焦作日报
影响怀川 服务发展

产经观察 周刊
Industrial observation weekly

统筹：孙国利
编辑：杨海利
校对：胡玉成
组版：牛成文

6

2012 年 8 月 14 日 星期二
逢周二出版 第 18 期

爆料电话：8797311 8797319

产经视角

创新『引擎』 驱动转型

我市省级以上企业研发中心发展述评

本报记者 许伟涛 实习生 李明轩
本报通讯员 郭 静

从“黑色印象”到“绿色主题”，从传统产业向现代产业，回眸焦作这座活力之城的转型之路，一条清晰的脉络跃然纸上：自主创新正成为焦作全面转型、加速发展的强大引擎。

对此，一组有关省级以上企业研发中心的统计数据，可作有力佐证：截至 2011 年年底，全市共有省级以上企业研发中心 63 家。2011 年，63 家企业研发中心 R&D（研究与开发）人员 9884 人；R&D 经费内部支出 18.84 亿元，比 2010 年增长 34.5%；专利申请 515 件，比 2010 年增长 76.98%；有效发明专利 226 件，比 2010 年增长 5.61%。

毫无疑问，现代企业竞争的核心是企业的自主创新能力。而企业研发中心，正是企业开展创新活动的主要平台，是企业自主创新能力建设的关键环节。

实践证明，这些研发中心源源不断地研制出的各类新产品，提供适用的新技术，为企业的创新发展插上了腾飞的翅膀，成为驱动企业转型发展的强力“引擎”。据统计，2011 年，全市 63 家拥有研发中心的企业实现主营业务收入 642.422 亿元，比 2010 年增加 44.6 亿元，增长 7.46%。

创新“引擎”，驱动发展。所谓创新驱动，用一个比喻可以让我们理解它区别于传统意义的资源驱动、资本驱动：如果把经济发展比喻成航行的大船，投资拉动好比是人力拉纤，而创新驱动则好比给大船装上了发动机。

对此，曾有经济学家以具体的数字，来形容创新驱动的“魔力”：一般投资拉动型经济投入产出比只有 1:2 左右，而创新驱动可以实现惊人的 1:50 以上。

其实，创新作为一个区域经济高速健康发展的永续动力，焦作已经超前领悟，并自觉实践。多年来，焦作为摆脱城市因资源枯竭而衰，矢志不渝地主动选择产业转型。特别是“十一五”期间，焦作工业在调整结构、转变发展方式中悄然提升，渐呈多途径转型平台，新兴产业强势崛起。

为加快全市工业企业科技创新步伐，我市以企业为主体，建成了一批国家级、省级研发中心，组织实施了兆瓦级风电机组偏航制动器、千吨级高性能晶体六氟磷酸锂、热升华成像技术和配套打印设备等一批省重大科技专项，建成一批拥有核心自主知识产权、特色突出的产业创新中心。

2011 年，全市取得省级科技进步奖 14 项，申请专利 2062 件，授权专利 1019 件，获得国家级科技项目立项 6 项，获得省级科技项目立项 90 项。同时，在汽车零部件、造纸装备等领域突破了多项关键核心技术。

只有技术领先，才能在市场中领先。原来名不见经传的多氟多化工股份有限公司，近年来坚持自主创新、集成创新、引进消化吸收再创新，走出了一条技术专利化、专利标准化、标准国际化的创新发展道路。截至目前，该公司主持制定、修订了冰晶石、氢氟酸、氟化锂等 40 余项国家标准和多项行业标准，研制了冰晶石、氟化铝等国家标准样品，并被推荐为 ISO 标准样品，同时组建了国家认定企业技术中心和国家认可实验室，实现了“一次检验、全球通行”。

成绩固然可喜，问题尤需警醒。近年来，我市省级以上企业研发中心建设取得了长足发展，在新产品、新技术的开发和科技成果转化等方面取得了明显成效。但从迅速发展的经济社会对科技的需求看，我市企业研发中心建设还存在诸多问题和不足。比如，我市企业研发中心个数多，层次还需要提升；地区间科技投入差距大，地区、行业发展不平衡等。

众所周知，企业研发中心作为科技创新的主体，在表现出优于传统企业的高成长型的同时，也无法摆脱高风险的特征。风险的存在使企业面临科技创新融资困难，融资渠道单一的局面。

据统计，我市企业科技创新资金来源，自有资金高达九成以上，银行贷款等所占比例不到一成，可见内部融资仍是企业科技创新融资的主要方式。尽管这种方式，具有原始性、自主性、抗风险性和低成本性的特点，但是无法解决企业长期持续的科技创新资金需求，资金自然成为制约企业科技创新的瓶颈之一。

与此同时，我市企业科技创新人才优势不明显，尤其是高素质科技人才缺乏，也不利于企业科技创新能力的提升。2011 年，全市企业研发中心 R&D 人员 9884 人，较 2010 年减少 2022 人，减少 16.99%。特别是高学历人才比例偏低，博士和硕士毕业的人数只占 0.9%。

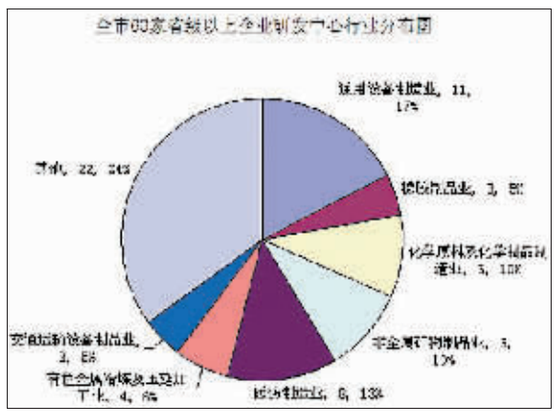
驻足回眸，是为了更好地奋力前行。在下一步的工作中，我们认为应从以下几个方面积极应对：

首先，要营造良好科技创新环境，鼓励企业技术中心建设。要进一步加快科技体制改革，提高科技管理效率，促进科技成果转化；建立健全公平、规范、有序的市场秩序和规则，保护企业自主创新；企业要高度重视知识产权管理与保护，培育具有自主知识产权的核心技术；提高企业研发中心的创新创业意识，形成尊重知识、鼓励竞争、倡导合作、崇尚创新的科技氛围。

其次，要多渠道筹集企业科技创新资金。要充分发挥各级财政资金的导向作用，提高政府在研发活动经费中的投入比重；有关部门要加大引导和支持，支持企业利用国内外资本市场实现直接融资，并支持企业积极引进风险投资机构，发挥风险投资基金的作用。

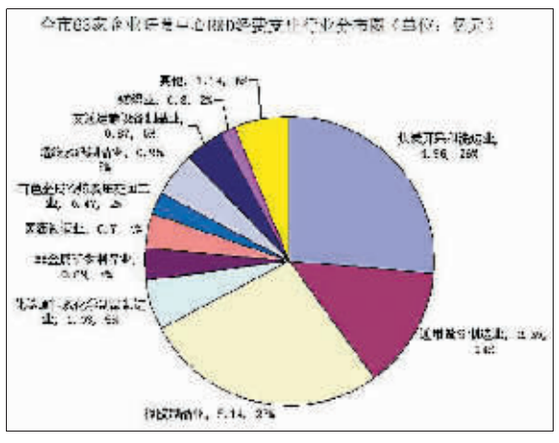
第三，要加强企业研发中心机构和自主创新人才队伍建设，不断强化人才的引进、培养和使用，加强企业研发中心的硬件建设，加强企业技术中心人员的再教育，提高企业技术中心从业人员整体素质。同时，企业还要建立人才网络，通过培养、引进、留驻、用活一批高层次人才，解决科技人才不足的瓶颈问题。

第四，要尽快建立企业科技创新评价指标体系。在 7 月 6 日召开的全国科技创新大会上，温家宝总理提出，到 2015 年，全国 R&D 投入占 GDP 的比重要达到 2.2%，大中型企业的 R&D 投入占企业销售收入的比重要达到 1.5%。对照目标，结合实际，我市应尽快建立全市企业科技创新评价指标体系，把企业研发中心建设、研究开发投入和创新能力提高作为考核的主要内容，促进企业研发中心快速发展。



全市 63 家省级以上企业研发中心分布广泛，覆盖了 20 多个国民经济行业大类，分布于 7 大行业。

本报记者 **许伟涛** 制图



据统计，在全市省级以上研发中心中，这 10 个行业的 R&D 人员、R&D 经费支出、专利申请、有效发明专利分别占全市 63 家企业的 88.34%、93.97%、82.36%、69.71%。

本报记者 **许伟涛** 制图

转型路径薄弱一环亟待补强

——经济转型做示范系列评论之二

□许伟涛

只有加快转型，才能持续发展。这是在发展危机中清醒过来的焦作人，早已达成的共识。坦率地说，在中原经济区建设的重大机遇面前，焦作经济往哪转？怎么转？焦作人心中，也早已有了一个“在转型中提升”的清晰思路。但笔者认为，一条锁链，最薄弱的一环决定其强度。在焦作经济转型的路径中，其薄弱环节理应引起重视，补弱为强。

愿意的，历史领着走；不愿意的，历史推着走。在当前整体经济形势异常严峻、企业效益下行压力持续增大的大背景下，焦作经济转型升级无疑成为唯一的出路。纵观经济转型路径，无外乎有三：一是制造业的内在科技创新升级；二是以生产性服务业促进制造业结构升级；三是先进制造业与现代服务业“双轮驱动”。

实践证明，立足于制造业内在科技创新的转型路径，可谓效果显著。近年来，焦作用先进适用技术改造提升传统产业，在结构调整上下大工夫，大力发展有规模、有科技含量的新型化工产业，不断拉长产业链条，提升产业档次，产业链条正在由“短”变“长”。

更为重要的是，焦作通过大力发展新兴产业，做大机械装备制造业，打造新型工业强市，有了以煤炭经济为主向煤、电、铝、煤盐化工一体化延伸，机械制造由传统向现代转变，由单一的粮食加工向农副产品综合加工转变……

毋庸置疑，焦作正从一个老的资源型工业城市，变成一个更具活力的新型城市，其工业从传统到现代的转型之路也越走越顺。但从自身来讲，焦作是座因煤而兴的城市，由此而衍生出来的工业，结构不合理，产业关联度不高，多数企业“单打独斗”闯市场的现状，并没有从根本上得以改变。特别是从转型到提升，涉及到能够促进制造业结构升级的生产性服务业，在现阶段还没有发挥应有的作用。

所谓生产性服务业，是指为保持工业生产过程的连续性、促进工业技术进步、产业升级和提高生产效率提供保障服务的服务行业。它作为与制造业直接相关的配套服务业，是从制造业内部生产服务部门而独立发展起来的新兴产业，本身并不向消费者提供直接的、独立的服务效用。

由此可见，生产性服务业依附于制造业企业而存在，贯穿于企业生产的上游、中游和下游诸环节中，其以人力资本和知识资本作为主要投入品，把日益专业化的人力资本和知识资本引进制造业，是二三产业加速融合的关键环节。笔者在采访某制造企业负责人时，曾多次听到这样的感慨：“与南方发达地区相比，我们太缺少能够配套的服务型企业和技术型人才了。每逢遇到客户要求生产特殊形状和尺寸的产品，模具、夹具都要拿着图纸，跑到外地去定做才行。”

道行之而成，物谓之而然。既然生产性服务业作为制造业中间投入的重要部分，与制造业之间是一种不断加强的双向互动关系，可以互相促进。那么，如何才能实现以生产性服务业，推动制造业的结构升级呢？韩国的做法是：上世纪 90 年代，韩国曾举国家之力推动自主创新，加大产品研发及设计投入，大举发展设计、金融、物流、信息等生产性服务业，并为产业技术创新提供倾斜式金融支持，直接进行财税、信贷补贴支持，并在企业不同发展阶段，竭尽所能给予企业更具创造性的支持。

借他山之石，筑自家园林。从目前来看，焦作的先进制造业与现代服务业的“双轮驱动”，无疑还是一快一慢。对此，笔者以为，焦作在推进转型升级时，是否应该在加大制造业“硬投入”的时候，也关注于生产性服务业的“软产出”，加大对生产性服务业的扶持力度，补上我市经济转型路径中的“薄弱一环”，拉长产业链条，实现科学发展。

8 月 10 日上午，焦作新区总投资 3 亿元的焦作同仁医院项目正在紧张施工。焦作同仁医院是一家集医疗、急救、教学、科研于一体的大型“三级甲等”综合医院，服务辐射半径达 200 公里。截至目前，该项目已完成投资 2 亿元，门诊大楼正在进行主体外装修和内部设备安装，行政楼和专家公寓已施工过半。

本报记者 **田建明** 摄

信用保险给力小微企业

本报讯（记者**李秋** 通讯员**王杰山**）“新客户没有合作过，不了解、不托底”、“银行门槛高、融资政策紧，融资困难”……针对小微企业在开拓国际市场上经常遇到的问题，近日，市商务局走进小微企业宣讲出口信用保险政策。

出口信用保险是我国出口退税、融资、保险等三大外贸优惠政策的重要组成部分，是国际通行的、我国法定的出口促进工具。

中国出口信用保险公司河南分公司豫西业务处处长魏冰深、客户经理屈昊，就小微企业出口信用保险政策进行了宣讲，并对小微企业出口信用保险简易承保方案和业办理具体业务进行了详尽讲解。同时，企业围绕自身开展贸易融资可能出现的问题与专业人员进行了广泛的沟通与交流。

市商务局有关负责人说，外贸企业应充分认识出口信用保险对促进小微企业发展的积极作用，利用信用保险的风险管理功能和优势，促进小微企业开拓国际市场，提高出口竞争力，同时还应做好信用保险与贸易融资的相互结合，解决好小微企业的融资困难。

后续报道

“根据地”，丢不得！

——我市白酒产业发展透视之五

本报记者 詹长松 杜 笠

经商理论中有“不怕你不买，就怕你不来”之说，意思是只有你来了，才会有买的可能；即使来了没买，我也起到了很好的宣传效果。反过来讲，如果我来了你却没有，那么你就错失了一次可能成功营销的机会。

在焦作偌大的白酒市场中，激烈的竞争从来都没有停止过，你方唱罢我登场，各领风骚一两年。以三家村、沁河玉液和怀庆府等为代表的焦作本土白酒品牌，以其优良的酒质、良好的口碑，早已得到人们的认可。那么，这些本土品牌的“根据地”市场如何？连日来，本报记者通过调查发现，目前本土白酒品牌在“根据地”市场受外来品牌的强力冲击，占有率不尽人意。

8 月 9 日至 11 日，记者先后到多家大型超市和繁华地段的烟酒店进行采访。记者发现，在超市中三家村和沁河玉液这两个品牌很难见到，即使有也是在不起眼的边角位置，烟酒店里情况好些，但也仅有畅销的几个品种，怀庆府等品牌则是难觅其踪。反观泸州、郎酒、古井贡等外地品牌，在超市和烟酒店都是品种繁多、琳琅满目。

在蓝波湾新东店，记者在货架上没有看到三家村和沁河玉液的产品；在百货大楼焦东超市，只有沁河玉液的少数牌子；在大商超市，也只有沁河玉液；在丹尼斯超市和三维超市，三家村和沁河玉液这两大品牌不见踪迹。

在大杨树商业街的一家酒业烟酒商行，店主告诉记者，本地白酒多以零售为主，价格在 50 元以下的酒比较好卖，销售份额仅占到 30%。在位于塔北路夜市的鑫苑生活超市，记者见到货架摆放有本地白酒：三家村和沁河玉液。但据老板介绍，此处的沁河玉液销量已不如去年，而尖庄、宋河、双沟、杜康等品牌低价位酒势头正劲。

本地白酒在超市和烟酒店内所占比例有限，是因为产品种类少吗？非也。以三家村为例，三家村在市区开设有三四家体验馆，建设西路的三家村珍品商行和果园路上的三家村品牌店有原味酒头、不锈钢二两装 70°酒头、木头盒包装 1958 年份酒、竹林夜话等不同档次、各种包装的三家村酒，足以让你看得眼花缭乱。

那么，其原因何在？业内人士分析，一是与各自的营销策略有关。如三家村，其 80%以上的酒都是走团购的销售路线，零售只占很小一部分。二是受外来和尚会念经的影响，超市和烟酒店会有意突出名酒和外地品牌，吸引消费者。三是超市有较高的上货门槛以及较长的资金流动周期，也是本地酒不愿意进超市的原因。四是烟酒店虽是白酒销售的重要渠道，但对于本地白酒来说，仅是个别畅销品种能进入。

我市酒文化可谓源远流长。过年过节、亲朋相聚，人们总会掂上两瓶，小酌几杯，联络感情。据有关部门统计，我市白酒年销售量 1.4 万吨左右，全市城乡人均消费白酒 4 公斤左右。

喜欢饮酒的市民徐先生说，他买酒随机性就很大，如果本地酒和外地酒在口感、度数、价钱都相差无几的情况下，他肯定会选本地的。

大商超市一位酒类销售人员也告诉记者：“经常会有市民和来焦旅游人士来问本地酒，尤其是三家村品牌，这足见我市白酒的影响力，但往往是因为品种过于少而让人家失望而归。”

但是，良好的市场氛围却没有给本地白酒带来令人满意的市场份额。所以，借助“地利”优势，巩固“根据地”成为本地白酒发展亟待解决的问题。

三家村董事长、总经理柴保顺说，白酒的价格由生产成本、物流成本、宣传费用、员工工资等多项组成，其中物流成本会随着物流半径的增加而增大，占酒价的比例不小。而在本地市场销售，相对其他品牌就有了无可比拟的“地利”优势，竞争力势必会增强不少。三家村已把深挖根据地市场提到了前所未有的战略高度，作为未来两三年深耕细作的重点市场。

三家村酒，是咱焦作人自己的酒。同样，像沁河玉液、怀庆府等白酒品牌，也是地地道道的本地品牌，都需要本地消费者的厚爱。柴保顺说，本地品牌的发展壮大，离不开本地消费者的呵护与关爱。他希望我市白酒企业共同携手，在全力开拓外地市场的同时，强化“根据地”的建设，打造叫得响的白酒品牌。他同时希望焦作广大的白酒消费者强化本土意识，呵护焦作酒，关爱焦作白酒，促进焦作白酒产业做强、做精、做优、做大。