

“创新链”遇见“产业链”

——科技成果转化推动新质生产力加速发展

新华社记者 严赋憬 宋晨 魏弘毅

2025年春节,中国人工智能企业深度求索(DeepSeek)推出的国产大模型以“小成本办大事”的高性能惊艳全球,成为中国科技创新体系持续深化、科研技术加快落地的生动写照。

科技成果转化是发展新质生产力的题中之义。科技创新中蕴含巨大的价值,只有落到产业上,才能将科技成果转化成为现实生产力。

近段时间,记者走访多地发现,各地各部门积极探索推动创新链与产业链深度融合,为加快推动高水平科技自立自强、发展新质生产力培育新动能。

打造产学研深度融合新范式

“4月份我们要参加北京亦庄的半程马拉松比赛!”

在北京经济技术开发区,一见到记者,国家地方共建具身智能机器人创新中心品牌公关负责人魏嘉星忍不住分享喜悦之情。参加比赛的不是“人”,而是创新中心研发的人形机器人。

从2023年底成立创新中心,到如今实现机器人平地行走、上下台阶、跑马拉松,不过一年多时间。科幻场景何以加速走进现实?

“创新中心目前已联合全球科研机构、高校和业内头部企业开展关键共性技术攻关,并将在多个高价值场景中进一步推动人形机器人落地应用。”魏嘉星说。

中国科学院院士郑海荣认为,深化产学研合作,能有效破解科技创新与产业创新之间的供需矛盾,把科技力量转化为产业竞争优势。

企业是科技创新的主体,融合创新要以市场需求为导向,引导前沿技术高效对接市场。

立春启新岁,复工正当时。华润微电子(重庆)有限公司的生产车间内异常忙碌。当前企业在功率半导体关键核心技术和产业化合作上取得了新突破,2025年预计能够推出系列新产品。

这一新突破离不开电子科技大学重庆微电子产业技术研究院的合作支撑。

瞄准产业重大需求和技术难题,与龙头企业深度绑定——研究院与包括华润微电子在内的4家企业签订半导体产学研合作协议。企业“出题”,研究院“答题”,带动当地集成电路产业“珠联璧合”。

“我们的老师和学生隔三岔五就往企业跑,和企业共同解决技术难题,促成诸多科技成果成功转化。”研究院副院长刘益安说。

加强产学研深度融合,还需优化创新环境,构建更加有利于协同创新的生态系统。

生物医药分中心已有7个高校创业项目入驻,信息通信分中心拟落地高校成果转化项目4个……去年底全国高校区域技术转移转化中心(江苏)揭牌以来,一连串数字见证融合创新成效初显。

通过建立全流程一体化工作服务机制,转

移转化中心将应用学科与区域产业发展进行整体布局,营造良好科创环境,破解成果转化供需错位的堵点。

推动建设环高校创新集聚区,围绕重点产业链制定企业主导产学研专项规划……放眼全国,更多地方正加快系统谋划,打造协同创新的生态系统。

以改革激发科研人员创新活力

评职称靠什么?论文还是奖项?如今,科技成果转化也成了有力的“敲门砖”。

“之前确实没想到,这样也能评上职称!”回想起评职称的经历,西安石油大学电子工程学院教授严正国颇为感慨。得益于陕西推出的技术转移人才评价和职称评定制度改革,严正国科技成果转化业绩突出,通过特殊评审评上了教授职称。

相似的事情也发生在山东大学材料科学与工程学院副教授赵圣尧身上。

赵圣尧告诉记者,自己的专业应用性强,但对发表学术论文帮助有限。“因为没有更多晋升路径可选,我挺担心自己的学术生命力。”

2024年,山东通过实施科技人才评价综合改革试点,逐渐构建起以创新价值、能力、贡献为导向的科技人才评价体系。赵圣尧选择申报应用技术开发型岗位,目前不仅职称得以晋升,还获得科研经费1000余万元、取得授权发明专利十多项。

破除“唯论文”倾向,建立合理的人才评价体系,正不断调动科研人员持续将科研成果转化为新质生产力。

激发人才创新活力,对知识产权转化运用的探索是关键。

对于天津理工大学材料科学与工程学院教授袁志好而言,在坚守水系锌碘电池开发这个“冷门”领域十几年后,团队终于在关键技术上取得突破,也赶上了学校打造的“赋权+作价入股”新模式。

通过开展职务科技成果赋权改革,袁志好作为“新型水系锌碘电池”技术成果的完成人,向天津理工大学技术转移中心申请利用职务成果作价入股。委托第三方机构对成果价值进行评估后,学校按照赋权改革相关政策规定,给予袁志好90%技术成果所有权奖励。

中国社会科学院工业经济研究所副研究员李伟认为,赋权改革使知识产权在市场环境下顺利转移转化,产生效益、推动发展,实现创新投入与回报的良性循环。

展望新的一年,优化分类考核、完善创新激励机制成为多地多部门圈定的改革重点任务。

人力资源社会保障部等8部门引导企业对高技能人才实行中长期激励办法;国家知识产权局明确促使发明者、创新者合理分享创新收

益;上海加快建立以创新能力、质量、实效、贡献为导向的人才评价体系……

随着科技成果转化收益分配机制不断健全,人才评价体系逐步完善,将进一步释放干事创业的热情和能量,在科技界和产业界形成良好预期,更好调动各方的积极性和创造性。

专业化服务推动科技成果加快落地

车间内,14条中试组装测试线不停运转,医疗器械、智慧停车、商用服务机器人、消费电子等领域的科研项目正在加快走向产业化的步伐……位于四川成都的蜂鸟智造(成都)科技有限公司开足马力赶进度。

企业负责人田勇说:“最近,每周大概有3至4个新项目到我们中试平台进行成果转化和中试。”

在经济研究中,“达尔文死海”被用来形容从理论研究走向产品市场中间的空白地带,中试是跨越这一“死海”的重要工具。数据显示,2024年全国建设制造业中试平台超过2400个,已有超过15万家规模以上工业企业开展中试活动。

上海交通大学安泰经济与管理学院副研究员钟辉勇说,打造概念验证、中试验证等专业化平台能为技术走向市场提供关键支持,帮助企业降低技术应用风险,加速技术成熟。

“专业”,越来越成为行业内的共识。推动科研成果转化,要有专业的平台、专业的人才提供专业化的服务。

调研中,记者注意到一种新职业。有人称之为“技术经理人”,有人称之为“科技经纪人”,从业人员更愿意形象地称呼自己为“科技红娘”,提供“技术端”到“市场端”全链条陪伴式服务。

“我们得懂科技、懂产业、懂资本、懂市场、懂招商、懂培育。”陕西西安秦创原创新促进中心科技经纪人白宇豪笑称自己是“杂”家,既要有发现好项目的眼光,也要有帮助公司搭建框架的能力,还要有为公司寻找投资和市场的办法。近两年,他已经服务了十多家企业落地。

“在科技创新成果转化过程中,把一个科学家变成企业家可能是最难的部分。”重庆高新技术产业研究院董事长陈锦说,通过遴选技术经理人担任孵化企业的总经理或常务副总经理,科学家和经理人发挥各自优势,让科创企业尽快适应市场、占领市场。

依托这样的思路,研究院已成功孵化出拥有400余人、近2亿元产值的“明星”企业——重庆平创半导体研究院有限责任公司,其生产研发的碳化硅芯片在市场上已小有名气。

福建实施中试创新服务平台体系建设行动,西安交通大学成立技术经理人学院,江苏引导耐心资本投早、投小、投长期、投硬科技……织好成果转化服务保障网,进一步推动科技与产业双向奔赴,新质生产力发展正增添更多“新”意。

新华社北京电

文旅市场踩上哪吒“风火轮”

新华社记者 董小红 卢宥伊 许晓青

《哪吒之魔童闹海》(《哪吒2》)成为我国影史首部百亿元票房影片,从“跟着吒儿去旅游”出圈,到相关衍生品卖断货“一吒难求”,《哪吒2》的流量持续“溢出”,从“单一票房驱动”到“多元价值挖掘”,电影IP让文旅市场也踩上了“风火轮”,掀起阵阵热潮。

《哪吒2》爆火为地方文旅注入“泼天流量”

“哪吒”在银幕上爆火的同时,也带动了国内多地和哪吒有关的旅游景区。“跟着吒儿去旅游”成为热门出游方式。

高达5米的哪吒、憨态可掬的太乙真人、清秀俊逸的龙王太子敖丙……作为“哪吒”的诞生地,在成都高新区交子大道,《哪吒2》动画电影中的人物雕塑吸引了众多市民游客驻足打卡。

在上海电影博物馆的上海美术电影制片厂展区,连日来游客成倍增长。“《哪吒2》里有上海美术电影制片厂《哪吒闹海》的影子,我们看完电影后很激动,带着孩子来寻找更多哪吒的形象。”上海市民王女士说,展区内还有老电影《大闹天宫》中三头六臂的哪吒形象原画稿及场景渲染图等,非常适合游客进一步了解影片背后的故事。

近期,四川宜宾市翠屏山景区“哪吒行宫”景点游人如织。景点工作人员告诉记者,自电影《哪吒2》火爆出圈后,景区客流量显著增长,尤其是“哪吒行宫”的关注度持续上升。“通常情况下,春节假期后景区客流量会有所下降,但今年从正月初四至今,客流量并未减少,反而持续攀升。”该工作人员说。

据了解,“哪吒行宫”单日游客最高峰值约8000人次,日均游客为4000人次。截至目前,“哪吒行宫”已累计接待游客较往年同期增长了近300%。

与此同时,江西上饶太乙真人殿文创销售额破千万元,河南西峡陈塘关遗址公园春节游客量增长300%,天津河西区推出哪吒主题线路……借助《哪吒2》的热度,新颖的文旅消费场景与模式层出不穷,“影视IP+旅游”联动,激发出文旅产业的蓬勃活力。

产业链延伸:从“单一票房驱动”到“多元价值挖掘”

记者了解到,目前,哪吒IP通过多元授权与跨界合作,形成“内容+消费”的产业链生态,推动文化价值向经济价值转化。

——衍生品市场迎来“抢购潮”:记者梳理发现,《哪吒2》联名手办迎来“抢购潮”,相关盲盒系列上线即售罄,二手平台甚至价格翻倍。阿里鱼众筹平台“造点新货”上,散光手办众筹金额超1500万元,覆盖潮玩、文具、小家电等多品类。

UME影城上海新天地店店长卢瑛说,春节假期最后两天,200元以内的《哪吒2》影院衍生品都已售罄,最后售出的几只哪吒系列爆米花桶,还是从外地紧急调货进沪的。

记者在成都高新区一家盲盒店看到,前来购买《哪吒2》“天生羁绊系列”盲盒产品的市民及游客络绎不绝。“来问了好几天了,一直都没货,还在等补货。”焦急等待货品上架的市民李先生说。

——科技赋能让影视IP融入生活:江西某景区开发“元宇宙陈塘关”,游客可以通过数字分身沉浸式参与神话剧情;四川景区推出哪吒主题短剧,结合社交媒体传播实现品牌破圈……《哪吒2》带动传统IP从静态作品转化为动态创新性表达,实现经济价值提升。

四川传媒学院数字媒体与创意设计学院教授黄丹红认为,《哪吒2》电影本身就运用了很多先进的技术,随着人工智能等技术的广泛应用,打造精品文化IP,以数字化手段来促进文旅体验,也将成为未来文旅产业发展的核心驱动力。

——“影视+文旅+消费”跨界联动:《少年英雄小哪吒》动画片将蜀南竹海、兴文石海等实景融入剧情,带动当地提升旅游认知度;“哪吒IP小家电”则探索传统文化与现代消费品的结合……类似《哪吒2》这样的爆款IP,正在通过跨界联动,取得产业链的延展。

四川大学文化产业研究中心主任蔡尚伟认为,文化IP深入融入更多行业领域,将为消费者带来更加多样化和个性化的产品与服务体验。这种跨界融合不仅能够满足消费者多样化需求,还将成为企业挖掘潜在市场、提升竞争力的重要动力。

从“流量狂欢”转向IP深耕

《哪吒2》的成功反映当前我国文旅消费增长新趋势,显示了中国文化消费的新动力。业内人士认为,影视IP长远发展需超越短期“流量狂欢”,以文化自信为根基,以技术创新为引擎,以产业生态为支撑,耕耘IP的长期价值。

负责《哪吒2》全片3D转制的上海幻马文化传媒有限公司动画艺术总监韩晓菲认为,虽然《哪吒2》火爆,但大家也不要“一窝蜂”扎堆神话IP,应该鼓励放开想象力,引导行业形成多元丰富的生态。

近年来,我国在传统文化IP开发上取得显著突破,成功打造《哪吒2》等一批现象级文化爆款。但是,一些影视IP的运营仍以短期流量变现为主,往往难以支撑IP的长期发展。

“真正具有市场影响力的IP,需要超越单一产品周期,通过内容创新和产业闭环,打造可持续的文化产业链,从而在全球市场建立更具竞争力的文化品牌。”蔡尚伟说,“后续希望各地围绕哪吒的角色、世界观和文化属性,开发更多元的内容载体,如游戏、动画剧集、文学作品、互动体验等,形成一个可持续发展的IP矩阵。”

多位专家呼吁,避免“神话人物户籍化”,地方文旅宣传也要掌握火候,避免用力过猛。文旅融合的尽头,不在于争抢“哪吒是哪里人”,而是积极扩展到更多元的领域,有效推动IP资源向文化资产的转化。

新华社北京电

