

受到功能定位不明、自我造血能力不强、人员管理机制不完善等问题困扰

新型研发机构迅猛发展后如何“活下去、活得好”

阅读提示

近年来,伴随着《辽宁省新型创新主体建设工作指引》等相关政策出台,备案名单发布、高规格组建等一系列政府刺激行为,让辽宁迎来新型研发机构建设热潮。然而,一些新型研发机构面临自我造血能力不强等问题,尚未探索出有效的市场化持续盈利模式。

杰所在的机构成立不到2年,隶属于辽宁一家科研院所,科研人员也主要来自主办单位。杨杰抱怨说,机构已经沦为院所的“技术转移办公室”,科研人员带着原单位的项目到这里推广,不想着聚焦的产业、企业需要啥,仍是科技、经济“两张皮”。和传统科研机构相比,无非是“新瓶装旧酒”,很难带来经济效益。

如今,这家机构运营主要靠政府的“前资助+后补助”支持资金,尚未探索出有效的市场化持续盈利模式。“政府支持的经费是科研经费中临时性的列支项目,而非稳定的财政支出科目。而且,政府还要考核,考核不合格拿不到补助金。如果机构自我造血功能不足,就算熬过‘婴儿期’,也会‘营养不良’。”杨杰说。

部分科研人员动力不足的现象也在一些机构不同程度地存在。李星宇是一家新型研发机构的“兼职”科研人员,他供职的高校有自己的评价体系,不认可他在新型研发机构里的工作成果,对晋升职称无效。而且,他兼职后不能拿“兼职”,高校在他的工资里砍掉了一部分。这些做法令他的积极性大减。

多头管理效率低,商业运营有短板

“科研圈里,很多人都没搞清楚新型研发

机构到底是什么?”长城所沈阳分所负责人、辽宁新型研发机构联盟战略顾问吴勇说。

因为定位不清晰,杨杰的新型研发机构注册时就“左右为难”。最开始,筹建者中,有人支持注册为事业单位,但被质疑在用人、分配制度上会受诸多管理限制。有人支持注册为企业,但在政府建设和运营资金支持渠道、进口设备减免税等方面无法突破政策障碍。

有人支持注册为民办非企业单位,但又难以享受税收优惠、财政建设资金,而且承担国家

科技计划缺乏渠道,最终打政策“擦边球”,申请了多块“牌子”。

吴勇告诉记者,新型研发机构可由社会力量、企业、高校、科研院创办,核心是高效推动存量企业技术升级及新培育科技型企业,不同于传统研发组织,具有公益性的特点。

目前,新型研发机构分为“官办民助”“国有新制”“自主创办”三种模式,科技成果转化收益分配方式也五花八门,这也致使科研人员的研发热情有多有少。

吴勇认为,新型研发机构的建设、运行与协同创新涉及地方政府、高校、产业界多方利益主体,各利益主体的功能又不尽相同,这虽然能最大限度地促进协同创新,但也会导致

决策程序繁杂、多头管理效率低、片面注重短期利益等问题。

“做技术是一等一的好手,干起运营管理,一个比一个不足。”杨杰说。他表示自己的核心团队里缺少有企业背景的高端产业人才,对业务架构、商业模式认识不足,没有企业管理经验,在内控管理、资本运营、市场营销等方面存在短板,致使机构的造血能力严重不足。

高质量发展还需苦练内功

“彻底忘掉‘政府补助’,苦练内功。”长期致力于新型研发机构研究、沈大自创区研究院副院长苗媛媛建议说。

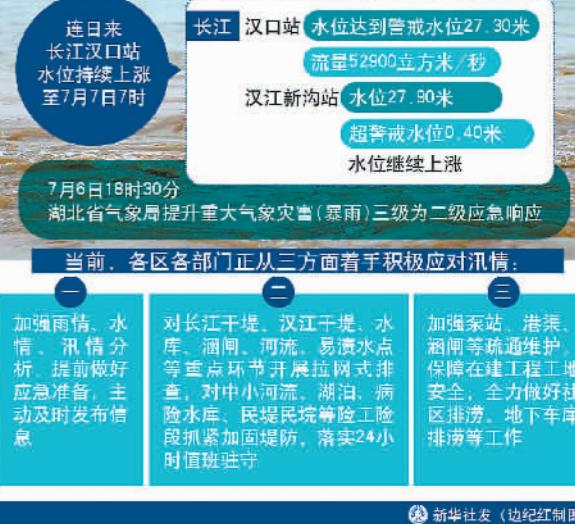
她认为,在创办初期,新型研发机构不能过度指望政府补助,而要提升机构从市场化渠道实现创收的能力。选择一条产业链持续深耕,定位为产业链升级服务者,集中精力为该产业链大企业、初创中小企业提供有价值服务,力争成为全国乃至全球该产业链创新发展、转型升级的重要推动者。

吴勇呼吁,对新型研发机构的地位给予充分肯定,针对专兼职人员的科技成果转化收益体制机制要逐步放开。从产业发展、创新发展、社会效益和经济效益多角度考虑新型研发机构的建设,逐步确立新型研发机构的创新主体地位,对新型研发机构的专兼职人员给予高校科研院同等人才待遇。同时,政府相关单位制定配套政策,最大限度地释放政策红利,吸引企业和广大科技人员参与到新型研发机构建设和运行的实践中。

长江汉口站水位达到警戒水位

武汉市防汛抗旱指挥部办公室7月7日通报

7月7日7时,长江汉口站水位达到警戒水位



告别“稳赚不赔”时代

银行理财还能“买买买”吗?

新华社记者 张千千

银行理财产品动辄4%甚至5%的收益率已成“过去式”。今年上半年,理财产品收益率延续了去年整体下行的趋势,部分产品甚至在年中出现负收益现象。专家提示,下半年理财产品价格仍有较大波动可能,投资者“隐性刚兑”的预期要不得。

今年6月,引人关注的银行理财负收益情况,让诸多投资者意识到打破刚性兑付不仅仅是一句口号。

引起市场广泛关注的是招银理财“代销季季开1号”,近10月年化收益率曾达到-4.42%。但记者发现,除此之外多家银行的多款产品都曾在6月份出现过负收益。

网银银行首席研究员董希淼表示,这是由于5月份以来债券价格下行明显,部分以债券为主要投资标的的银行理财产品受到较大影响,出现了浮亏。

事实上,银行理财产品收益下行已不是朝夕之事。融360大数据研究院数据显示,今年1月人民币非结构性理财产品平均收益率就已降至4%以下,随后收益率整体呈下降趋势,5月上旬跌至3.7%左右后小幅上行,6月平均收益率约为3.8%。

专家认为,理财产品收益率降低的因素有三:一是市场流动性保持合理充裕使得市场资金成本有所下降;二是资管新规过渡期内银行资产端结构性调整仍在继续,非标准化债权类资产投资受到约束,新产品难维持较高收益;三是经济面临下行压力,大类资产价格总体下降。

与银行理财产品收益“同进退”的还有“宝宝类”理财产品。“把钱投进余额宝以后我不会每天关注收益,但最近偶然发现收益率还没有之前的一半多。”年过五十岁的北京市民王女士说,自己理财知识不多,选择余额宝这类理财产品就是“图一个省事”。

理财产品收益整体降低这件事,很多以“省心省事”为主要诉求的投资者是从余额宝等“宝宝类”理财产品收益滑坡感受到的。融360大数据研究院采集的78只互联网“宝宝类”产品样品数据显示,今年1月初,这些产品平均7日年化收益率约为2.63%,6月底平均收益率已降至1.72%。

据了解,货币基金主要的投资品种是短久期国债、金融债、高等级信用债、存款、存单和质押式逆回购等资产,此类资产与央行的货币政策、银行间的资金面高度相关。

“目前可投资的资产收益都出现大幅下调。”天弘余额宝基金经理王登峰预计,未来货币基金收益率会继续小幅走低,大部分货币基金产品在2%以下的水平将维持较长时间。

收益降低了,甚至不保本了,理财产品还能“买买买”吗?

对于负收益现象,国家金融与发展实验室副主任曾刚表示,短期账面的负收益并不代表最终的负收益,对于长期理财产品,投资者不必过度关注产品的短期净值波动。

但同时专家也提示,下半年,随着银行理财子公司的发展,理财子公司投资权益类资产的比重或将上升,理财产品价格波动情况可能会更多,幅度可能会更大。投资者在购买理财产品之前,应打破对银行理财产品“隐性刚兑”和“固定收益”的预期,正确认识净值型产品。(新华社北京7月7日电)

去年“三新”经济增加值相当于GDP的比重为16.3%

本报北京7月7日电 (记者赵剑影)记者今天从国家统计局获悉,经核算,2019年我国“三新”经济增加值为161927亿元,相当于GDP的比重为16.3%,比上年提高0.2个百分点;按现价计算的增速为9.3%,比同期GDP现价增速高1.5个百分点。

据介绍,“三新”经济是以新产业、新业态、新商业模式为核心内容的经济活动的集合。分三次产业看,“三新”经济第一产业增加值为6685亿元,相当于GDP的比重为0.7%;“三新”经济第二产业增加值为70443亿元,相当于GDP比重为7.1%;“三新”经济第三产业增加值为84799亿元,相当于GDP比重为8.6%。

2020年6月末 我国外汇储备规模环比增0.3% 至31123亿美元

国家外汇管理局7月7日发布数据显示

我国外汇储备规模

为31123亿美元

较5月末上升106亿美元

升幅0.3%

云南文山贫困人口5年累计减少近60万

本报讯 (记者黄榆)“2015年以来,通过2000多个日夜的奋战,文山州贫困人口从65.02万人减少到5.86万人,贫困村从819个减少到59个,文山、砚山、西畴、麻栗坡、马关、丘北、富宁7县(市)脱贫摘帽,贫困发生率由20.12%下降至1.83%,仅剩的广南县也基本达到脱贫标准。”云南省文山州州长张秀兰在近日举行的云南省决战决胜脱贫攻坚系列新闻发布会文山州专场上表示。

文山是全国唯一一个集“革命老区、少数民族地区、边疆地区、山区、贫困地区、原战区”为一体的自治州,是云南省脱贫攻坚的主战场之一。全州8县(市)均为国家扶贫开发重点县,其中,马关、广南两县为深度贫困县。

在精准脱贫方面,文山州建立完善贫困对象动态监测评估机制,对扶贫对象实行动态管理,精准筛选到人到户到村项目,实现村级施工图、乡级路线图和县级项目库精准衔接。截至目前,全州入库项目8011个,涉及投资235.2亿元,在产业、就业、安全饮水、外出务工、易地扶贫搬迁、农危改以及控辍保学等方面采取了一系列专项举措。



6个省级“快递进村”试点工作展开

川、哈密。

试点内容主要包括以下4个部分:一是健全基础网络。统筹推进县、乡、村三级快递物流体系建设,畅通城乡双向流通渠道。着力通过布网点、优线路、强服务等措施,在巩固乡镇快递网点覆盖的基础上,重点推进快递服务直投到村。二是优化发展环境。推动农村快递末端基础设施地方事

权有效落地,加大政府在农村快递发展上的投入,创造有利于农村快递发展的规划、政策、制度环境。三是推动融合发展。结合地方实际,推动农村快递与邮政、交通、电商、供销合作等领域资源共享、设施共建。大力推进农村快递与电商协同发展,打造服务农产品上行的“直通车”。四是提升服务质量。

新安江水库开闸泄洪

7月7日,新安江电厂工作人员在坝顶查看泄洪情况。

当日,浙江新安江水库开闸泄洪,这是水库61年历史中的第7次泄洪。自5月29日入梅以来,新安江流域连续遭遇七轮强降雨,截至7月7日10时开闸泄洪前,水库水位107.24米,超汛限水位0.74米。

新华社记者 翁忻旸 摄

社区商业不能仅停留在卖货层面

数据显示,中国社区有3.5亿个家庭,巨大的人口红利蕴藏着商业、服务、健康等多重商机,特别是生鲜和家庭生活服务板块都是万亿级市场,因此社区商业潜力巨大。为此,家乐福、华冠超市、物美超市等实体零售商正在加快进入社区商业这个板块,阿里巴巴、京东、苏宁易购等电商巨头也在大力布局。

社区商业最大的优势是离消费者更近,这使它们更容易衍生出符合消费需求发展趋势的一站式消费模式,通过就近适配、就近服务,打造生活“最后一公里”经营圈。但问题是,在互联网时代有到家服务的情况下,目前的社区商业可能算不上最便利的。因为对部分消费者来说,商品能送到家才最方便。

在此背景下,社区商业不仅需要解决顾客即时到店面门口的方便性,更要解决商品

到家的方便性。只有同时解决这两个问题,才能给消费者带来最大便利。

另外,社区商业的服务对象以社区居民为主,区别于商业区和办公楼区,这就决定了社区商业的消费需求更求多元化和碎片化。如果没有差异化和特色商品,无论新店、老店,能否继续立足都是一个问号。所以在社区商业里,商品的精准选品能力、商品的研发能力、商品的差异化能力,都是其能否走得更远的关键。

从线上线下一体化的服务,到差异化的竞争,这些决定了社区商业不是单独一家小店可以支撑的,它需要规模化、连锁化的经营,需要有很强的商品选品能力、完善的供应链体系、快速的配送能力以及拥有大量的自有品牌商品,给消费者创造多种价值。

值得一提的是,尽管机遇很多,但社区商业也面临大卖场、超市、新零售电商、前置仓

的竞争,这就需要其必须重视控本增效,提高盈利水平,而数据的有效应用是提高企业效率、降低成本的重要手段。

对许多零售企业来讲,不缺数据,不缺会员,但缺的是将数据变现的能力,缺的是基于会员群体的精准营销,这一点已经引起了不少从业者的重视。不少社区商业开始重视数字化改造,开展社区团购,强化社交消费体验等。

总之,社区商业就像一个又长又宽的赛道,有着巨大的市场需求,再加上各路资本的入场以及政策的扶持引导等因素,让这场跑机遇与挑战并存。但社区商业的从业者要想脱颖而出,不能仅停留在“我有什么你买什么”的卖货层面,而是要以消费者为主导反向定制产品和服务,从“你需要什么我卖什么”的角度出发,不断创新产品和服务。

G经济观察

本报记者 杨召奎

疫情期间,最贴近老百姓的社区商业以“保障供应、稳定物价、持续开业”行动,发挥了保民生、促稳定的重要作用,受到多方关注,也得到了政府相关部门的肯定。与此同时,社区消费者需求的变化,也让社区商业的未来发展机遇与挑战并存。

近日,在中国连锁经营协会举办的“2020中国社区商业年会”上,多位业内人士指出,社区商业不能仅停留在“我有什么你买什么”的卖货层面,其要想实现持续健康发展,一方面,无论是线上还是线下,都要比其他业态更加便利;另一方面,还要以差异化、特色化作为核心竞争力。