长江评论•本周：“能上”诚可贵 “能下”价更高

本周，湖北对6家运行状况较差的省重点实验室“摘牌”，这是湖北省重点实验室建设运行19年来首次“摘牌”。摘牌的原因包括：重申报、轻运行；对人才吸纳力不强，科研成果转化不多等等。总之，效果导向，干不出名堂，牌子就得拿下。

近来，摘帽摘牌、能上能下，在越来越多的领域出现。去年底，山东22个4A级旅游景区由于年度复核检查严重不达标或存在严重问题，被予以摘牌、降级或限期整改。不久前，商务部等5部门将长期经营不善的55个品牌，移出中华老字号名录，其中不乏耳熟能详的牌子。浙江试点幼师“能上能下”考核，不合格者将被解聘。一些高校还制定了直博生分流制度，允许不适合继续攻读博士学业的“直博生”转为硕士生……

“能上”诚可贵，“能下”价更高。

首先，“能上能下”，有利于把宝贵资源用在最合适的地方，赋予最合适的人。

科研资源宝贵，而科研需求是无穷的。如果研究方向过时、技术路线落后、少有成果转化，那么它所占用的资源就应当让位给更有价值的研究项目，从而提升整体科研效率。同样的，4A、5A景区、老字号牌匾、教师资格、直博生名额，并不是“自来水”取之不尽用之不竭，通过退出淘汰机制，更高效地将资质、资源分配、整合，也是保证“证书”“招牌”含金量和权威性的必要之举。

其次，形成“能上能下”的社会共识，折射的是对守旧的批判、对创新的尊重、对竞争的鼓励。

无论哪个领域，“靠天吃饭”靠不住，“倚老卖老”没市场，尤其是只把功夫下在“挂牌子”“争位子”上，一旦牌子上了墙、位子抢到手，就躺在功劳簿上“睡大觉”，还没有相应的“退出”机制来约束和鞭策，这是万万不利于社会活跃度的。同为老字号，北京的稻香村、湖北的马应龙，非但没被“摘牌”，还活得很好。靠的不仅是“老字号”，更是死磕创新、不断跨界，赢得市场。

当然，“摘牌”不是目的，目的是在全社会形成能者上、优者奖、庸者下、劣者汰的鲜明导向，真正给敢竞争、想创新、能干事的人舞台，激活创新的“一池春水”。