

“创业中国引领”和“国家高新区互联网跨界融合创新示范”两大工程在这里汇聚激荡——

中关村，创新创业再出发

本报记者 董碧娟

“前几天，有一个外国朋友跟我聊，说中关村像是美国的硅谷。我想说，中关村就是中关村，它是世界的中关村。”36氪创始人刘成城在2月4日的“创业中国行动”启动仪式上如是说。这个年轻人的底气和自信来自于这家互联网创业公司服务提供商真切感受到的创业热潮：在2014年，他们每个月收录的创业企业的数量就有上千家。

这就是为什么科技部火炬高技术产业开发中心要联合北京中关村科技园区管委会启动“创业中国中关村引领工程”和“国家高新区互联网跨界融合创新中关村示范工程”的原因，也标志着科技部“创业中国行动”正式拉开大幕。

面对如此之多的创业大军，一向先行先试的中关村又会在“创业中国行动”中有哪些新举措？

“新四军”将成扶持重点

当下，中关村正形成“创业系”（从知名企业走出的创业者）、连续创业者、“90后”创业者、海外创业者为代表的“创业新四军”。《经济日报》记者从科技部火炬高技术产业开发中心了解到，这支充满活力的新型创业大军将在创业中国中关村引领工程中得到全方位“厚爱”——

海外人才、30岁以下“雏鹰人才”到中关村创办企业，可以拿到一次性创业启动资金；高校科技人员创办的科技企业，可以获得不超过科技人员出资额度的20%的资金支持；领军企业的内部员工和外部创业者将获得资金、技术和平台方面的支持，从而培育和孵化出具有前沿技术和全新商业模式的创业企业……

不管是“新四军”中的哪一类，创业资金对于他们而言是一个普遍面临的难题。中关村管委会主任郭洪介绍，在创业中国中关村引领工程中，将设立3支特色天使投资基金：一是与新兴产业领军企业、创新型孵化器共同发起设立创业系投资基金；二是与知名社会天使投资机构共同发起设立连续创业者投资基金；三是与高校院所等机构共同发起设立“90后”天使投资基金。对于创业投资机构、高校院所、领军企业及科技企业孵化器机构在中关村示范区设立的天使投资和创业投资基金，中关村管委会最高可按照



30%的比例参股。

跨界融合开辟新天地

“互联网跨界融合创新不仅有利于转变经济发展方式，也为企业自身的转型发展带来机遇。现在，企业信息化已经从以办公自动化为代表的电算化、以流程信息化为代表的信息化过渡到当前以商业创新为代表的互联网化阶段，这将为我们企业的发展带来很多新机遇。”用友集团董事长王文京说。正是这种跨界融合机遇，推动了用友的转型升级，他们正从单纯的软件商向平台商转型，通过“软件+IT服务+数据服务+金融/电信服务”产业战略获得发展新动力。

在国家高新区互联网跨界融合创新中关村示范工程中，将有更多的企业和用友一样获得更多元的发展机遇。这项示范工程中，将开展十大“互联网+”产业创新工程，以推动互联网与工业生产、金融、建筑、交通、能源环保、医疗健康服务、农业等的深度融合。创业者将在这些新天地里获得成本更低、障碍更小的跨界创新创业环境。

据了解，为了给互联网跨界融合创新

者更多的资金保障，科技部火炬高技术产业开发中心、中关村和相关高新区将整合社会资本共同组建互联网跨界产业母基金，对跨界重大合作项目、融合创新孵化平台、跨区域跨国投资并购、融合业态专利池等进行投资。各地高新区也将根据自身需求，组建互联网跨界融合创新相关股权、债权、并购、融资租赁等子基金，投资重大跨界融合创新项目。

科技部火炬高技术产业开发中心主任张志宏表示，跨界不仅仅是产业的跨界，也是区域的跨界。国家高新区互联网跨界融合创新中关村示范工程将构建中关村与其他高新区合作对接的机制，实现高新区之间产业理念的有机融合，这既包括中关村的互联网企业与其他高新区的实体经济的融合，也包括其他高新区发展较好的互联网企业与中关村实体经济的融合。

500家“众创空间”敞开大门

两大工程中，都将以创新型孵化器为代表的“众创空间”建设作为重点任务。到2020年，中关村“众创空间”将超过500家，其中创新型孵化器超过80家，在

海外设立的创业服务机构超过50家，青年创业公寓超过20家，创业社区超过10个。“众创空间具有市场化、专业化、集成化、网络化的特点，为企业提供从创业项目到产业化的全过程服务。”郭洪表示。

“众创空间”等创业服务机构将在运营、设备配置及维护等费用上享受到政府一定比例的资金支持。同时，如果知识产权服务机构、开放实验室等专业服务机构为创业企业提供专利代理、新产品检测开发等服务，将根据服务创业企业的数量和质量给予一定比例的资金支持。

在众创空间中，当然少不了创业导师这个重要角色。中关村将支持中关村金种子工程、清华经管创业者加速器、北大创业训练营等创业服务平台聘请企业家、天使投资人、专家学者担任创业导师，为企业提供创业辅导。到2020年，中关村直接服务创业者的创业导师将超过1000人，创业咨询专业机构超过100家。

作为改革试验田，中关村的先行先试将给各地带来指引和借鉴。张志宏介绍，“创业中国行动”将根据各地高新区的资源禀赋、发展情况开展各具特色的探索。目前，火炬中心正在研究完善行动纲要，后续将以分类指导、循序推进为指导，陆续推向国家级高新区。

创事记

王一的第四次创业：

当铺上网

本报记者 黄鑫

时至年关，淘当铺的业务格外繁忙，每个月交易额都达1个多亿。前几天，在北京一家小餐馆做服务员的高洁在淘当铺用金项链抵押了200块钱，工资还没发，可她得赶紧买回乡的火车票了。在淘当铺交了十几块钱手续费和一个礼拜的利息，高洁拿金项链做抵押换了200块钱把票买买了。“发了工资我就去把项链赎回。”高洁说。

把当铺这么传统的产业搬到互联网，对80后淘当铺CEO王一来说已经是第四次创业了，而他的每一次创业都离不开互联网。大学时创立的手机游戏公司，最后卖出了300万美元高价，此后又创办了业界有名的无线下载软件公司和化妆品电子商务公司，如今又来到了互联网金融行业。

“互联网行业非常残酷，只允许第一名和第二名存在，我之前创立的公司除了卖掉的也有破产的，所以淘当铺现在是互联网当铺领域的第一，我们也必须做到第一。”王一说。

一直在互联网领域打拼的王一，深知如何用互联网彻底改造当铺这个传统产业。并非简单地把当铺业务搬到互联网平台，互联网思维贯彻始终。

比如，在业务种类上，传统当铺主营汽车、房产等较高价值的质押品，而淘当铺的主营业务是手表、手机等日用品，这正是为了开发互联网金融的普通用户。王一认为，有车有房的毕竟是少数，大量的用户只有一些日用品，比如手表、手机、戒指、相机、电脑等，他们在急需用钱的时候也希望体验到很好的借款服务，这样的用户量非常大，将为淘当铺培育出最广大的市场。

比如，在业务方式上，传统当铺只接受面对面交易，而淘当铺不仅在网经营，还接受微信“传呼”。用户在手机上下载淘当铺客户端后，可以直接跟业务员用微信沟通：打算用什么东西抵押？能抵押多少钱？抵押多久？手续费和利息大概是多少？而业务员判定交易可行后，将免费上门服务，并支持微信和支付宝支付等，交易不设最低金额门槛。这样充分利用互联网工具，淘当铺的业务迎合了大众对快捷、灵活的需求。

在做化妆品电子商务时，王一经历过破产的痛苦和低谷。如今刚上线一年多的淘当铺已经拿到了两轮千万级的投资，全国80%的典当行都与其建立了合作，目前每个月的交易额都过亿元。“并不是所有人都适合创业，创业不能指望一夜暴富，适当地去工作中积累一下经验未尝不好。但如果你觉得自己有足够的资本了，又不想啃老，那么就创业吧。”王一说。

展望未来，王一表示，淘当铺是用互联网去改变一个存在了1000多年的行业。未来淘当铺不仅要成为连接线上与线下的桥梁，还要成为连接信息、资本和物品的高速公路。

售后维修一直是小家电产业难以突破的“瓶颈”。如今，互联网思维的介入，有望促进售后满意度只有四成的小家电市场形成新格局——

让小家电告别“一次性消费”

本报记者 陈静

所谓小家电，是指占用电力资源较少，或者价格较低、体积较小的家电，吹风机、吸尘器、豆浆机、电饭锅、加湿器……这些都是小家电，智能化的小家电在创新人们生活体验的同时，销售势头也“一片大好”。数据显示，目前我国小家电市场规模约为3500亿元，并以每年30%的幅度高速增长。与此同时，小家电还在不断向三四线城市和广大农村市场“开疆辟土”。在这样的形势下，升级小家电售后服务也迫在眉睫。

售后为何“难于上青天”

北京白领陶丽幽默地将自己维修挂烫机的经历称为“维修一日游”，她告诉记者：“花300块钱买的，一共用了一年半。官网上离我家最近的维修点电话打过去已经是空号，只能找别的维修点，一家说打开就要50块，一家说没配件，一家说倒是能修好，张口就要200块，花了几十块钱打车，最后只能扔了买新的。”

和陶丽一样，因为无法维修，许多小家电成了“一次性消费品”。中国电子商务协会消费电子售后服务专业委员会副秘书长林汉钟告诉记者，小家电维修难的一大原因是维修网点质量差。“在我们的调研中，夫妻店、师徒店这样的个体经营网点占87%，维修人员中初级工、中级工超过65%，技能相对也比较低。小家电维修缺乏规模性、连锁性的服务效应。”

小家电型号、种类繁多，更新速度快，“缺配件”也带来了维修难。中国质量协会副秘书长助理樊天顺表示，对于单个小家电维修来说，单一品种的小家电维修次数少，很难储备太多配件。此外，小家电市场正在向低线市场下移，在这些地区的维修点，就更是只有一些最基本的配件，“不然在经济上很难行得通。”

“从根本上来讲，小家电维修难，其实来自于目前通行的维修模式。”中国家用电器研究院小家电部长杜鑫如是说。小家电厂商通常没有自己的售后维修，只能在各地依靠第三方代理机构，品牌对售后的控制力不高，第三方代理为了赚取利润，就容易出现乱收费和漫天要价，或者反复维修。而小家电维修本身单价不高，“消费者觉得不划算，不如直接买新的。这其实是对资源的极大浪费。”

制定统一的售后服务标准是解决方法之一。中国消费者权益保护法研究会副会长武高汉表示，小家电产品目前的售后服务标准主要还是“三包”服务，但涉及具体的维修细节，存在不同产品不同对待等情况，包括不同产品保修时间不同、同一产品不同部件保修时间不同等等，维修点往往根据这些和消费者“扯皮”。

在樊天顺看来，目前分散式的售后服务无法从根本上解决问题，“改变服务模式已是当务之急。”

O2O的解决之道

互联网为解决小家电维修难提供了新的思路。一方面，“小家电体积小、重量轻、特色商品多，更多消费者倾向于利用互联网采购，这就使得包括购买日期、消费地址等大量数据，生产厂家可以直接掌握。”阿里巴巴集团政策研究室高级专家郝建彬表示，在另一方面，互联网能够将消费者“碎片化”的维修需求汇集起来，提高维修服务商的服务效率。

小家电生产厂家因此开始一种被称为“中央维修”的创新模式。小狗电器是一家专门生产吸尘器的小家电厂商，创始人檀冲介绍说，从去年11月开始，小狗电器撤销了其在线下的上千个维修站点，只设一个中央维修仓，里面可以找到10年来小狗吸尘器所有的配件。“消费者只要打电话或者发微信给我们说吸尘器坏了，我们就请快递员上门收取产品，快递回中

央维修仓，修好后又快递给消费者，只要在保修期内，所有费用都由小狗承担，通过3个月的运行，目前我们核算成本，一单费用在160元到180元之间。”

这一模式是否有可持续性？檀冲表示，这笔账应该综合算。“过去线下每个维修点，我们每年都要支付服务费，还要提供配件，这些都是成本。但现在整个售后只有20个客服和中央维修仓的10来个师傅就能解决。此外，这种方式还倒逼企业提高产品质量，现在我们的故障率从4%降到了1%。更重要的是，消费者的口碑大大提升。”檀冲透露说，目前九阳也在考虑采取类似的模式。

第三方维修服务商同样希望通过O2O解决问题。家电维修管家等一系列维修类APP上线，用户可以先提交品牌、型号、故障类型等，APP根据手机定位，自动推荐有库存零件的最近维修点给消费者，同时给出预估报价，维修人员携带配件上门维修。

消费者为何从“草”变“宝”

安之

家可以直接接触到消费者。特别是对于家电维修这样单一消费者使用频次低的服务，整合就意味着需求的集中，直接带来效率的提高。互联网的介入，提升了企业的服务能力，不但能将过去做不好的事做好，还能带来消费者意料之外的良好体验。

变化的原因之二则在于，对于生产企业来说，“口碑红利”可以直接产生价值。随着互联网，特别是移动互联网和社交应用的普及，消费者的声音能够得到更广泛的传达，“口碑”由此成为消费者选择产品

和服务最重要的出发点。日前，一位消费者对中国邮政EMS国际业务的“吐槽”在新浪微博连续几天成为热点话题，也随即得到了企业的反馈。这说明，企业的营销方式也在“因网而变”。过去处于绝对弱势的消费者，借助互联网获得了和生产企

业“叫板”的筹码。消费者从“草”变成“宝”，折射出企业服务方式的转变和心态的变化，而这其实正体现出随着互联网与传统产业的深度融合，鼠标和手机触摸屏，正在直接成为产业转型升级的直接推动力。

机器人产业化联盟在辽宁启动



近日，中国科学院智能制造及机器人技术创新与产业化联盟在辽宁省沈阳市新松机器人公司启动。联盟的成立旨在推动产业进步、提升生活质量，重点面向我国制造业转型升级、致力于服务机器人等研发推广。新华社记者 姚剑锋摄

全球首款耳戴式止鼾仪发布



日前，深圳可穿戴设备公司云中飞在北京发布了全球首款耳戴式止鼾仪。该产品具有完全自主知识产权，机身仅为20克重，能够持续记录人体的睡眠情况，通过手机APP进行显示，并且由云平台做增值服务。在不影响使用者睡眠的情况下通过物理干预使患者停止打鼾，恢复呼吸畅通，提高睡眠质量。易文撰

视点

随着互联网手机、淘品牌、反向定制这些“时髦”的新面孔借网而生，互联网思维也几乎成为采访生产企业时被屡屡提及的新名词。对于消费者来说，一个突出的感受就是，他们正在成为生产企业珍视的宝贵资源，意见和需求往往能在第一时间得到反馈和满足，从过去银货两讫就两不相干的“草”，变成了企业真正放在心里的“宝”。

为何会出现这种从“草”到“宝”的变化？原因之一在于，互联网对信息流的整合，改变了信息不对称的状况，使生产厂