

X 新闻眼
INWENYAN

全国技术合同成交额超 2 万亿 研究推动建设一批跨国别、专业性国家技术转移区域中心

“2+N”格局成型 国家技术转移一体化提速

作为我国科技成果转化、产业化重要“推手”的国家技术转移区域中心建设正加快推进。记者获悉,包括中关村国家技术转移集聚区、深圳国家技术转移南方中心,以及武汉、上海、西安、成都等区域中心在内的全国技术转移“2+N”体系布局已成型。与此同时,相关部门要求,国家技术转移区域中心要资源共享、优势互补、纵横联动、协同发展。围绕京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝经济区等国家区域发展战略和城市群建设,重点推动各区域中心发挥先行先试作用。

“目前,我国适应新形势的国家技术转移体系基本建成,现代技术市场正在逐步发挥资源配置的重要作用。”科技部相关人士透露,下一步,科技主管部门将加强政策落实力度,系统谋划国家技术转移区域中心市场化运营模式和体制机制建设。

《2020 年全国技术市场统计年报》显示,去年我国共签订技术合同 484077 项,成交额 22398.4 亿元,同比分别增长 17.5% 和 26.6%,提前完成“十三五”技术市场发展 2 万亿元的目标。另外,全国建立了 1000 多个技术市场管理机构,800 多个技术合同认定登记机构,各类技术交易机构超过 2 万家。我国还有 10 家科技成果转化示范区、11 家国家技术转移区域中心、453 家国家技术转移示范机构、92 家创新驿站。

以国家技术转移区域中心为例,按照科技部对国家技术转移体系的战略规划,要在全国构建“2+N”技术转移体系。“2”是指在中关村建设国家技术转移集聚区、在深圳市建设国



资料图片

家技术转移南方中心;“N”是指在中西部、东部、西北、西南、东北等地建设大区技术转移中心,打造链接国内外技术、金融、资本、人才和资源高效配置的国家技术转移大平台。目前,全国 11 家技术转移区域中心分别落地北京、深圳、武汉、上海、西安、成都、长春、福州、郑州、苏州、青岛。

在业内专家看来,“十三五”时期,我国技术市场的重点任务是要进一步完善政策体系,加强技术市场配置技术、资本、人才等要素的能力,健全技术转移和成果转化机制,强化技术转移和成果转化市场化服务,通过实施促进科技成果转化行动,全面推进国家技术转移一体化建设,形成全国技术市场大流通格局,有力支撑科技创新与经济社会发展。

科技部火炬中心发布的《2020 年促进技术市场发展及科技成果转化工作要点》提出,围绕京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝经济区等国家区域发展战略和城市群建设,重点推动国

家技术转移集聚区、东部中心、南方中心、西南中心等发挥先行先试作用,形成我国国家技术转移服务体系的骨干网络和区域枢纽。研究推动建设一批跨国别、专业性的国家技术转移区域中心,有效增强我国技术要素市场对全球科技资源的集聚配置能力。

“技术转移是科技成果转化并显著提升经济效益和社会效益的主要途径。”西南交通大学公共政策研究中心主任陈光表示,京津冀、长三角、粤港澳、成渝经济区等国家重点区域面向“十四五”及中长期发展,形成国家技术转移一体化新格局,有着深刻的时代内涵。

“以落地在成都的国家技术转移西南中心为例,它对国家区域发展战略,聚合西南科技产业优势,是技术转移转化和相关人才培养的重要基地。目前构建了“1+4+N”的西南技术转移转化服务体系,在电子信息、生物医药、装备制造、农业技术等领

域取得一系列技术推广成果。”陈光说。山东省在发挥青岛海洋技术转移中心示范带动作用的同时,全力打造技术转移“十”字走廊。依托济南—淄博—潍坊—青岛—烟台—威海技术转移通道;围绕京沪、京九高铁沿线布局一批创新基地和科技成果转化基地,打造德州—聊城—济南—泰安—济宁—菏泽—枣庄技术转移辐射轴,形成连接京津冀、长三角、珠三角等地区的跨区域技术转移走廊。

除了地方外,一批示范性、专业化国家技术转移中心正加快布局高枝。根据科技部、教育部印发的《关于进一步推进高等学校专业化技术转移机构建设发展的实施意见》,“十四五”期间,将依托高校培育建设百家左右的国家技术转移中心。

“加强区域资源共享,打造多个区域中心,形成骨干网络,能够有效推动技术要素流动和技术成果转化,有助于深入推动国家技术转移一体化新格局。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林建议,技术转移中心要与国家一系列的高新区、科技创新区建设结合起来,形成完整的技术生成、产生成果、成熟转移的生命链条,将技术与产业紧密联系在一起。另外,各个技术转移中心要充分发挥自身的比较优势,有的可依托高校建设完整的技术人才培养体系,有的可借助发达的资本市场建设高效率的技术交易市场等。

据《经济参考报》

互联网大厂拼抢社区团购

今年上半年疫情期间,许多人习惯了线上购买生鲜和日用品,新需求带来了新商机。

两年前曾“火”过一阵的社区团购卷土重来。滴滴、美团、拼多多等多家互联网公司纷纷布局,迅速覆盖全国多个省份,并呈现出继续向下沉市场发展的趋势。

主打低价方便、基于邻里关系的社区团购为何能迎来“第二春”?社区团购正在如何改变居民生活?社区团购好在哪儿?

——居民用更少的钱买到更多更好的商品;社区团购团长成为就业新选择

早上 7 点,家住广西南宁的李丽已经起床,喂孩子吃过早饭后,她来到了自己在小区里租的店铺,等着司机送来客户们昨天订的商品。“货已经到店啦,大家随时来取!”分拣完,李丽在微信群里发出了今天的第一条通知。

“经朋友介绍,我加入橙心优选成为一名团长,我把小区里认识的邻居都拉进一个群里,每天为大家分享平台上的新鲜优惠商品。”每天上午,李丽在店里一边等着客户来取货,一边在微信群里更新着当日优惠信息。“每天都要保持微信群的活跃度,因为每个人手机里都有很多微信群,如果不活跃,我的群就会沉下去,进而影响销量。”

像李丽一样的“宝妈”,是社区拼团的主力,其中不少人兼职做团长。“宝妈的带货能力一点也不输网红!而且大家都是邻居,信任感更强一些。”张阿姨是李丽同一个小区的邻居,现在日常买菜全都在李丽那里团购,又方便又省钱。“橙心优选的蔬菜水果都非常新鲜,比菜市场还优惠,大家买起来也很方便。头一天手机下单,第二天就送到我这儿了。商品也比较齐全,有水果蔬菜、饮料零食和日用百货。每天还有很多秒杀商品,价格非常划算!”李丽说。

低价、方便,是社区团购的两大亮

点。滴滴橙心优选负责人对记者表示:“橙心优选的初心是为广大社区居民提供更多物美价廉的商品和更加快捷便利的购物体验。让用户用更少的钱,买到更多更好的商品,提升居民生活品质。”

在橙心优选平台上,1.58 元能买到 4 枚鸡蛋和 1 斤土豆;超市里卖 19.8 元的五花肉,这里卖 9.9 元……每天都有多场价格低至 0.99 元的秒杀活动,首单还可享受最低新人价 0.01 元,低价是社区团购吸引用户最关键的因素。

每天零点到 23 点之间,用户在小程序下单,次日即可在选定的自提点提货。有的团长像李丽一样在小区里租一间商铺作为自提点,也有将自家小超市作为自提点,用户根据方便程度自行选择。“很多上班族在我这里买菜买水果,因为他们下班比较晚,来不及逛超市。每天晚上六七点钟的时候,会有一批上班族来提货。”李丽说,她的店铺每天晚上 10 点关门,客户可以根据自己的时间随时来取货,非常方便。

社区团购,不仅方便了社区居民生活,也为不少人提供了就业岗位和稳定收入。

26 岁的陈峰去年从老家来到成都寻找工作机会,在武侯区租了一间房子。“我发现小区有 3000 多住户,但是周边 2 公里内很难买菜、购物。于是,我有了做社区团购的想法。”今年,他成为橙心优选的一名头部团长,一个月大约能挣 2 万元。“我手机里有 4 个微信群,一共 1000 多人,每天大约能卖 800 多件商品,销售额在 3000 元至 5000 元左右。”陈峰说,他每天从早上 8 点就开始下货、分货,一直到傍晚为客户送货上门,每天的生活忙碌而充实。

李丽告诉记者:“现在平均每天有三四百单,最高时候能有七八百单,这样下来一个月有 8000 元左右的收入。”比起收入增加,生活的丰富更令她开心:“我现在认识的人更多啦!像我住的小区,就是有一次她下单后



资料图片

我看到地址,才发现原来就住对门!楼下车下的邻居也都是通过社区团购认识的,现在交流也多了,大家熟络了,整个社区更有家的氛围了。”

社区团购为啥又火了?

——疫情催生新需求;生鲜市场庞大,线上渗透率却不够;符合下沉市场用户习惯

2 年前,十荟团、你我您、食享会、松鼠拼拼、考拉精选等社区团购项目曾打响过一轮“团购大战”。2 年后,号角为何再次吹响?

疫情催生了需求。今年初,新冠肺炎疫情一度令出门买菜变得不方便,线上下单、附近提货的模式正好满足了疫情期间的特殊需求。推出“多多买菜”的拼多多有关负责人表示:“公司看到了疫情催生的新需求,人们需要线上订购生鲜,且又快又好拿到手。现在人们完全习惯了线上购买衣服,以后会习惯线上购买生鲜食品。”今年 9 月,艾媒咨询发布《2020 上半

年中国社区团购行业专题研究报告》指出,在防疫背景下,2020 年社区团购市场发展迅猛,市场规模预计将达 720 亿元;到 2022 年,中国社区团购市场规模有望达到千亿元级。

生鲜市场潜力大。布瑞克中国农业大数据发布《2020 中国生鲜行业报告》显示,2020 年上半年生鲜电商交易额达到 1821.2 亿元,同比增长 137.6%,超过 2019 年全年。艾瑞咨询数据显示,2019 年中国生鲜市场线上渗透率约为 7.9%。两组数据正说明了线上生鲜市场具有巨大增长空间。

“我们看到市场上的生鲜需求非常强烈,这是一个市场潜力巨大的赛道。4 月,我们在湖南调研时发现这是一个可以实现规模化、达到极高用户渗透率的商业切口。”经过调研,滴滴于 6 月上线橙心优选小程序,正式布局社区团购。随后,美团、拼多多等互联网企业相继推出社区团购小程序。

互联网大厂纷纷驶入社区团购新赛道,与社区团购自身特点息息相关。没有选择一线城市,而是将二三线城市作为主阵地。截至 12 月 1 日,

国家网信办:下架猫途鹰等 105 款违法违规 App

12 月 8 日网信中国消息,国家网信办在移动应用程序内容乱象专项整治中,首批清理下架猫途鹰、苏格、面具公园、剧能玩、视界等 105 款违法违规移动应用程序。

同时,对未落实审核要求、上架违法违规应用程序的极速下载、7755app、新视觉、Win 之家、皮皮巴士、7230 手游网、软件帝、dmfun 等 8 家应用商店,依法依规采取停止下载服务处置措施。

国家网信办表示,针对网民反映强烈的部分移动应用程序传播淫秽色情、暴恐血腥等违法违规信息,提供诈骗赌博、招嫖卖淫等违法违规服务的网络乱象,国家网信办依据《网络安全法》《网络信息内容生态治理规定》《移动互联网应用程序信息服务管理规定》等法律法规和国家有关规定,自 11 月 5 日起组织开展移动应用程序内容乱象专项整治。

国家网信办表示将持续推进移动应用程序整治工作,加强对移动应用程序信息服务的监督检查,及时清理处置违法违规移动应用程序和应用商店,努力营造清朗网络空间。

据《北京青年报》

融合消费新场景 加速实体经济数字化

中国信息通信研究院日前发布《中国居民信息消费调查报告(2020)》称,今年以来,我国线上线下消费加速融合,融合消费新场景涌现,更多居民养成信息消费习惯,这也促进融合消费与实体经济数字化转型实现良性互动。

报告称,在新冠肺炎疫情期间,有超过三分之二的消费者增加了信息消费。有超过八成消费者在疫后会继续线上线下融合消费模式;有超过七成消费者期待尝试更多消费模式。疫情期间,企业、消费者供需对接产生了更多的融合消费场景,其中,在线医疗、线上教育、视频会议是三种使用频率最高的新型信息消费场景,此外,还有“吃货”助农、云运动、就业共享、云旅游、云 K 歌、直播卖车等,给人们增添便利和丰富体验。

与此同时,我国网络购物创新模式层出不穷,直播购物快速兴起并占据电商市场一席之地。消费升级、疫情防控等因素驱动在线教育、医疗、办公等发展型信息消费普及提速,成为信息消费增长的新亮点。

这份报告基于中国信通院在今年 6 月至 9 月开展的互联网调研,包含 10256 个有效样本,覆盖全国 31 个省市区。基于调研,中国信通院认为,今年我国居民信息消费呈现十大特征。

报告称,我国居民信息消费呈现明显的“年龄差”,其中,30 岁至 39 岁消费者的信息消费能力及意愿最强。从偏好来看,30 岁以下消费者更偏爱休闲娱乐,50 岁以上消费者更关心新闻资讯。不过,从地域分布来看,我国东西部消费者的信息消费支出、应用偏好等方面基本趋同。

报告称,我国居民对集成化、智能化信息产品更加青睐,综合集成的智能家居将加快从潜在需求走向百姓实际生活。基于调研,有超过三分之二的消费者对 5G 手机购买意愿强烈;智能网联汽车、无人机等新型智能产品的消费需求处于加速培育期。

报告称,国内在线支付方式更加智能便捷,刷脸支付、指纹识别、信用消费等不断提升消费者的智能支付体验。值得一提的是,未使用过在线支付的消费者占比,从 2017 年的近 20% 降至 2020 年的不足 1%。有意思的是,从支付目的来看,城市消费者更偏爱吃,而乡镇消费者更愿意为娱乐买单。

报告还指出,我国居民信息消费需要供给质量和环境保护护航。一方面,消费者关注产品服务本身的品质性能,特别是性价比和科技含量等。在产品服务本身条件方面,“质量价格、性价比”关注度达到 73.4%。另一方面,健康、安全、便捷的消费环境是消费者敢消费、愿消费的重要保障。调研中,信息消费软性环境方面,“个人信息安全”关注度达到 66.9%,占比较 2017 年的 53.3% 明显提升。

陈爱平 陈云雷

橙心优选已在四川、陕西、山东、广西、贵州、云南、河南、江西、福建、浙江、河北、广东、湖南、湖北、安徽、山西、海南等 20 个省份上线。”

团长中,不乏小店店主和便利店老板。在互联网时代,他们的生存压力不小。橙心优选负责人表示:“新业态对线下小店的冲击很大,但是很多店主有借助互联网平台的流量和资源来提升店铺经营效率的意识。”加入社区团购,对线下小店店主来说,既可以增收又可以提升自家店铺销量,一举两得。

作为新业态,社区团购对地区经济发展同样起到了推动作用。帮助农产品走出田野。11 月 16 日,农业农村部与滴滴橙心优选合作,共同推动农民专业合作社产品直达社区,带动农产品“源头触网”销售。农业农村部乡村振兴专家咨询委员会委员尹成杰认为,加快建立蔬菜流通体系,须线上线下各类主体协同,进一步优化蔬菜供给。后疫情时代,电商平台不仅涉入农产品流通领域,更是对生产、营销乃至农户等经营主体的成长都起到了助推作用。

未来,随着社区团购不断下沉,为了让商品从区域仓到城市仓、分拨中心仓,再到村口小卖部,社区团购将逐步建起到村一级的基础设施,释放出巨大的社会价值和商业价值,推动地区经济发展。

——帮助下小店应对新业态冲击;推动地方经济发展,激活下沉市场消费

李文杰在杭州文一西路雅仕苑门口开了一家小卖铺。“开店之后才发现,不容易呀!每年光房租就 30 余万元,不光要和大超市竞争,还有线上超市,内心挺焦虑的。”

怎么办?李文杰所在的小区不算新,老人孩子不少,平时上门送货的频率比较高,时间久了,顾客的微信越来越多。“后来我就萌生了做社区团购的想法。社区团购一般是卖水果、蔬菜,跟店里的产品并不冲突。一般当天下单,第二天到货,到了之后大家来店自己取,这也不是给店里引流嘛!”

作为一名小卖铺店主,社区团购对李文杰最大的意义就是守住了客户。“昨天李阿姨的女儿在橙心优选上

据新华网