

《2019年中国大众创业万众创新发展报告》发布

创新创业呈现五个“更加聚焦”

本报讯 记者顾阳报道：为落实党中央、国务院关于创新驱动发展战略的部署，系统总结创新创业工作进展，由国家发展改革委指导，中国宏观经济研究院组织编写的《2019年中国大众创业万众创新发展报告》日前发布，这是我国创新创业领域第5份年度报告。

报告显示，去年我国创新创业格局呈现出五个“更加聚焦”新特点。

一是更加聚焦提升创新创业主体质量。新增市场主体保持高位增长，成活率和成活率稳步增长，“新陈代谢”逐步转入正常轨道。2019年，新登记企业739.1万户，比上年增长10.3%，全年日均新设企业达到2.02万户。与此同时，高技术领域创新创业活动更趋活跃，越来越多高成长科技型企业、“隐形冠军”“小巨人”“专精特新”企业快速涌现。

二是更加聚焦发挥创业带动就业作用。面对就业压力加大、结构性矛盾突出的挑战，创新创业更加关注高校毕业生、农民工等重点群体创业就业诉求，积极鼓励不同地区、不同行业出台一系列政策措施，引导更多社会主体投身创新创业。以社会服务领域为重点的“互联网+创业单元”等创业新模式加快发展，

创新创业作为就业“稳定器”、增长“加速器”的作用进一步显现。据统计，2019年，创业公司在互联网全网招聘人数达到263.64万人，比上年增长85%；新登记注册青年创业者达到446.7万人，增长4%；大学生创业者74.1万人，增长9%。

三是更加聚焦培育壮大经济发展新动能。创新创业主动适应、把握和引领经济发展新常态，针对重点领域、典型区域和关键群体的特点精准施策，不断增强市场主体创新活力和产业创新发展能力。新产品、新业态加快开发，小企业“铺天盖地”、大企业“顶天立地”的局面不断拓展，新一代信息技术与实体经济加速融合，平台经济、共享经济、“互联网+”和“智能+”等新业态新模式加快发展，一批特色产业集群不断培育壮大。2019年高技术制造业增加值增长8.8%，高出规模以上工业3.1个百分点。

四是更加聚焦增强科技创新支撑能力。创新创业积极应对新科技革命和产业变革新形势，瞄准我国科技创新能力弱项和关键核心技术供给短板，推进多领域、跨学科、群体性突破，完善以市场为主体、产学研深度融合的技术创新体系，突破一批关键共性技术、前沿引领技术、现

代工程技术、颠覆性技术创新，加速科技成果转化和应用。2019年，区域示范基地技术合同成交额超过1750亿元，高校院所示范基地成果转化交易额约90亿元，分别比上年增长48%和22.5%，有效发挥了支撑科技创新的作用。

五是更加聚焦缓解创新创业痛点堵点。2019年，创新创业着力围绕市场主体反映的突出困难问题，大力创新体制机制，不断优化创新创业创造生态，创新创业融资渠道更加多元化，创新创业政策“碎片化”和“同质化”不断改善，科技成果转化激励等重要政策落地难、见效慢现象有所改观，一批重大改革经验举措在全国复制推广，一批新举措、新政策正加快推进，一批新举措、新政策正加快出台，市场活力和社会创造力得到加快释放。

报告建议，面对更加复杂的国内国际环境，推进大众创业万众创新，要以双创示范基地为重要抓手，用改革的办法进一步疏通堵点、缓解痛点、攻克难点，加强政策协同，不断巩固基础、完善生态、创新机制，推进创新创业向更高质量发展。

一方面要继续聚焦各项创新创业政策落实难点，探索建立政策横向协同、

上下联动机制，在金融创新、人才评价、区域协同等领域开展有利于各项制度成熟定型的集成化试点，全面推进“证照分离”改革，完善双创企业生产经营动态监测机制，制定完善专利、商标、版权侵权假冒判断、检验鉴定等相关标准，研究探索创业保险制度，解决高层次人才和科研人员创业的后顾之忧；另一方面要强化落实创业带动就业重点任务，深化重点人群创新创业教育和精准培训，优化布局建设一批重点群体的创业服务载体，加快创业教育改革，培育一批产教融合型企业和实训基地，提升高校毕业生创业就业能力。

此外，还要加大创新创业金融支持力度。鼓励开发知识产权、应收账款、股权等各类新型质押融资产品，强化企业信用体系和信用信息服务能力建设，优化基于信用信息的融资服务能力。补齐多层次资本市场体系短板，支持科创板在制度改革方面先行先试，选择若干区域性股权市场开展制度和业务创新试点。加快推进创业投资立法，对创业投资基金实施差异化监管，促进创新创业创造和创投融合发展，加快推进依法设立全国性创业投资行业协会。

新动能

深圳市大富科技股份有限公司作为我国滤波器行业龙头之一，多年来始终坚持自主创新，致力于推动滤波器设备国产化，如今已研发出一系列国际领先的射频器件及移动终端器件，并与相关企业共同打造了包括机电共性制造平台、工业装备技术平台以及网络工业设计平台在内的三大工业平台，发展成为全球最大的移动通信基站滤波器设计制造厂商。

创立于2001年的大富科技，如今已积累了1800多项专利技术。其中，PCT专利486项，发明专利596项。“我们之所以能有这么多的专利，实际上是长期以来持续技术改进与微小创新的积累。”大富科技CEO肖竞告诉记者，“滤波器作为一种选频装置，是信息传输过程中的‘质检员’，可以使信号中特定的频率通过。在现代通信技术领域，滤波器是所有信息传输的通道，也是移动通信产业的关键环节之一。滤波器基础原理已经很久没有新跨越。公司产品制造中的每一项创新都是针对领域内一些大家已经‘习以为常’的旧例，但每一处细节的改进都可能对行业发展带来深远影响。”

以谐振器为例，肖竞举例称，它是滤波器内部的必备元器件，长得有点像一个“蘑菇”。早期的谐振器是使用方形铝块，利用数控机床加工而成。但是，这种加工方式会浪费90%以上的原材料，且生产一个要半小时以上，在产品价格居高不下的同时，难以批量交付。

为此，大富科技经过不断测试和开发，最终将工艺改成冷镦，以此可使谐振器的加工犹如印刷一样快速，且将原材料浪费比例降至5%以下。“这项看似微小的工艺改进，不仅让我们能够在交付高峰期按时按量完成产品制造，也让我们上下游客户受益，进而助推了我国整个通信产业发展。”肖竞说。

“我们的很多创新，本质上是源于思路的转换。”肖竞介绍说，早在2005年，大富科技就着手从前端产品设计到整个生产工艺制造全流程创新。“滤波器作为通信设备的一部分，早期大家都认为它是一个功能件。我们认为它本质上就是一个机械部件，由一个铝结构件加上一些元器件组成，在其中完成传输电磁波这一功能。如果将元器件抛开，它本身就是一些铝材和铜材等原材料通过加工得到所需形状。基于此，我们将行业中很多传统制作方式、制作工艺和设计理念做了颠覆性创新，并通过不懈努力将产品售价从5000多元降至300元左右。”

“这个降价的过程，其实就是一个国产替代、打破国际垄断的过程。”肖竞告诉记者，“不仅如此，我们认为除了保有合理的利润率外，我们把降下来的成本贡献给客户和整个行业，这样我们国产通信设备商的竞争实力才会越来越强。”

在着眼产品创新的同时，大富科技还在不断地思考如何在产业链关键环节取得突破。“如果关键环节不掌握在自己手中，就会永远受制于人。”肖竞表示，早期的滤波器加工设备，如数控机床，都需要从海外进口，受到非常多的生产限制，甚至连设备摆放位置都被严格限定，且进口设备价格十分高昂。从2005年起，大富科技痛下决心自主研发，前后耗费超过10亿元，历时10年时间，联合集团旗下子公司深圳市配天制造装备股份有限公司，终于打造出了一系列完全正向设计和研发的创新型机床。“如今，我们的机床不仅能自用还能外销，配天工业机器人的技术能力也位列全国第三。”

“企业的创新实际上是多维度成就的，除自身不断进取外，还与外界的支持密不可分。”肖竞告诉记者，2015年以来，大富科技与光大银行深圳分行形成了良好的银企合作模式。尤其是近两年来，公司正处于从4G到5G转型期间，在产品创新、产能优化方面始终面临资金紧张难题。光大银行深圳分行在得知此情况后，主动对接，并结合公司经营实际开辟了金融绿色通道，为其提供高效服务。今年初，该行在第一时间给予大富科技综合授信2.5亿元，有效缓解了整个集团的资金压力，切实帮助公司渡过了难关。

得益于创新能力不断加强，大富科技在国际市场也越走越稳。2012年，大富科技通过海外并购，实现了产能进一步提升，也带领着国产滤波器占据了全球制高点。“就全球滤波器市场而言，目前中国产品已经占据了超过9成份额。”肖竞表示，基于滤波器的生产制造，大富科技亦将其生产能力拓展成为机电产品共性制造的销售平台，并围绕产业链上下游拓展。未来，大富科技将逐步从硬件到软件，衍生发展从To B端到To C端的系列通信产品，全力搭建“5G+共享经济”新兴产业格局。



图为大富科技公司产品生产车间。文阳洋摄(经视觉)

本报记者
杨阳腾

自主创新占据全球市场制高点

深圳市大富科技股份有限公司：

众创记

电商品牌重塑工厂产销流程——

新兴服装面料销售逆势增长

经济日报·中国经济网记者 郑 杨

水果染面料首次试水母婴界，一个月线上卖出3000条婴儿内裤；新研发的“冰激凌”凉感牛仔面料与LILY、韩都衣舍等知名服饰品牌合作，在这个炎夏卖出了亮眼业绩……记者近日从阿里巴巴获悉，疫情期间，虽然纺织行业受到巨大冲击，但新兴面料产品线上销量呈逆势增长态势。

面料，这片原本看起来与电商不会直接产生交集的原材料领域，正紧盯线上开启数字化转型之路。在广州，越来越多面料厂商联手服饰电商革新生产研发模式，以前所未有的高效率完成品类创新，将更多“超级面料”产品快速推向市场。

据记者了解，目前广州700多个专业市场已经全部通过开启淘宝直播、淘宝、天猫和1688线上门店，创新合作加速数字化转型，此效应辐射至广东全产业链。随着专业市场加快线上布局，传统面料行业也在加速数字化转型，与电商服饰行业走向深度协同。

水果染面料获好评

“买衣服要好看更要舒服。好面料，是征服市场的法宝。”近日，天猫行业小二霖槿在超级面料推介会上分享一组大数据后表示。

精致的“剁手党”正让面料工厂迎来一波新机遇。广州或通纺织品有限公司负责人蔡晓佳是最早捕捉到婴童服装趋势的面料商之一。“孩子的衣服，面料是灵魂。”蔡晓佳说。2014年，在自己的孩子出生后，他发现市场上几乎没有专注于婴童的面料商。随后，他开始专注做婴童面料，在行业内口碑渐起。四五年前他开始与电商品牌合作，如今线上出货量已占业绩总量的70%。

天猫aqpa(爱帕)品牌负责人郑伟是蔡晓佳的合作客户之一，其连体哈衣在天猫上销售位居前列。正因为了解面料，作为奶爸的郑伟曾为宝宝专门乘飞机到浙江一家国际品牌店花200元买一条口水巾。

“广东面料研发创新能力很好，完全可以同电商联手生产高性价比的产品并供应市场。”郑伟说。听说面料大师何炽斌研发的水果染技术比植物染更厉害，他立刻跑到面料厂，亲自品尝印染水，用诚意拿下水果染国内首个应用合作。如今，水果染面料的口水巾已在天猫店铺上线。

优质品牌正在追逐优质面料，面料行业的佼佼者也严选着合作伙伴，增长强劲的电商品牌正在重塑面料工厂产销流程。

“国内消费者对好面料的需求很强烈。我们一个月送出了3000条水果染婴儿内裤，回头客达到了百分之百。”在面料行业有30多年经验、有“面料大师”之称的何炽斌惊喜道。在新冠肺炎疫情之下，外贸订单迅速萎缩，他试水内需市场并押宝线上，与服饰电商郑伟联手将水果染面料应用到母婴市场，新开的天猫店铺取得了



长丰面料工厂应用数字化管理实现了面料生产快速反应。

本报记者 郑杨 摄

亮丽的销售业绩。

专业商圈转型线上

与此同时，电商提供的精准大数据也让面料厂家不断革新研产模式。“像发现一个新大陆。”广州长丰面料经理赵先生介绍说。长丰去年开始接触淘宝，正与越来越多的电商品牌达成合作。如今，长丰根据电商需求制定了快速反应策略，最快可3天交货，这一速度令同行惊讶不已。不仅如此，通过长丰新设置的数据部门，客户甚至可以观测染缸空余情况，实时下单。

疫情期间，纺织行业受到了较大冲击，但长丰却几乎没受影响。除了业绩增长，对于长丰而言，“触电”更大的收益在于电商海量的数据能让其领先一波把握市场脉搏，其合作伙伴都会为其提供精准的研发方向。

“全国面料看广东，广东面料看中大。”在纺织服装行业，广州中大纺织产业商圈有着举足轻重的地位。这一带的面料企业、商家都在疫情期间受到了冲击。特别是主打外贸的档口，订单迟迟未能恢复。海关总署最新统计数据显示，2020年6月份，我国纺织品服装出口额环比下降了1.77%。

疫情倒逼中大面料商圈加快线上转型。中大商圈档口的“90后”老板杜泽兴抱着试一试的想法开了一家淘宝店。半年

来，档口虽来客寥寥，线上店每月却保持着20万元左右的业绩，成为撑住生意的救命稻草。

据了解，面料专业市场“入淘”姿势十分多元。WYoooni(睿尚)是一家经营快时尚的面料公司，因为擅长以快速数据洞察来提供潮流面料，备货少、卖得快，成为中大商圈的“黑马”。最近，睿尚的淘宝店铺开张了，老板目标很明确：“这是我们的线上展厅。以后不出门通过直播也能让客户直观感受产品。”

更多面料厂商借力平台项目加入淘宝。淘宝行业小二袁亚南介绍，为了让好面料快速对接到柔性生产的服饰品牌，淘宝自去年启动集采项目，将面料商、品牌商双双拉进来对接供需，吸引了超过100家面料厂家加入，数十万淘宝卖家在平台采购。淘宝天猫商家无论采购量大或小，都能快速通过面料辅集采找到靠谱的供应商，拿到优惠的价格，让自己的备货压力减轻，反应速度更快、更柔性。

产业协同走向深入

“以前8个月做的事，现在2个月就能完成。”秉槿介绍，面料厂商“入淘”开启数字化，正驱动整个产业协同走向深入。

在传统模式中，面料需提前两年研发，很多服装品牌反馈显示，品类创新速

度往往被面料卡住。从去年冬天开始，天猫女装发起以品类创新为目标的面料项目，将消费趋势洞察同时发布给品牌和面料商，让面料工厂从研发开始便抓住市场需求，从而使双方一起高效完成品类和技术创新，最终将更多好产品快速推向消费者。

该项目前期便吸引了10多家面料商试水。广州北江纺织公司主营牛仔服装面料，加入该项目后成功与30多家服饰品牌展开合作。北江纺织公司营销总监钟章伟介绍，公司以其开发的超级凉感面料与LILY、韩都衣舍合作，打造出了“冰淇淋”等个性凉感牛仔裤，非常受市场欢迎。疫情期间，新兴面料销售增长了180%。作为面料生产商，北江纺织公司还与服饰品牌一起完成了技术与美学的升级应用，产生了更大价值。

广州市工业和信息化局近日发布的《关于深化工业互联网赋能 打造五大数字化特色产业集群行动计划》提出，要以工业互联网平台赋能传统产业转型升级为主线，聚焦纺织服装等五大优势产业集群，推动传统产业集群向数字化产业集群转型，生产方式向规模化个性化定制发展。当前，无论是开店卖货、展示还是逐步深入的平台合作，面料专业市场种种尝试令人振奋，也释放了传统产业积极向数字化转型的信号。

本报记者 梁睿