带，强化对平台的监管至关重要。一方面，要明确平台的主体责任，推动平台建立商家信用管理档案，对商家的资质条件、信用状况及经营动

态开展精细化审核，从源头筛选合规商家；另一方面，未来可引入区块链、AI等技术加强租赁风控，比如借助AI智能检测设备状态与数据残留情况。

行业健康发展离不开多方协同：平台和商家要恪守信用准则，规范合同条款、保障设备质量、落实数据清理责任；承租人也需履行信用义务，妥善使用租赁产品，避免人为损坏。唯有多方协同，才能推动行业向“规范发展”，进而为循环经济注入新动能。

（王布米,载《解放日报》）

快评

近日，有网友发消息称，在贵州省一家大型超市里，卖得最火的月饼，竟是贵州省人民医院职工食堂制作的“贵州省医”火腿月饼；而在该医院的月饼销售窗口，高峰时期市民为了买上月饼得搬个板凳、裹着被子，从晚上开始排长龙，“比专家号还难抢”。一家医院的职工食堂，“跨界”做月饼，竟然卖到“榜首”，其中蕴含的经营之道，值得细细品味。

启示之一，品质保障，永远是食品产业的根基。据了解，“贵州省医”月饼，多年来一直选用云南宣威火腿搭配蜂蜜制作，坚持传统工艺，高卫生标准和高品质把控始终如一。反观一些食品企业，为追求短期利益，在原料选择上偷工减料，制作工艺不严谨，导致食品安全事件频发，不仅损害消费者健康，也砸了招牌。对食品经营者而言，只有将卫生、品质视为生命线，从源头把控食材质量，严格规范生产流程，才能赢得消费者信任，在市場站稳脚跟。

启示之二，返璞归真，拒绝过度包装与浮夸营销。月饼市场，过度包装、浮夸营销现象颇受诟病，不少月饼价格虚高，沦为礼品“空壳”。而“贵州省医”月饼采用简约油纸包装，价格亲民。这种返璞归真的经营理念，契合当下消费者追求理性消费、注重产品本身价值的心理。食品经营要摒弃奢华而不实的套路，把更多精力和成本投入到提升产品品质与口味上，用实实在在的产品说话，才能赢得消费者的长期青睐。

启示之三，精准定位，打造差异化产品。多年来，“贵州省医”只生产一款火腿月饼，专注于这一品类，将其做到极致，形成独特的品牌辨识度。在竞争激烈的食品市场中，经营者不应盲目追求大而全的产品线，应结合自身优势，精准定位目标人群，打造差异化产品。无论是针对特定地域口味偏好，还是满足特定消费群体的特殊饮食需求，精准定位并做出特色，才能在细分市场中脱颖而出。

启示之四，顺应时代，善用口碑传播，注重品牌建设。“贵州省医”月饼最初作为职工福利，凭借品质在医院内部获得认可，随后通过消费者自发分享，借助社交媒体等平台，突破地域限制，走向更广阔市场。在互联网时代，信息传播速度快、范围广，消费者的评价和口碑对品牌影响巨大。食品经营者要重视消费者体验，积极引导消费者进行口碑传播；同时，注重品牌建设，从产品质量、品牌故事、企业文化等多维度塑造品牌形象，提升品牌知名度与美誉度。

“贵州省医”月饼的成功并非偶然。期待广大食品经营者从中受到启发，以消费者需求为导向，坚守品质初心，坚持诚实守信，坚定特色经营，让更多优质食品走进千家万户。

（孟亚生,载《新华日报》）

3×8还是8×3,真是个问题

近日,一道小学二年级的数学题在舆论场掀起波澜。题目问“3个盘子,每盘8个水果,一共有多少个水果?”学生写下“3×8=24”,结果被老师判错,正确答案被规定为“8×3=24”。这场关于“顺序”的微小争议,却如同一石入水,激起人们更多的思考。

在许多习惯于“结果导向”的成年人看来,“3×8”与“8×3”的结果同为24,判错实属矫枉过正。这反映了我们社会中一种普遍的认识:只要答案正确,过程与形式无关紧要。

然而,数学的精髓远不止于得出一个准确的数字答案。它更是一门关于关系与结构的逻辑语言。正如“3只5两的梭子蟹”与“5只3两的梭子蟹”虽重量相同,但其代表的现实情境、数量关系截然不同。乘法算式“每份数×份数”的规范,正是为了在孩子思维发展的关键期,植入

一种严谨的建模思想。它教会孩子的不是机械的计算,而是用数学语言精准地描述世界——谁是基本的单位(每份数),谁是重复的次数(份数)。这种对逻辑关系的尊重,是数学之美的根基,也是理性思维的起点。

颇具反讽意味的是,就在我们为小学数学应否“较真”争论时,成人世界却有着另一套规则。职场中对“老板说几就是几”的玩梗,形象地揭示了权力对逻辑的僭越。这种“执行文化”不仅消解独立思考,更助长了模糊与妥协的不良风气。

正是在这样的现实映照下,小学数学中对“3×8”顺序的坚持显得尤为珍贵。这并非无意义的刻板要求,守护课堂上的每一次“较真”,就是为社会的未来筑起一道抵御“糊涂账”文化的堤坝。

（陈剑宇,载《浙江日报》）

让城市“智”理多些人文味道

据报道，近年来湖州依托城市“芯大脑”的基础设施、数据、算法支撑，打造了集监督评价、餐饮油烟、高空瞭望等模块于一体的智慧城市管理系统，这一“AI”系统监管范围涵盖七大类部件、五大类事件，年均可处置问题约20万件。同时，智慧城管中心还打造了“浙里办—湖城管家”应用模块，推出“我要爆料、违停处理、犬只管理、共享停车”等功能。实现城市治理从被动处置到主动对接民生需求的转变。

让城市更聪明一些、更智慧一些，是推动城市治理体系和治理能力现代化的方向。在城市资源环境约束趋紧、市民诉求日益多元、治理效能有待提升等挑战下，“芯大脑”让人

点赞的不仅是智能,还在于它能让城市管理变得更有“温度”。比如,“AI”可以协助城市管理者从繁琐的巡查中解放,转而把人力投入到更需要人性化处理的领域,使之能够更加专注于为民服务本身,让城市“小问题”消弭于发端。这种“科技赋能+人文关怀”的模式,体现于“浙里办—湖城管家”中的一个个及时回应里,渗透在镜头背后的一次次主动隐患发现中,也融进了从“事找人”到“人找事”的治理逻辑变化里。

智慧城市不是比谁的技术更“炫酷”，而是看谁能让市民生活更美好。毕竟，一切治理创新的出发点和落脚点，是人民的获得感、幸福感和安全感。

（吴健）

服务不妨多些“预制菜”

媒体报道，湖州推出“退休预服务”，让养老金准时到账，直击退休办理中的诸多痛点。

退休事宜关乎每一位劳动者的切身利益，是广大临退休职工的“心上事”。随着退休高峰期的来临，退休业务办理量快速增长，不少临退休职工却因档案材料缺失、缴费信息不全等问题，影响待遇及时落地，折损退休人员的获得感。

在传统审核模式下，职工往往要等到退休当月才着手准备，一旦发现问题，常常来不及补救。“退休预服务”打破了这一惯性思维，把服务关口前移，在员工临近退休年

龄时提前介入。即在问题产生之前就预判问题、准备方案，让民众在关键时刻享受“火候恰到好处”的优质服

由此笔者畅想，未来的公共管理可以有些这样的“预制菜”。在严格保护个人隐私的前提下，诸如新生儿登记、职业转型期人群培训等，均可借鉴“退休预服务”的主动思维，把服务做在群众需求之前。

期待这样具备主动性与预见性的“预制菜”，以细腻的服务智慧，真正提升民众生活的便利度与幸福感。

（孙琳）

品一品「医院月饼」的经营之道