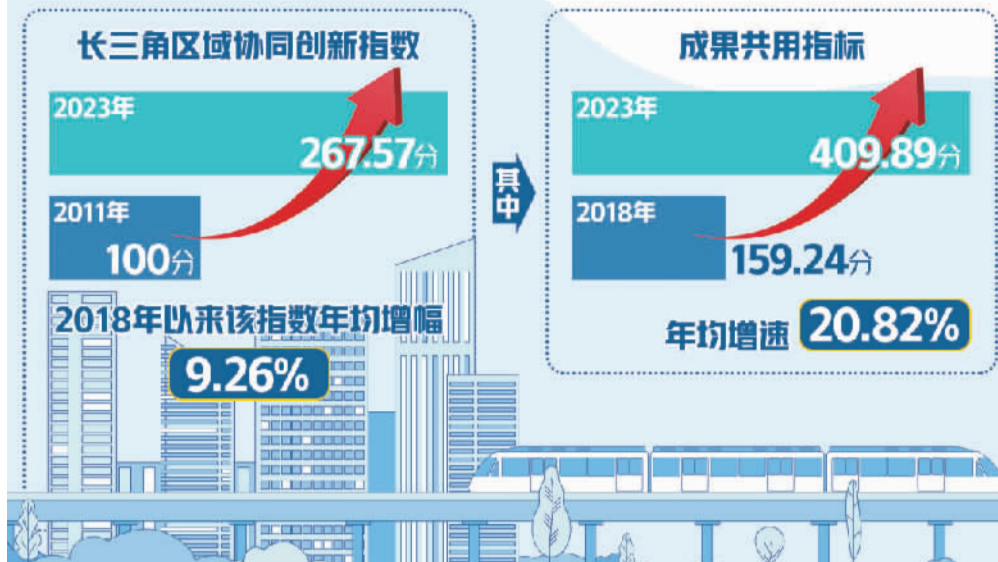


区域协调发展系列谈之三

# 强化协同创新和产业协作

《长三角区域协同创新指数2024》显示



“数说京津冀协同发展十年成效”系列报告显示



区域协调发展，并不是要求各地区“齐步走”，而是要用好平衡与不平衡的相对论，发挥各自所长，尊重客观规律，在发展中促进相对平衡。2023年5月，习近平总书记主持召开深入推进京津冀协同发展座谈会并发表重要讲话时指出，京津冀作为引领全国高质量发展的三大重要动力源之一，拥有数量众多的一流院校和高端研究人才，创新基础扎实、实力雄厚，要强化协同创新和产业协作，在实现高水平科技自立自强中发挥示范带动作用。

习近平总书记多次强调要坚持整体推进与重点突破相统一，在整体推进的基础上抓住主要矛盾和矛盾的主要方面，以重点突破带动整体推进。强化协同创新和产业协作就是以重点突破带动全局、推进京津冀协同发展走深走实的关键之举。

协同创新和产业协作，是因地制宜发展新质生产力的内在要求。新时代新征程，习近平总书记创造性地提出“发展新质生产力”，强调发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点。同时也指出，发展新质生产力，各地要坚持从实际出发，先立后破、因地制宜、分类指导，根据本地资源禀赋、产业基础、科研条件等，有选择地推动新产业、新模式、新动能发展。北京科技创新资源丰富，天津制造业基础雄厚，河北成本优势突出，推动三地协同创新和产业协作具有独特优势，京津冀有基础也有条件在协同发展新质生产力的上勇争先、善作为。

协同创新和产业协作，是构筑引领高质量发展重要动力源的迫切需要。当前，新一轮科技革命和产业变革突飞猛进，以人工智能为代表的前沿技术对人类社会的已经显现。京津冀只有将协同创新和产业协作放在更突出的位置上，准确把握科技前沿动向和未来产业发展态势，加快以科技创新推动产业创新，特别是以颠覆性技术和前沿技术催生新产业、新模式、新动能，才能抢占先机、掌握更多发展主动权。

协同创新和产业协作，是协同发展的关键支撑。京津冀协同发展从根本上讲要靠创新驱动。无论是发挥北京“一核”辐射带动作用，还是推进“两翼”齐飞、唱好京津“双城记”，建设世界级城市群，协同创新和产业协作都发挥着关键引领和支撑作用。要发挥首都优势，从三地协同最薄弱的环节发力，把创新优势转化为发展优势，把落差势能变成发展动能，推进“补短板”和“锻长板”，持续做大产业增量，加快形成新增长极。

今年恰逢京津冀协同发展上升为重大国家战略十周年，京津冀迎来了新一轮高质量发展的黄金期、机遇期。

协同创新持续发力。京津冀分别发布了关于推进京津冀协同创新共同体建设的决定，三地共同建立京津冀科技成果转化“供需对接清单”，技术交易数据信息共享、科技成果联合发布等系列新机制，京津冀国家技术创新中心通州中心已升格为北京城市副中心技术创新中心

心，天津中心、河北中心逐步成型，科技成果转化落地步伐加快。2023年，北京流向京津冀技术合同成交额同比增长了1.1倍。

产业协同显著加强。前瞻布局新领域新赛道，三地协同发布了氢能、生物医药、智能网联汽车、网络安全和工业互联网、高端仪器设备和工业母机、机器人6条产业链图谱，着力打造集成电路、网络和通信安全、生物医药、电力装备、安全应急装备5个先进制造业集群，形成“六链五群”产业布局。制定实施京津冀营商环境“1+5”合作框架协议，组建京津冀企业家联盟，产业协同从“转移承接”向“产业链合作”转变，“北京研发、津冀制造”模式加速形成。

新征程上，对标建设中国式现代化先行区、示范区的目标要求，三地协同创新和产业协作还有很大提升空间，需要坚定信心决心，保持战略定力，一张蓝图绘到底，坚持不懈抓落实，全力以赴把总书记擘画的宏伟蓝图变成生动实景。

着力优化区域经济布局。紧紧扭住疏解北京非首都功能这个“牛鼻子”，更加注重把北京的科技创新资源与天津的先进制造研发优势、河北的环京津地缘优势结合起来，围绕产业协作、科技创新、园区合作、港产联动等加强协同，在疏解转型中实现向新质生产力的跃升。巩固提升“轨道上的京津冀”，着力打造京津冀世界级机场群、港口群，促进空港、陆港、海港联动发展。依托京津冀、京保石、京唐秦、京雄、津雄、京张、京承等交通廊道，沿线打造定位清晰、各具特色的产业廊道，加快构建功能互补、合作共赢的发展格局。

着力打造协同创新共同体。抓住科学研究范式和科研组织模式变革机遇，围绕“六链五群”发展方向，整合科技资源，创新组织形式，推动三地上下游、大中小企业和科研机构共同组建技术创新联合体、新型研发机构和联合实验室，联合开展共性关键问题和关键技术攻关，共同布局概念验证中心和中试熟化平台，培育跨区域技术转移机构和专业人才，推动科技创新与产业创新深度融合。共同建好京津冀国家技术创新中心，培育筛选出一批具有产业化前景的原创性、颠覆性技术成果在津冀转化落地，提升科技成果转化区域内转化效率和比重。

着力提升产业链供应链配套能力。深入推进区域产业一体化，重点解决产业链供应链断链缺环问题，加紧补链延链强链，提升区域产业链供应链韧性和安全水平。重点抓好6条重点产业链图谱落地，统筹建立链长制，在“卡点”攻关、“堵点”招商、推动产业成龙配套等方面下功夫，“一链一策”深入推进产业链延伸和协同配套。支持培育一批有自主知识产权和国际竞争力的创新型领军企业，引导北京龙头企业在津冀延伸产业链、布局供应链，提升在津冀的配套率。建立集群跨区域协同培育机制，加快打造世界级先进制造业集群。

（作者系北京市习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心特约研究员）



## 链接

本报记者 蒋波

# 协同创新赋能产业升级



长三角是我国经济发展最活跃、开放程度最高、创新能力最强的区域之一，同时也是产业体系最完备、区域一体化水平最高的地区之一。作为长三角重要一极，江苏与沪浙皖不断强化科技创新和产业升级协同，发挥人才集聚多、科技水平高、产业基础好和市场潜力大等优势，以协同创新赋能产业链延链强链。

走进理想汽车常州生产基地，生产线上机器轰鸣，一排排机械臂挥舞忙碌，一块块钢板通过冲压、焊装、涂装、总装等工艺变成一辆辆新车。“得益于长三角地区的产业配套与协作，我们平均每40秒就能造好一辆车，每小时有90辆新车从生产流水线下线，新能源汽车日产量可达1800辆。”理想汽车智能制造负责人李斌说，在长三角地区，通过产业集群协同发展，新能源汽车整车厂可以在4小时车程内解决所需配套零部件供应。

斯润天朗(无锡)科技有限公司是一家专门从事理想、蔚来等新能源汽车企业提供车载智能互联终端(TBOX)产品的厂商，企业负责人告诉记者，长三角地区覆盖了动力电池、车载芯片、自动驾驶系统等智能汽车零部件的全生态链，在新能源汽车产业链上已经形成了强大完备的本地供应链优势。6月下旬，记者走进江苏无锡国家集成电路设计中心的中科芯项目组，一场由复旦大学、企业研发团队、安徽合作伙伴三方组成的远程联合攻关研讨会正在进行。

“从技术开发到实现量产，过去研发周期很长，有时候甚至超过10年。现在采用联合攻关的合作模式，3年左右就可以快速实现从基础技术到工程应用的转化。”无锡中科芯长三角项目负责人李杨说，单打独斗的研发相比，联合攻关有效整合了创新资源，大大提高了攻关效率。

开展关键核心技术联合攻关，是长三角科技创新共同体迈出的关键一步。2021年起，长三角区域逐步探索建立跨区域联合攻关合作机制。到2023年底，围绕集成电路、人工智能、生物医药等领域，共同部署实施了43个联合攻关项目。其中，江苏牵头11项，项目总投入达4.2亿元。

6月初，《长三角区域协同创新指数2024》正式发布，江苏省科技发展研究院副院长、研究员张华介绍，2018年以来，长三角区域协同创新指数年均增幅达9.26%，长三角协同创新引领作用不断加强，科技创新共同体建设迈向新阶段。“长三角区域协同创新赋能产业升级取得了可喜成绩，呈现出创新人才量质双升、成果共用活跃、合作不断紧密等亮点，技术转移呈现前化、多元化趋势，新质生产力培育速度正在不断加快。”张华说。

## 知识产权和技术

服务的保护和付费很有必要，但营收需有道，应尊重消费者的正当权益，守住商业底线。各方应以消费者的需求为出发点，让行业发展与消费者权益保护共行。

张烁

当被告知需要补差价升级会员才可进一步享受免广告、解锁更多剧集等权益时，不少视频软件会员用户不免质疑：“我充了VIP到底有什么用？”近日，随着大量影视作品的上线，视频软件付费会员套娃式收费问题再度受到关注。

消费者购买会员获得影视资源、跳过广告等服务，平台靠会员制创收，这本是双赢。但目前，一些平台随意修改规则、会员等级过多、收费不透明等问题，引发消费者不满。看到满屏除不尽的广告和需要层层解锁才能观看的剧集，消费者不免产生“充了会员但又没完全充”的感受，对平台的信任和耐心被消磨殆尽。

不仅视频软件，办公等其他软件的会员制也存在各种不规范。某知名办公软件日前被投诉存在套娃式收费、随意修改会员等级等问题，同样值得关注。

知识产权和技术服务的保护和付费很有必要，但营收需有道，应尊重消费者的正当权益，守住商业底线。用户并不反对为优质产品与服务付费，不能接受的是被夺走知情权、选择权，以及被捆绑式消费、套路式收费。

会员套娃式收费亟待治理。企业应加强自律。平台在制定会员规则协议时，尤其需要明确约定服务内容、服务标准、收费价格和收费方式等内容，并且让消费者充分知晓。在推出新的服务内容时，应及时告知，把选择权交还给消费者。

相关部门要加大监管力度，调查套娃式收费的背后，是否存在违背公平交易原则、侵犯消费者合法权益的行为。同时，有必要进一步完善内容付费的规章制度，探索常态化、跨部门的提醒机制、监管机制。比如，今年7月1日起实施的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》就规范了“自动续费”的相关要求，为平台划定“自动续费”服务红线，使消费者维权的依据更加明确，也为监管部门的日常执法提供了法律依据。

此外，用户也应增强保护意识。消费者应根据自身需求选择最适合的软件，在购买会员服务前，应仔细阅读平台的会员协议细则，特别是关于广告特权、会员权益范围等条款，避免产生不必要的纠纷。

无论商业方式如何创新变革，消费者最看重的是内容品质、服务水平、用户体验，无论行业生态如何发展，各方都应以消费者的需求为出发点，提供更有吸引力的内容和更优质的服务，让行业发展与消费者权益保护共行。

本版编辑 辛自强 美编 吴迪 来稿邮箱 jrbgzb@163.com

# 平价雪糕成今夏主流

本报记者 刘莉

今年雪糕市场整体销售与去年相对持平，价格分布呈现“掐头去尾”的态势，低端产品和高端产品体量较小。

年轻消费群体表现出看重新奇产品、情绪价值等的消费倾向，让新产品更容易被接受，雪糕产品有望不再只是夏日冷饮，雪糕消费可以贯穿全年。随着消费场景不断延伸，行业规模持续增长仍然可期。

这既是行业竞争的结果，也是满足差异化需求的表现。据了解，经过2023年的市场波动，平价雪糕的回归反映出市场对过度营销的自我纠偏。此前，一支雪糕的价格动辄几十上百元，甚至还要排队抢购。高定价提高了消费者预期，但消费体验并没有拉开实质差距，较大的心理落差在一定程度上影响了高价雪糕的口碑。此外，随着越来越多雪糕品牌上市，产品竞争更加激烈，部分品牌也选择通过降低价格来吸引消费者。朱丹蓬表示，当前，消费者对商品品质价比的要求提高，兼顾质价的产品和品牌未来会有市场。

除了平价雪糕占据主流外，市场也出现了一些新的亮点。一方面，复古雪糕经久不衰。不少消费者愿意为儿时回忆和情怀买单，部分品牌适时推出的复古产品不仅价格亲民，品牌效应也吸引了众多消费者。另一方面，文创雪糕热度不减。以

创意为核心卖点，以文旅场所为主要消费场景，文创雪糕在保持良好销路的同时，也是较好的宣传推广载体。比如，北京玉渊潭公园的樱花系列冰淇淋已经出到了第9代，北海公园的荷花雪糕、故宫的屋檐雪糕也成为许多游客的“打卡”必选产品。在天坛公园，记者看到，天坛祈年殿造型雪糕售价为28元，有不少游客排队购买。“买文创雪糕与景点合影，是件挺有纪念意义的事，虽然不便宜，但主要看重的是造型和当下的心情。”一位拿着天坛祈年殿造型雪糕的游客告诉记者。

谈及雪糕行业的未来增长，朱丹蓬认为，年轻消费群体表现出看重新奇产品、情绪价值等的消费倾向，让新产品更容易被接受，雪糕产品有望不再只是夏日冷饮，雪糕消费可以贯穿全年。随着消费场景不断延伸，行业规模持续增长仍然可期。



7月14日，在广西桂林市阳朔县遇龙河景区万景码头，大批游客乘坐竹筏游览遇龙河。随着暑假的到来，阳朔县旅游进入旺季，各旅游景区迎来客流高峰，每天都有大批游客乘坐竹筏漂流，欣赏沿岸风光。黄桂林摄(中经视觉)