

以科技创新推动京津冀高质量协同发展

河北省中国特色社会主义理论体系研究中心、河北省社会科学院经济研究所 边继云

智库头条

当前,面对“高资源集聚与低区域流动并存、高创新产出与低区域转化同在”的发展现状,京津冀三地必须要在打造高质量协同创新引擎、构筑高质量科技产业联动链条、重塑高质量协同发展的创新生态上聚合发力。

发挥雄安新区创新载体的开放聚合引领作用,打造京津冀高质量协同创新引擎

长期以来,河北缺少国家级战略性标志性创新平台一直被认为是河北难以对接国家资源、承接京津创新外溢、减缓创新要素区域流动的重要因素。雄安新区的设立,完善了京津冀协同发展的顶层设计,减少了河北与京津的平台落差,为河北创新提升、京津冀区域高质量创新融合提供了新引擎。

立足于区域协同创新引擎的构建,雄安新区的建设至少应完善以下三点。

一是打造全球典范创新环境,提升与国际前沿创新要素直接对接互动的能力。在新区探索建立与世界接轨的“研发创业特区”和“国际创新社区”,聚焦全球成果转化、创新孵化的关键环节,吸引国内外知名科研机构、创新机构、咨询机构、企业、海外专家、国内外创业者入驻或开展合作交流,集聚全球创新资源,提升与国际前沿创新要素直接对接互动的能力。

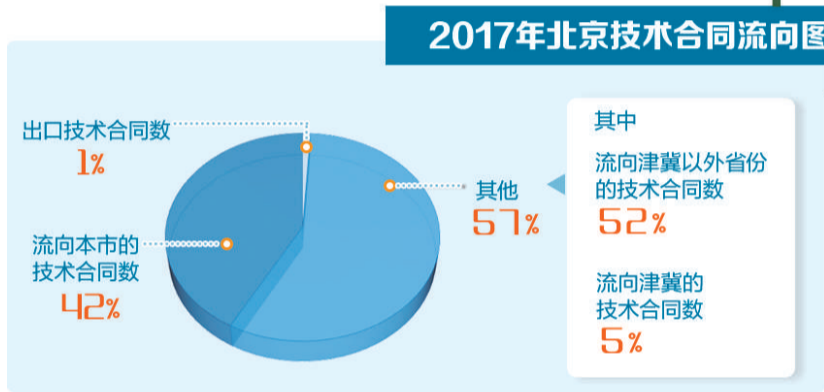
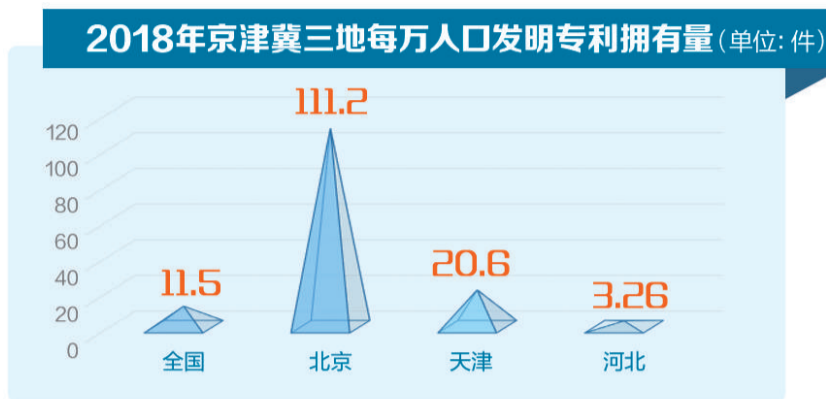
二是推动国家重大科研基础设施布局建设,打造引领京津冀和全国高质量创新发展的重要动力源。紧紧抓住疏解北京非首都功能这个“牛鼻子”,推动在京科研机构、科技企业和科技创新平台向雄安新区疏解;争取更多国家实验室、国家重点实验室、国家技术创新中心、国家工程研究中心和大科学装置在雄安新区布局。

三是系统推进创新体系变革,形成全国高质量创新发展的模式示范。在科技体制、产权保护、高等教育、科研院所、人才流动等方面进行以创新为核心的综合改革,为全国形成以创新为主要引领和支撑的经济体系和发展模式提供示范。

强化首都科技成果的区域转化,构筑京津冀高质量协同发展的科技产业联动链条

京津冀创新链链接不足,区域内科

“以高质量的科技供给集聚国内外创新资源和创新要素,带动经济结构变革,形成辐射带动全国乃至全球经济发展的引擎和战略高地,是京津冀高质量协同发展的共识和必须完成的时代使命。”



技成果转化和产业化相对薄弱的原因,一方面是由于河北总体滞后的创新水平制约了三地创新链的紧密链接,另一方面是由于三地创新链与产业链深度融合、科技与产业有效联动的发展模式与发展机制仍未建立。针对此种状况,弥补河北科技创新短板、提升三地科技产业融合发展能力势在必行。

一是提升河北科技创新水平,弥合三地创新发展梯度差。一方面河北要全力加快石保廊全面改革创新试验区、京南国家科技成果转移转化示范区、环首都现代农业科技示范带等国家级创新平台科技体制改革创新的步伐,形成创新提升的实体支撑。另一方面首要要进一步开放科技条件平台优势资源,促进区域内实验室、科学装置、科技成果等资源,消除科技核心支撑资源的区域差异。

二是强化完善京津冀区域内的科技研发、成果转化和产业化链条,实现创新链与产业链的深度融合。在三地合作共建科技园区和成果转化基地的基础上,支持三地企业与高校、科研机构合作,建设研发中心和中试基地,强化培育具有产学研协同特征的科技企业集团,真正建立起以企业为主体、产学研

用相结合的技术创新体系。

三是探索建立京津冀科技成果转化转移转化共同体,提升三地共同利用创新资源和科技成果培育发展新兴产业的能力。推动三地共同联合申请国家科技计划、共同联合建设项目转化成果库、共同联合建设高新技术产业化基地,加快重大成果尤其是前沿性创新成果的转化落地,形成带动三地融合发展的新动能。

打造一体联动式创新链群支撑体系,重塑京津冀高质量协同发展的创新生态

富有活力的创新生态系统是区域高质量创新发展的基础,也是降低行政壁垒和制度成本,推动区域内创新资源优化配置和协同互补的重要保障。

一是应建设一体联动式创新要素共同体市场,促进创新资源自由流动和高效配置。针对三地要素市场割裂的状态,积极推进三地共建区域性的商品物流共同市场、土地储备交易共同市场、



(数据来源:国家统计局)

人力资源共同市场、信用征用共同市场、金融共同市场、信息技术共同市场等。以区域统一市场的形成,助推各类要素资源突破区域限制,在更大范围内实现自由流动和优化配置。

二是应建设一体联动式创新平台支撑体系,构筑京津冀协同创新的核心支撑。以产业链为依托,推动三地进行创新协作,如联合建设产业技术研究院、工程技术研究中心、重点实验室、区域创新服务中心等协同创新平台,联合创建一批科技企业孵化器。通过一体联动式创新平台的构建支撑三地协同创新发展,为产业的深度融合与无缝对接提供支撑。

三是应构建一体联动式创新政策落实保障体系,打通京津冀协同创新的“最后一公里”。增强三地财政支持、税收优惠、金融发展、口岸开放、人才引进等创新发展政策的协同性,制定政策落实的保障机制,确保好的政策落实到位。同时,针对新业态、新产品、新模式层出不穷,很多新产品因无法在国民经济行业分类中进行对应而被市场拒之门外,无法落地的问题,京津冀三地应率先出台完善创新准入制度,为新业态、新产品的落地生根创造条件。

智库观点

近年来,在精准扶贫思想指导下,以“六个精准”“五个一批”为主要内容的扶贫实践推动,我国农村减贫取得巨大成就,为确保2020年全面建成小康社会创造了条件。

当前,我国脱贫攻坚已经进入关键时期,有些人开始担心“脱贫摘帽”后的返贫问题,这种隐忧不无道理。但越是此时,越是需要定力坚持正确的工作方法与思路,才能更好实现剩余贫困人口脱贫、更好巩固已有脱贫成果。根据农村扶贫反映出来的问题,结合我国几十年农村减贫经验,在扶贫实践中需做到坚持发展产业、强化农户参与、健全市场机制、加强统筹协调,以确保农村长期稳定脱贫。

产业发展是根本

产业发展是实现贫困地区贫困人口脱贫的压舱石,表现为产业是支撑地区经济发展的核心力量,是脱贫致富的持续动力,对于增加财税、创造就业机会、吸纳就业人口、促进个人收入增加具有根本性的作用。

在产业扶贫过程中,要正确区分非扶贫产业和扶贫产业两种类型的作用。非扶贫产业发展主要通过拉动地方经济增长、促进区域发展,以“涓滴效应”自动惠及贫困人口。扶贫产业发展,核心是要实现产业发展与贫困人口精准对接。一方面要求扶贫产业本身的发展要可持续,能够发挥资源禀赋、体现地方特色、符合市场要求,克服产业同质化、产业短期化、产业盲目化、产业形式化的问题,能够从无到有、从小到大、从弱到强地发展壮大,在激烈的市场竞争中具有一定的竞争力,实现内生发展;另一方面要求产业发展的效应能够精准作用于贫困人口,真正让贫困人口从产业发展中受益,防止贫困人口被扶贫产业发展排斥和边缘化,出现产业越发展贫困人口越贫穷的异化现象。

农户参与是基础

脱贫攻坚需要多元主体参与,形成政府、贫困农户、企业、社会广泛参与,以及东西部扶贫协作、中央和国家机关定点扶贫的大扶贫格局。但不管怎样,贫困人口既是扶贫的主体,又是扶贫的客体,扶贫办法千万条,让贫困农户参与是第一条。

让贫困农户参与,需要从三个方面着力。一是要千方百计调动贫困户脱贫主动性积极性,激发内生脱贫动力,真正变“要我脱贫”为“我要脱贫”,使贫困户有参与的意愿;二是扶贫项目以及扶贫产业的设计、选择要以贫困户为中心,能够为贫困户提供多种就业岗位、技能培训、创业扶持等帮扶,使贫困户有参与的机会;三是要坚持实事求是原则,使设计、选择的各种帮扶项目和产业,真正匹配贫困人口参与能力和实际需求,让贫困户参与进来后能做事、想做事,工作后有获得感、满足感,使贫困户有参与的效果。

市场机制是关键

在精准扶贫中,会有各种扶贫项目、扶贫产业、扶贫资金、扶贫信贷等资源流向贫困地区和贫困人口,提高资源的扶贫效率关键在于发挥市场作用,按经济规律办事。首先,要健全农村扶贫的市场机制,树立市场观念,让市场主体能够按照市场规则参与到农村扶贫市场中来,让市场资源(包括扶贫资源)能够按市场规则在农村扶贫市场中流动。其次,要按市场机制运作扶贫资源,不能以过度的行政手段挤占市场机制的功能,特别是在扶贫产业的选择上要充分考虑生产风险和市场风险,扶贫资金的使用上要充分考虑短期、中期、长期效益,金融扶贫的放款上要充分考虑贫困户的真实需求,强调扶贫的真实成效。最后,扶贫资源的扶贫绩效不能简单以其转化的规模、数量来衡量,而应将其置于市场机制中考查扶贫效应的可持续性。

统筹协调是重点

对于当前农村脱贫攻坚反映出来的问题,要以统筹协调的思想推进扶贫工作,以提高扶贫满意度。一是要统筹推进贫困村与非贫困村的基础设施建设,特别是边缘贫困村,要进行重点工作,防止差距过大。二是要统筹贫困户与边缘贫困户的帮扶工作,防止扶贫资源、发展机会与边缘贫困户隔绝,造成贫困户与非贫困户的不平衡。三是要统筹长期效应和短期效应使用扶贫资源和扶贫手段,防止注重眼前,看重即时成效,忽略长远,轻视持久动力。四是要统筹经济效应和社会效应,要看农村扶贫既是一项社会工作,又是一项经济工作,脱贫成效的评价既不能纯粹以经济的标准,也不能纯粹以社会的标准,而要将二者统筹考虑,防止以偏概全,避免对扶贫工作评价产生偏颇。五是统筹政府与市场作用的运用,扶贫既具有公共品性质又具有商品性质,保证扶贫供给充分必须以政府主导提供扶贫资源,保证扶贫效率必须以市场机制决定资源分配,正确界定二者的边界和关系才能正确统筹发挥二者的作用。

(作者单位:四川大学马克思主义学院)

本版编辑 李彦臻

联系电话 010-58392485

电子邮箱 jrbjzk@163.com

擦亮特色小镇的文化品牌

□ 江凌

策论

近两年来,在乡村振兴战略下,特色小镇的品牌建设问题备受关注。品牌建设已成为新时代中小城镇高质量发展的必由之路,如何突破特色小镇品牌建设所面临的问题以及瓶颈,有效促进特色小镇的高质量发展,成为促进特色小镇迈向高质量发展的重中之重。

当前,我国特色小镇的品牌建设问题较为突出,特色小镇品牌的经营主体不明,政府和市场分工不甚明确;特色品牌建设乏力,特色小镇品牌建设中的经营性失误负面影响过大,导致品牌经营风险大大提高;城镇之间竞争愈发激烈,城镇品牌建设路径相似,同质化程度较高,无法形成真正有特色的城镇品牌;过于注重城镇经济快速发展,忽视了城镇文化内涵和品牌建设,导致城镇品牌建设空心化;等等。

一是盘活传统文化资源,挖掘“特色文化”资源。文化资源是特色小镇发展的基础,挖掘本地特色的文化要素、文化符号及其精神价值,创新其表达方式和传播形态,有利于特色小镇品牌的塑造和对外传播。传统文化资源包含历史遗址、传统建筑、民风民俗、传统节庆活动等无形的遗产和无形的资产。盘活传统文化资源需要

“我国特色小镇的文化品牌建设应从产业、文化、环境、服务四个方面对其“品牌基因”进行整体分析、规划设计与合理开发利用。需要关注文化品牌基因,深入挖掘出特色小镇真正的“特色文化”,重点分析如何基于其“特色文化”建设和塑造特色小镇品牌。”

在开发特色小镇的过程中,既要保留或复原传统文化资源的基本形态,又要发掘其中可以与现代的、时尚的或与国际接轨的因子,做到传统与现代、古朴与时尚、国内与国际相结合,特色小镇自然环境和空间形态,上述三方面的结合既可以分区布局,又可以交叉布局。乌镇戏剧节正是将传统与现代、特色与时尚、国内与国际相结合,既盘活了传统文化资源,又促进了新型特色小镇文化的发展。

二是打造文化与资本、社会融合发展的文化平台。通过梳理乌镇戏剧节的发展经验发现,不仅要关注特色小镇文化艺术活动本身的设计运作,更要从大局着眼,放在全球和国内经济、文化、社会、生态角度来审视和运作,从文化艺术活动的设计、场景和空间建

构,活动内容与硬件设施的结合,以及资本与艺术、节庆与社会的关系等方面进行考察。如今提起乌镇,人们不仅是想到一个传统的江南旅游特色小镇,而是能够想象到一系列国际文化艺术节、世界互联网大会、木心美术馆等系列活动,乌镇的江南古镇风貌与这些现代、时尚的文化活动融为一体,扩展了人们的文化想象空间。因此,在特色小镇文化品牌建设过程中,若能打造一两个综合性的文化艺术平台,通过举办文化艺术活动或民俗节庆活动,对其文化品牌建设将有巨大的促进作用。

三是挖掘特色小镇文化资源优势,以文化品牌塑造为核心理念,带动产业品牌、环境品牌、服务品牌协调发展。在很大程度上,受众的消费选择不是偶然的行为。从文化和社会角度来看,此行为反映了其所处的文化模式,即与文

化价值和社会生活方式紧密相连。可见,文化品牌基因是特色小镇品牌建设的“牛鼻子”,它对产业、环境、服务品牌基因有明显的带动以及提升作用。把文化品牌塑造放在关键位置,就会在价值理念和发展实践中注重塑造特色小镇的生态环境、文化资源、特色产业品牌,以及相关服务品牌。充分挖掘和科学利用特色文化资源,保存和丰富特色小镇文化底蕴,凸显小镇品牌的文化特色,推进文化品牌建设与环境、产业、服务品牌建设协同发展。

四是以政府主体为多元主体,多元社会主体协商共建特色小镇品牌。特色小镇在建设文化品牌的过程中,应搭建或优化“政府+企业+社会组织+居民”的主体建设和治理结构。对政府主体而言,首先,应树立特色小镇品牌建设意识,出台相关政策法规,为特色小镇品牌建设提供政策和服务保障;其次,应放宽市场资金条件,让社会资本进入,使特色小镇品牌更好地和资本相结合;再次,完善特色小镇的公共服务体系,打造良好的文化服务环境,提供完善的社会保障体系。总之,应优化“政府主体引领+企业主体主导+小镇居民参与配合”的主体结构,充分发挥文化旅游企业的主体作用,同时推动小镇居民充分参与特色小镇品牌建设,形成良好的多元主体互动协作、共建共享的品牌建设氛围。

(作者单位:上海交通大学媒体与传播学院)