

# 打通种业科研成果转化“肠梗阻”

## ——农业部有关负责人解读《关于扩大种业人才发展和科研成果权益改革试点的指导意见》

本报记者 乔金亮

相关部门将强化信息共享政策协同

## 推动中小企业加速融入全球市场

本报讯 记者李佳霖报道:10月10日,为期4天的第十三届中国国际中小企业博览会在广州开幕。来自印度、科特迪瓦、俄罗斯、保加利亚、墨西哥等15个国家(地区)的352家外方企业以及国内459家中小企业在技术合作、商机整合和全球价值链融入等方面开展了“一对一”“面对面”的现场洽谈。

本届博览会期间除了举办境外展、境内主题展以及制造装备、纺织服装、建材家居、节能和跨境电商5个专业展,还将先后举行中国中小企业高峰论坛、“创客中国”创新创业大赛、国际产业合作与投资对接洽谈会等活动,旨在为各国中小企业技术合作、寻找商机、融入全球价值链提供帮助,进一步推动各国中小企业成长壮大。

工业和信息化部副部长辛国斌在博览会期间指出,近年来为了促进中小企业创新转型,我国出台了一系列针对性强的扶持政策。但与此同时,我国中小企业发展仍然面临诸多困难和问题,包括中小企业生产经营压力较大,融资难、融资贵、用工难、税费负担重。中小企业结构性矛盾突出、自主创新能力不强,大量企业仍集中在传统产业。

辛国斌认为,“十三五”时期,中国中小企业发展仍处于重要战略机遇期。随着中小企业国际化发展日益深入,各国政府也都在积极探索支持中小企业国际化的新途径、新模式。“工业和信息化部已与中国银行联合开展‘促进中小企业国际化发展行动计划’,旨在强化信息共享和政策协同,搭建跨境撮合服务平台,创新金融支持方式,改善金融服务,促进中小企业融入全球市场,利用全球要素。”辛国斌说。

与此同时,跨境电商主题展是本届展会的最大亮点,100余家知名进出口跨境电商企业参会。“我们要打造一个多功能的跨境电商综合服务平台,推动跨境电商平台和服务商与中国广大中小企业进行产业对接,帮助中国抢占国际贸易的主导权。”工信部中小企业局局长马向晖说。

## 快递公司为何青睐借壳或海外上市

本报记者 崔国强

近日,快递公司上市动作频繁:中通快递向美国证监会提交了招股说明书,计划募资不超过15亿美元;顺丰快递借壳的鼎泰新材并购重组申请于10月12日获得有条件通过。

快递公司上市将获得怎样的发展,会对快递行业乃至物流行业产生怎样的影响?招商证券分析师贾爱娟认为,随着中通快递等企业加快上市步伐,其他快递公司也将抓住时机加速上市。

为何快递公司选择借壳、海外上市?北京市西城区法院法官王飞表示,在国内IPO周期较长、难度较大,借壳和海外上市的周期相对较短,因此这种趋势将进一步扩展。

快递公司在海外上市有何优点?中通快递负责人何坤表示,国内计划在海外上市的其他快递公司也将和中通一样,通过在海外上市获得资金,收购或入股外资快递,在国际快递市场上展开业务;同时可以在全球加大建仓力度,提升国际服务水平。

中国仓储协会副会长兼仓储设施与技术应用委员会主任王继祥认为,在电商的强势带动下,中国快递行业将进入自动化分拣机、装卸伸缩机、安检机、全货机、电子运单打印机、快递智能自助柜、电动汽车和电动三轮车“五机一柜两车”为主要标准装备的时代,促使快递公司向资本市场靠拢,快递公司纷纷上市将提升快递公司的公共服务水平。“圆通速递正运用筹集资金启动‘闪电行动’,将目光瞄准了线上商超等五大类业务。顺丰打包上市的资产主要包括快递、仓配等业务板块,顺丰快递将在不断丰富快递时效产品基础上布局重货物流、冷链物流等细分市场,向全产品线和全细分市场的综合物流方向迈进。其他公司也在全力打造综合物流体系,整个快递行业的服务水平将得到提升。我国快递公司进一步走出国门参与国际竞争、获得大发展的时代即将到来。”王继祥说。

## 315项国家标准明年实施

本报北京10月13日讯 记者沈慧、实习生张豪报道:世界标准日前夕,国家质检总局、国家标准委批准发布《高标准农田建设评价规范》等315项国家标准。新发布的标准涉及现代农业、健康安全、生态环境、网络安全、公共服务等多个方面,将于2017年开始实施。

据国家标准委副主任于欣丽介绍,在保障健康安全惠及民生方面,《木质地板饰面层中铅、镉、铬、汞重金属元素含量测定》和《人造板甲醛释放量测定大气候箱法》提供了科学先进、与国际接轨的检测方法,为广大消费者的安全保驾护航。《社区老年人日间照料中心》2项国家标准着眼老年人在家庭或社区享受养老服务的现实需求,有效完善了多层次的养老服务标准体系。《高标准农田建设评价规范》建立了统一的高标准农田评价尺度和方法,为督查检查高标准农田建设情况、科学指导评价工作提供依据,对保障国家粮食安全和主要农产品供给、提高农田建设水平具有重要意义。

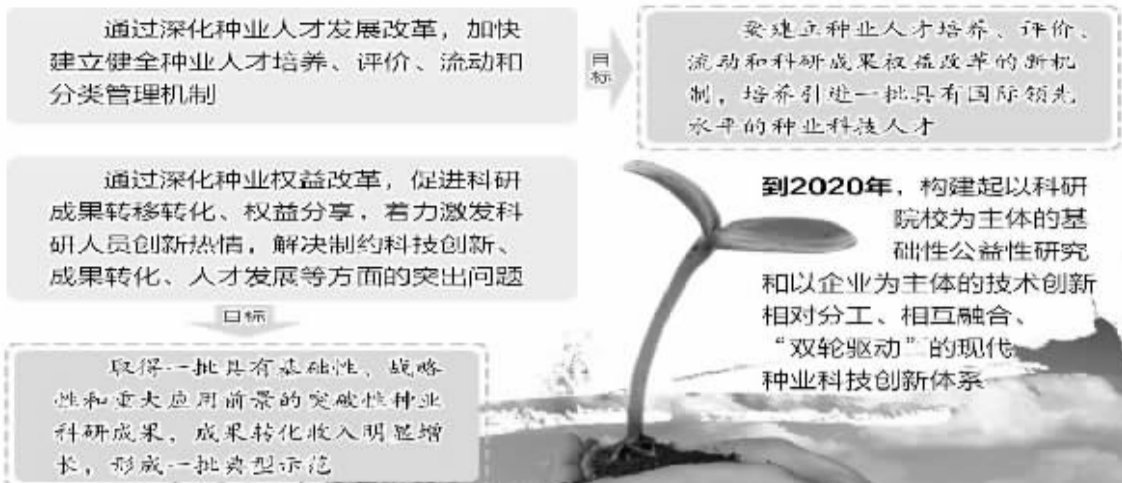
## 山东夏津打造桑葚产业链

本报山东夏津10月13日电 记者王金虎、通讯员董玉龙报道:山东夏津今日召开打造百亿元桑葚产业链研讨会,中国工程院院士向中怀等专家学者建言献策。

近年来,夏津围绕桑叶、桑果、桑枝、桑树皮、桑根、桑菌、桑籽油等全方位利用,形成了桑叶茶、椹果酒、椹果饮品、旅游观光等产业,打造了一个年产值10亿元的完整产业链,直接为农民增收3亿元。下一步,夏津将在5年内将果桑种植面积扩至10万亩,年产量20万吨,产值过百亿元,全力打造“古桑文化、桑产业、生态旅游”于一体的集聚区。

本版编辑 杜 铭

改革的总体思路从人才和成果两个方面切入



### 权威访谈

日前,农业部、科技部、财政部、教育部、人力资源和社会保障部5部门联合下发《关于扩大种业人才发展和科研成果权益改革试点的指导意见》,成为创新驱动发展战略中的又一实质性突破,引发热议。10月13日,记者就《意见》的核心内容采访了农业部有关负责人。

问:早在2014年,种业领域就启动了科研成果权益改革试点,时隔两年,五部门联合下发《意见》基于什么样的考虑?

答:在科研领域中,种业科研是与产业结合非常紧密的一个领域,产业发展迫切需要解决科研生产“两张皮”、成果转化“肠梗阻”等问题。为此,我们在种业改革上先期做了一些探索。两年的试点工作显示改革成效明显,在激发科研人员创新活力、加速成果转化、促进人才流动、强化制度管控等方面进行了富有成效的探索,特别是落地到产业上,两年来我国种业发展势头迅猛是对试点工作最好的检验。

问:此次改革的思路框架是什么?有望达到什么样的目标?

答:改革的总体思路从人才和成果两个方面切入,通过深化种业人才发展改革,加快建立健全种业人才培养、评价、流动和分类管理机制;通过深化种业权益改革,促进科研成果转移转化、权益分享,着力激发科研人员创新热情,解决制约科技创新、成果转化、人才发展等方面的突出问题。改革的基本原则是:激励创新、分类管理、统筹协调、依法依规。

目标是要建立种业人才培养、评价、流动和科研成果权益改革的新机制,培养引进一批具有国际领先水平的种业科技人才,取得一批具有基础性、战略性和重大应用前景的突破性种业科研成果,成果转化收入明显增长,形成一批典型示范;到2020年,构建起以科研院所为主体的基础性公益性研究和以企业为主

体的技术创新相对分工、相互融合、“双轮驱动”的现代种业科技创新体系,为建设种业强国提供坚实支撑。

问:种业成果权益改革试点已经有两年了,此次改革在试点的基础上有哪些进展和突破?

答:从广度上说,此次改革以扩大试点为主,试点的范围从中央延伸到省一级、地市一级科研院所,明确北京、黑龙江、江苏、山东、河南、湖北、湖南、广东、四川、陕西10省(市)作为改革重点省份,率先突破。

从深度上说,对中国农业科学院、中国农业大学、中国热带农业科学院等前期试点以及这项工作走在前列的科研单位,要求整体推进改革;同时,对人才发展的支持,也从单纯地鼓励人才流动向人才引进、评价、培养等更高层次拓展。

从力度上说,两年前的试点工作的政策背景是国办《关于深化种业体制改革

提高创新能力的意见》;而现在,种业权益改革已经被写进今年的中央一号文件,十几个省份写进了省里的一号文件,推动改革的力量更强了。就具体措施来说,科研人员在持股兼职等方面的改革政策也更宽松、更有力度了。

问:此次改革的重点内容是什么?

答:这次改革,重点以创新种业人才发展机制和深化科研成果权益改革为两大突破口。

创新种业人才发展机制方面,一是注重人才激励。《意见》明确,科研人员不仅可以通过成果许可转让等形式,按比例获得现金奖励;而且更加注重通过科研成果向企业作价入股的形式,给科研人员以股权激励,最大程度地激发创新积极性。

二是注重人才发展,重点是促进人才流动和落实人才分类评价。关于促进人才流动,科研人员可以去兼职,也可以离岗创业,从事科研创新和转化工作,并

规定,科研人员兼职期间同等享有参加职称评聘、推荐评优、岗位等级晋升和社会保险等方面权利。关于完善人才分类评价,要求应用研究人员要突出创新转化和市场评价,将企业兼职成效作为评价指标,不论论文等作为限制性条件;通过同行学术评价,引导和鼓励科研人员专注于基础研究。

深化科研成果权益改革方面,主要是明确种业科研成果的权益。种业科研成果覆盖育种创新全过程;要求明确科研成果完成单位、科研团队及完成人相应权益;全面梳理已有科研成果,依据规定明确权益到人。

同时,还要大力推进成果转化和公开交易,鼓励采用转让、许可、作价入股等方式开展转移转化。在对成果和人才进行改革的同时,还要求国家和省级科研院所、高等院校要加强公益性研究,增强原始创新和集成创新能力。

### 行业观察

#### 传统媒体收入继续下跌,影院、移动互联网、商务楼宇成主渠道——

## 广告业呈转变分化发展格局

本报记者 余 颖

中国广告协会10月13日发布了《2015年中国广告市场报告》,数据表明2015年中国广告市场以2.9%的跌幅收官,这是CTR媒介资讯自发数据以来所显示的首年下跌,其中传统媒体是主要下跌板块,7.2%的收入跌幅较2014年进一步扩大,但互联网广告、商务楼宇广告和影院媒体广告花费分别增长22%、17.1%和63.8%,有望成为广告渠道的新巨头。

2015年,传统媒体的日子普遍不好过,报纸、电视、广播、杂志、传统户外等五大媒体广告收入全线下滑,其中受到资讯模式转变剧烈冲击的电视广告花费跌幅为4.6%,杂志广告跌幅达19.8%,报纸广告跌幅达35.4%,堪称断崖式下跌,而电商平台广告在享受私家车红利后也显现出跌势。

与之相比,互联网广告、商务楼宇广告增势不减,特别是代表当今娱乐需求的影院媒体一枝独秀,成为广告寒潮中

的亮点,2015年相比2014年暴增63.8%。社区电梯海报广告也有快速的投放增长。

“通常来讲,广告空间中干扰度越低,受众对广告接受被动性越强,因为在这种情况下用户被迫专注接触广告,达到效果比较好。”分众传媒首席战略官陈岩表示,“影院、电梯等媒体都具有非常强的空间封闭性,兼具网络化投放特征和高频接触等特征,这也是广告主青睐这类媒体的重要原因”。

对封闭式空间广告的偏好将呈现长期态势。据陈岩透露,2016年,影院、地铁、楼宇、机场、高铁、公交车等户外广告资源成为了广告主首选投放的户外媒体,特别是影院资源在2016年被广告主普遍看好,广告主对影院媒体的选择偏好从2015年的49%,激增至53%,甚至多数广告主表示,当投放预算充沛时,会将影院作为首选的户外媒体。

互联网广告眼下风头强劲。根据艾瑞咨询发布的《2016年中国网络广告年度监测报告》,2015年中国网络广告市场规模达到2093.7亿元,同比增长36%,预计至2018年整体规模有望突破4000亿元。

但是,网络广告内部也呈现出差异化的发展趋势,从渠道细分看,移动端发展更加亮眼。2015年,我国移动广告市场规模达到901.3亿元,同比增长高达178.3%,发展势头十分强劲,移动广告的整体市场增速远远高于网络广告市场增速,预计到2018年中国移动广告市场规模将突破3000亿元,在网络广告市场的渗透率近80%。

据中国广告协会会长杨洪丰介绍,目前选择移动端进行互联网广告投放的广告主比例正在快速接近PC端投放的水平,其中大多数广告主表示,当预算可以增加时,会倾向于将其使用在移动端

广告上。

从形式上看,互联网广告也在分化。2015年,搜索广告仍然是互联网广告份额占比最大的广告类型,占比达32.6%,电商广告份额排名第二,占比达28.1%,视频贴片广告份额继续增大,占比为8.2%。未来几年,搜索引擎、电商网站及其他类型展示广告将三分天下。

但陈岩也提醒,单纯的硬广告效果正在下滑。“传播把人们的时间及注意力打成碎片,人们的生活场景进入移步换景的新时代,通过强行插入的硬广告用户关注度与接受度较弱,往往被随手刷过,对于品牌的传播价值有限。”陈岩建议广告主必须在充分尊重消费者使用体验的前提下,根据场景进行兴趣引导、入口构建和海量曝光。

国家工商总局广告司司长张国华则提醒广告发布者、广告主不要从“硬”到“软”走得太偏。今年9月1日起,《互联网广告管理暂行办法》正式施行,将微信、今日头条等客户端发布的广告也纳入互联网广告监管范围,“《广告法》明确禁止发布软文广告,如果在公众号以原创图文形式发布广告,也必须标注‘广告’二字,否则将会受到查处。”张国华表示,目前工商总局已经与腾讯达成协议,将对微信公众号广告开展监测。

专家认为,政府应重点发挥引导作用——

## 中国能源互联网应由企业唱主角

本报记者 李 景

国家能源局安全司司长董光毅表示,当前应该务实地从智能电网做起,由于我国智能电网的理论和思路都已非常成熟,政策上国家发改委和能源局也正式出台了有关指导性文件,智能电网从手段、理念到目标都非常清晰。因此应该在已有智能电网的基础上,让互联网和智能电网深度融合,才会走向能源互联网。

“新一代能源系统的核心就是电网。电网承担着传输电能的任务,一边连着众多的发电企业和能源供给侧企业,一边连着广大电力用户。”国务院研究室工交贸易研究司司长唐元表示,智能电网的二次通信系统与互联网构成了能源互联网的生态系统,基于这个生态系统可以建立新型的能源市场交易体系和商业运营平台。“这样可以最大限度地促进煤炭、石油、天然气、电、热等一二次能源的互联互通和互补,可以发展储能和电动汽车应用、智慧用能和增值服务、

绿色能源灵活交易、能源大数据同步利用等新模式和新业态,实现能源流的优化调度和高效利用。”唐元说。

此外,推进能源互联网建设,必须遵循政府引导、企业主体、市场导向的原则,但政府不能包打天下,要重点发挥引导作用,多出一些政策,少抓一些具体项目,重点营造好发展生态,让市场机制发挥作用。唐元表示,政府部门要甘当“店小二”,做好行业服务,具体的项目,要充分发挥企业尤其是国有大型企业的作用,让企业唱主角。“能源行业是大企业集中的行业,要充分调动国家电网、南方电网、中石化、中石油、国电投等中央企业的积极性,发挥好龙头带动作用,但决不能搞垄断,要鼓励和支持广大民营企业参与能源互联网建设,形成各类企业有序竞争的工作格局。”唐元说。

而针对能源互联网的下一步发展,陈铮认为会在多个领域迸发出活力。在分布式发电方面,会与配网和微网相结

合,产生服务外包、融资租赁等更多新的应用模式。在智能设施方面,智能家居、智能楼宇中的气表、电表、水表的“多表合一”会诞生非常前沿的应用。分布式储能方面,将会发挥能源互联网的核心作用,在微能源系统中充当蓄水池。商业模式创新方面,随着气改和电改的展开,能源交易与互联网金融、资产管理、碳金融都会产生良好的合作效应。“明年有可能陆续实施几项措施,一是绿色的电力证书。二是碳排放交易,2017年要全面开放。随着碳和绿色两个概念的进展,能源互联网在交易领域会发生比较大的变化。”陈铮说。

另外,本届论坛还颁发了能源互联网最具影响力先锋企业、能源互联网特别贡献奖、能源互联网科技创新奖等5项大奖,协鑫智慧能源、阳光电源、特变电工、积成能源、北汽新能源等16家企业获奖,协鑫集团董事长朱共山获得了2016中国能源年度人物。

近日,由中国能源报社主办的2016首届能源互联网领袖论坛公布数据信息显示:当前,我国已成为可再生能源的第一投资大国,以投资增速20%计算,到2020年可再生能源与相关产业链增加值将超过6000亿美元,能源供应与新增能效投资市场规模将达到3000亿美元,未来的能源产业可潜力巨大。

那么近两年在能源领域兴起的能源互联网是什么,未来将在能源产业中发挥怎样的作用呢?电力规划设计总院能源发展研究所所长陈铮认为,能源互联网就是把互联网技术与可再生能源的发展应用到能源的开采、配送各个环节中,把能源利用从原来的集中式变成分散式,将电力、油气、交通、信息等网络集合起来,成为能源共享的网络。与此同时,能源互联网已经成为推动我国能源革命的重要的战略支撑,对提高可再生能源比重、促进化石能源清洁高效利用、提升能源综合效率、推动能源市场开放和产业升级形成新的经济增长点具有十分重要的意义。尽管是近两年的新生事物,但能源互联网正在成为企业竞相布局的热点,从分布式发电、储能、智能微网、主动配电网、智能电网到物联网、大数据、云计算,再到新能源汽车、充电桩、分时租赁,新技术、新产品、新商业模式不断涌现。