

□ 本报记者 陆 敏

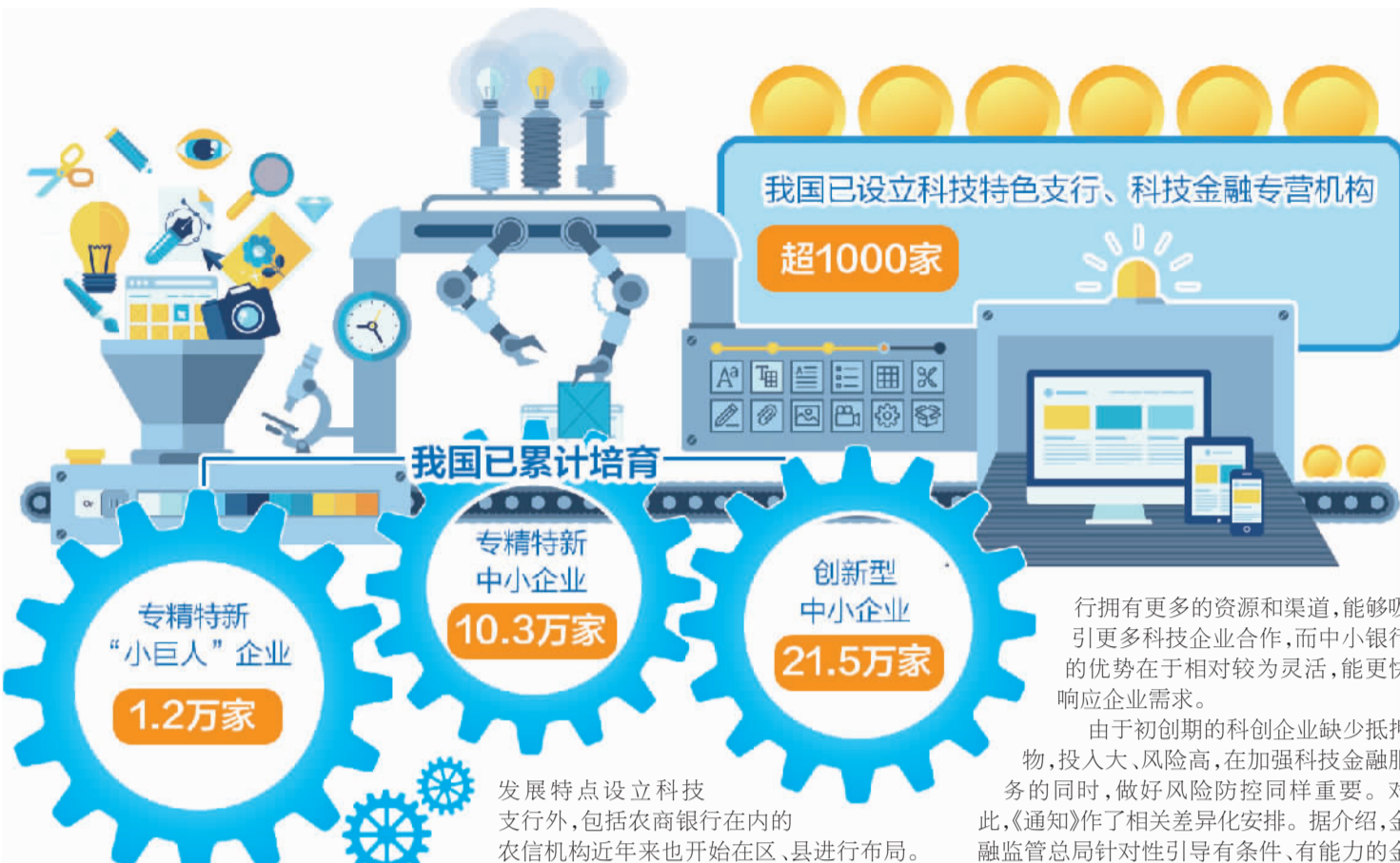
强化科技型企业金融服务

国家金融监督管理总局1月12日发布《关于加强科技型企业全生命周期金融服务的通知》，从持续深化科技金融组织管理机制建设、形成科技型企业全生命周期金融服务、扎实做好金融风险防控、加强组织保障和政策协同等方面，对做好科技创新金融服务提出要求。

党的二十大报告提出，强化企业科技创新主体地位，营造有利于科技型中小企业成长的良好环境，推动创新链产业链资金链人才链深度融合。中央金融工作会议强调，做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇大文章，把更多金融资源用于促进科技创新。这为做好科技金融工作提供了根本遵循。

此次《通知》进一步明确各项工作要求，推动完善有利于科技型中小企业发展的金融政策环境。国家金融监督管理总局有关部门负责人介绍，《通知》提出要把更多金融资源用于促进科技创新，不断提升金融支持科技型企业质效，推动创新链产业链资金链人才链深度融合，促进“科技—产业—金融”良性循环，助力高水平科技自立自强和科技强国建设。

在加强科技型企业全生命周期金融服务方面，《通知》明确，一是支持初创期科技型企业成长壮大。在有效防控风险基础上鼓励加大信用贷款投放力度。在依法合规、风险可控前提下，规范银行与外部投资机构合作，积极探索“贷款+外部直投”等业务模式，为初创期科技型企业融资提供金融支持。二是丰富成长期科技型企业融资模式。鼓励拓宽抵押担保范围，加快发展知识产权质押融资，规范发展供应链金融。支持保险机构开发科技成果转化费用损失保险等险种，优化“三首”保险运行机制。三是提升成熟期科技型企业金融服务适配性。鼓励通过并购贷款支持企业市场化兼并重组。支持保险机构通过共保体、大型商业保险和统括保单等形式，提



供综合性保险解决方案。科技金融服务空间巨大，未来发展还有较大的潜力。根据工信部最新数据，目前我国已累计培育专精特新“小巨人”企业1.2万家、专精特新中小企业10.3万家，此外还有创新型中小企业21.5万家。同时，根据中国银行业协会2023年披露的数据，我国已设立科技特色支行、科技金融专营机构超1000家。除了国有大行分支机构依据当地

发展特点设立科技支行外，包括农商银行在内的农信机构近年来也开始在区、县进行布局。《通知》还要求，健全组织架构，鼓励银行保险机构根据实际完善科技金融工作领导协调机制。做实专门机构，在科技资源集聚地区，规范建设科技金融专业或特色分支机构。优化管理制度，健全科技贷款尽职免责和不良容忍机制。细化风险评审，分层分类设立科技型企业信用评价模型。强化数字赋能，推动金融业务关键环节向数字化、智能化转型发展。邮储银行研究员姜飞鹏认为，大型银行和中小银行设立科技支行各有优势。大型银

行拥有更多的资源和渠道，能够吸引更多科技企业合作，而中小银行的优势在于相对较为灵活，能更快响应企业需求。由于初创期的科创企业缺少抵押物，投入大、风险高，在加强科技金融服务的同时，做好风险防控同样重要。对此，《通知》作了相关差异化安排。据介绍，金融监管总局针对性引导有条件、有能力的金融机构按照市场化原则，自主决策、独立审查、自担风险，持续强化科技金融内部控制和风险管理。鼓励探索完善专业化的科技金融服务组织体系，构建相对独立的集中化业务管理机制，强化前中后台协同。《通知》还强调，银行机构要进一步加强授信管理，提高资金配置效率，避免多头过度授信。同时，银行机构要做好科技型企业贷款差异化“三查”，加强科技型企业风险监测预警，强化资金用途监控，防范资金套取和挪用风险。

近日，上海市正推行“互联网+明厨亮灶”工程，鼓励入网食品经营者将后厨视频信息上传至第三方平台，并接受社会公众监督。本应是保障食品安全、增加消费信心的创新之举，但实施过程中却出现了诸多问题——许多已实施“明厨亮灶”的商户或对直播设备疏于维护，或在摄像头上手脚，导致消费者看不到后厨直播。

后厨直播不是摆设，必须严肃对待，确保其有效运行，才能有力守护食品安全。

李治国

对于商家而言，实施后厨直播是一项重要的食品安全管理措施。通过直播，商家可展示食品制作全过程，让消费者看到食品来源和制作过程，增加消费者的信任。同时，这也是商家自我管理的一种方式，通过公开透明的监督，促使商家注重食品安全，提升餐品质量。

然而，部分商家却把后厨直播当作噱头，并未真正落实。例如，一些商家故意调整摄像头角度，导致消费者无法看到后厨的关键区域，甚至一些商家关闭了直播功能。这些行为不仅违反了食品安全法规，也损害了消费者的权益。

对平台而言，推广“互联网+明厨亮灶”也是一项社会责任。平台应为消费者提供方便的接口和展示页面，让消费者能够轻松查看后厨直播。同时，平台还应出台激励措施，鼓励商家积极参与后厨直播。

当前，一些平台虽然推出了“阳光厨房”等类似栏目，但由于辨识度有限、操作复杂等原因，导致消费者使用不便。平台应简化操作流程，提高辨识度，让消费者能够方便查看。

政府和相关部门也应该加强监管和宣传。政府可出台相关法规，要求商家必须实施后厨直播，并加强执法力度，对违反规定的商家进行严厉处罚。同时，相关部门也应该加强宣传教育，提高商家和消费者的食品安全意识，推动“互联网+明厨亮灶”工程发挥效用。

(上接第一版)要进一步增强系统观念，统筹推进秋粮收购和保供稳价各项工作，确保粮食供给不出问题。

“我国粮食库存充足、供给充裕，产销衔接畅通，市场秩序良好，完全有基础、有能力、有信心、有底气确保粮油稳定供应。”国家粮食和物资储备局有关负责人表示。2023年全国粮食增产，为满足粮食消费需求打下坚实基础。有关方面根据市场形势和调控需要，合理安排政策性粮食销售，有效满足了企业用粮需求。为更好满足群众对肉禽蛋等食品的需求，2023年前11个月我国累计进口粮食1.4亿吨，有效补充了国内粮食市场特别是饲料用粮供应。

当前国内外形势复杂多变，给粮食稳定供应带来巨大挑战。地缘冲突加剧、极端天气频发等影响全球粮食安全的因素仍然存在，国际粮价存在大幅波动风险。国内粮食持续稳产增产面临一定压力，粮食供求中长期呈紧平衡态势，粮食品种结构、区域布局不平衡问题仍然存在。

国家粮食和物资储备局有关负责人表示，要加强监测预警，密切跟踪国内外粮油市场动态变化，深入分析研判，丰富政策储备。加强供应保障，着眼于粮食产销衔接全链条，加强粮源调度、加工销售、库存投放、储备调节、应急供应等协同联动，形成保供稳价合力。此外，国家有关部门还将适时优化政策性粮食投放安排，保障市场粮源供应。

2027年底基本实现紧密型县域医共体全覆盖

本报北京1月13日讯(记者吴佳佳)国家卫生健康委联合中央编办、国家发展改革委、财政部等9部门近日印发《关于全面推进紧密型县域医疗卫生共同体建设的指导意见》，围绕科学构建、规范内部运行管理、提升整体服务能力、完善支持政策等方面，对全面推进建设紧密型县域医疗卫生共同体，提出具体任务和工作要求。

国家卫健委基层司司长傅卫介绍，推进县域医共体建设是落实“以基层为重点”的党的卫生与健康工作方针的重大举措，同时也是推进健康中国建设和“三医联动”改革，建立分级诊疗制度的有效抓手。根据意见，到2025年底，力争90%以上的县市基本建成紧密型县域医共体；到2027年底，紧密型县域医共体能够基本实现全覆盖。

据了解，紧密型县域医共体是将县域内的县级医疗机构和基层的乡镇卫生院，通过建立一定的管理和运行机制，形成责任、管理、服务、利益几方面的共同体，以县带乡、以乡带村，形成梯次帮扶的带动。从单个机构的发展转向更加注重医共体内所有成员单位的协同联动发展，可以更好优化资源整合和下沉，拓展服务模式和内容，提高县域内医疗卫生体系建设的整体效能，让老百姓能够在家门口获

得更高水平的医疗卫生服务。一个县可以组建一个医共体，也可以根据人口的情况，组建多个医共体，由各地根据实际情况来确定。

从发展来看，2017年国务院办公厅印发《关于推进医疗联合体建设和发展的指导意见》，明确在县域主要组建医共体。各地结合实际，探索了各种形式的医共体。从2019年开始，国家卫健委启动紧密型县域医疗卫生共同体建设的试点工作，先后确定山

西、浙江、新疆3个试点省份，以及其他省份的县(市、区)，共828个试点县。

傅卫表示，5年来，国家层面不断加强顶层设计，政策措施在逐步完善；相关部门的改革共识也在逐步凝聚，中央一号文件连续4年都对推进县域医共体建设提出要求；省级层面也加快铺开，目前已有18个省份先后印发全面推进县域医共体的政策文件，这些都为全面推进紧密型县域医共体建设奠定了坚实基础。

共富工坊激发乡村内生动力

2023年末，一群来自哈佛大学等全球顶尖高校的中国留学生，在宁波宁海县葛家村开启一场乡村振兴的蹲点调研。哈佛大学建筑与设计学院学生华嘉不告诉记者，2024年春天，她将在哈佛大学、普林斯顿大学等地举办系列成果展示与学术沙龙，并邀请葛家村村民前往分享，传递更多中国乡村好故事。

葛家村位于宁海县大佳何镇东部，有1300年的历史。当地围绕贯彻新发展理念，把好风景变成好“钱”景，引客流量换来消费量。2021年起，葛家村在大佳何镇党委指导下成立了“艺起富”共富工坊，用艺术改造乡村，以“人人都是艺术家，家家都是创业户”的理念启动整村运营。

经过村两委共同商议，工坊启动“村宝创业季”，将有特色手艺的村民列为“村宝”，逐一匹配联络员、设计师、青年创业导师、运营师，开展“陪伴式创业”。截至目前，工坊已发动35户农户改造庭院，打造“木花观云”“鸡不可失”等品牌48个，开发五次粽、木雕等特色产品112种。

“感谢村里为我们配的新媒体创业导师，让我不仅在线下有客户，在线上也有了粉丝！”“艺起富”共富工坊产品展示基地，村民创业户章丽说。葛家村共富工坊专门开发了“艺起富”乡村运营云平台，构建“云上驻村”“智慧导览”“业态商户”模块，实现“码上”预约活动、“云

本报记者

郁进东

“村民富才是真的富！工坊成立的初衷，就是要挖掘村民的创业潜力，让‘农民’和‘旅游’两个关键词在增收上擦出火花。”葛家村党支部书记葛万永说，2023年中秋国庆假期，村里接待游客3万余人次，实现旅游收入超50万元。葛家村还利用村庄网络和党员联户机制，试点打造8个“锋领小院”，将小院子作为议事厅，常态排摸村民创业需求，为工坊引入直播课堂、创业训练营等10余项创业服务，解决村民不会创业、不懂运营等问题。

接下来，葛家村还将集聚引富、带富、帮富力量，组建多元化“共富导师团”，发挥首批浙江省美育示范村、宁波市导师帮带教学教育基地、艺术创富学院等阵地优势，着力打造工坊“富一村百姓、惠一方集体、强一地组织”示范场景。

“创业的成功也让村民更加支持党支部的各项决策，从‘要我干’变成‘我要干’，主动参与到村庄环境治理中。”葛万永表示，今年以来，村党群共同完善村庄特色艺术观光点42个、微景观35处。

如今，昔日的“三无村”成了远近闻名的网红村。2023年，葛家村游客接待量超10万人次，村民总收入达300万元，获得全国乡村旅游重点村等荣誉称号。



1月12日，一艘轮船在拖轮的协助下向唐山港曹妃甸港区矿石码头靠泊。河北省唐山市海洋口岸和港航管理局数据显示，2023年唐山港曹妃甸港区完成货物吞吐量53507万吨，同比增长8.24%。

新华社记者 杨世尧摄

加快培育外贸新动能

□ 本报记者 夏先清 杨子佩

河南许昌依托跨境电商“卖全球”

在河南省许昌市东城区的发制品跨境电商直播基地，能看到热情洋溢的主播们正用英语向粉丝介绍许昌假发。近年来，许昌紧抓跨境电商直播的风口，搭建跨境直播基地，结合互联网数字营销为发制品销售赋能，推动更多发制品企业实现数字化出海。数据显示，“许昌假发”常年位居全球速卖通海外热销榜前3位，每天全球销量达4万套，跨境电商成为许昌外贸快速发展的新引擎。

“我们在美国设有子公司海外仓和线下实体店，通过线上线下多种销售模式，迅速成长和发展。”许昌龙祁电子商务有限公司亚马逊平台销售总监王

英浩说，假发产品体积小、重量轻、好运输，非常适合跨境电商的模式。许昌的“一缕发”已有百年历史，如今在许昌市建安区灵井镇泉店社区，几乎家家户户都做头发生意。“最高峰时，许昌头发收购从业者超2万人，他们把收购的头发汇聚到这里，再加工成假发卖到世界各地。”许昌市发制品协会秘书长王喜祥说，许昌发制品行业经历了由粗加工到深加工、由档发到产品、由单一品种到系列产品的转变。

截至目前，许昌市发制品行业直接从业者超过30万人，平均每15个人就有一人从事发制品行业。作为全球最大的发制品产业基地，

许昌的发制品远销120多个国家和地区，催生出每年逾10亿美元的跨境电商交易额。发制品企业获得专利714余项，拥有自主品牌109个，境外注册商标645个。

在河南瑞贝卡发制品股份有限公司的生产车间，一顶顶颜色鲜艳、色泽亮丽的假发半成品令人眼花缭乱。“把‘一缕发’做成这么大规模的产业，‘发都’果然名不虚传！”正在参观的采购商考察了瑞贝卡、奥蕴实业、天泰实业等企业的产品展厅及开放车间，忍不住连连称赞。

2003年，富鑫公司董事长吴莉来到许昌创立了自己的品牌，从事发制品生

产与销售。“通过空运，我们的产品5天就可以送达美国客户，一周就能送到欧洲客户手中。”富鑫公司依托线上平台，大力发展跨境电商平台和国内电商平台销售。

从走街串巷收头发到依托电商“卖全球”，许昌发制品企业借助互联网技术，焕发出新活力。

许昌市目前已建成4个跨境电商综合园区，规划建筑面积为20多万平方米。其中，建安区集“园区、孵化器、金融”于一体的跨境电商综合园区，是国内第一个集全球假发分拨中心、智能物流仓、外贸综合服务及供应链于一体的跨境电商创新产业基地。成功获批的许昌保税物流中心(B型)和会址永久落户许昌的发制品全球跨境电商大会，已成为推动发制品跨境电商持续健康发展和深化国际交流合作的新平台。