

技术资源布点全国 科技市场连接成网

镇海科技市场创新拓宽成果转化通道



党的十八大提出实施创新驱动发展战略,明确指出科技创新是提高社会生产力和综合国力的战略支撑,必须摆在国家发展全局的核心位置。促进科技成果转化是实施创新驱动发展战略的重要任务,是加强科技与经济紧密结合的关键环节,对于推进结构性改革尤其是供给侧结构性改革,支撑经济转型升级和产业结构调整,促进大众创业、万众创新,打造经济发展新引擎具有重要意义。

2015年10月1日,新版《中华人民共和国促进科技成果转化法》正式实施;2016年2月26日,国务院印发《实施<中华人民共和国促进科技成果转化法>若干规定》;2016年4月21日,国务院办公厅又发布《促进科技成果转化行动方案》。短短半年时间,三大“国字号”扶持科技创新、成果转化政策发布,被称为“科技成果转化三部曲”。

而近日,在浙江省科技厅提出的“一转四创”中,明确指出要推进大转化,坚持把科技成果转化作为“第一工程”,组织实施“深化科技大市场建设131”工程,分专业、分领域、常态化地开展科技成果竞拍活动,推动线上线下良性互动,打造“全国一流的科技成果转化交易中心”。

镇海科技市场作为浙江科技大市场的组成部分,率先尝试新思路、新方法,突破以往“科研院所-科技市场-企业”的成果转化通道,创新地将镇海科技市场与西安科技大市场整体对接。

5月26日,镇海科技市场网上平台暨宁波(镇海)——西安科技资源统筹协作平台正式上线,实现了“千里之外”的科技成果商品“近在咫尺”。

工业大区选择成果大区

美国的一项研究结果表明,一项新成果的研发如果全部由企业完成,转化率为22%左右;如果相关技术通过转移转化,最终的转化率为55%。这组数据说明了转移转化对科技成果促进生产力发展的重要性,而国内在长期体制机制的影响下,高等院校在未来一定时期内仍然是科技成果转化产出的主力军。

西安拥有大批科研院校,每年都会有大批优良的科技成果需要对应企业承接转化,因此西安科技大市场是全国三大科技成果输出市场之一;而宁波市镇海区虽然周边聚集了中科院宁波材料所、宁波大学等服务本地企业的“智库”,但随着经济下行压力与供给侧结构性改革带来的冲击,企业转型升级的紧迫性不断加大,镇海区这个成果输入地的“胃口”越来越大,寻求一个更大的供应商是镇海区科技管理部门的新课题。

“2014年,镇海区引进技术交易额达1.78亿元,而2015年建立科技市场之后,这个数字达到了3.34亿元,增幅达95%,这充分说明了科技市场对成果转化在企业的

重要作用。”镇海区科技局局长李德军介绍说:“现在科技市场已经建起来了,接下来就是要完善好这个市场、用好这个市场,让科技市场为镇海区经济的转型升级提供智力支撑,与西安科技大市场的合作就是非常关键的步骤之一。”

此次西安科技大市场将首个外放线上端口落户镇海,看中的正是镇海的企业需求,同时能破解当地创新要素承载企业需求能力不足的问题;镇海区则利用这次双方合作的契机,攀上高亲,补上科技创新工作中面临的科技支撑不足的短板。用科技市场这个“互联网+”的产物,突破地域瓶颈,拓宽科技与经济结合的管道,实现科研单位、企业、市场、政府之间的良性互动。

“科技资源统筹协作平台将为两地科技创新工作带来史无前例的重大机遇。”西安科技大市场服务中心副主任黄海东表示。

技术经纪人——技术与市场的粘合剂

目前,镇海科技市场已与浙江科技大市场、国家技术转移中心东部中心、中科院大连化物所国家技术转移中心等国内重点科技成果转化平台建立了合作机制,这一次与西安科技大市场的合作还将建立“科技成果+技术经纪人”、“技术经纪人+企业需求”的“2+2”创新服务模式,实现信息的实时更新。

镇海区科技局相关负责人介绍,陕西高校、科研院所所在西安科技大市场一发布科技成果,镇海科技市场网上平台就会同步更新;而镇海企业在网上平台发布需求,陕西高校和科研院所也能第一时间获悉。“以往不少企业在生产中遇到技术难题,但他们自己并不清楚问题的症结在哪里,有的因为自身专业知识的局限性,甚至都不懂怎么描述自己遇到的问题。同样,一些科研院所也不了解基层市场的情况,无法判断自己的技术到底能不能解决企业提出的难题。”镇海科技市场总经理付丽华说:“这时候就需要专业的技术经纪人充当双方的传话筒。”

技术经纪人,一个服务于高等院校,一个服务于企业,让不了解市场的院校能够知道自己的技术优势用武之地在哪里,又能避免企业不了解技术适用性而盲目

寻求合作。“以往经常提到的技术与市场信息不对称的问题,其实很大程度上就是双方的需求没有得到有效沟通,大有打渔的问和尚要不要买鱼,养猪的问尼姑买不买肉的味道。”李德军说:“线下的交流会虽然能解决部分问题,但这样的形式局限性很大,而企业在生产过程中随时可能遇到问题,如果每次都把问题寄希望于线下活动,岂非守株待兔?何况每次对接的院校专家的服务领域不可能面面俱到,所以互联网是当下解决这一问题的最优途径。”

与以往侧重在科技中介、高校院所中培育技术经纪人不同,镇海区的技术经纪人培育对象重点放在了高新技术企业、建有工程中心的企业中,全区已培育技术经纪人56名,2016年这个数字将突破130,实现全省首个高新技术企业技术经纪人全覆盖。同时,为了充分调动技术经纪人的积极性,镇海科技市场对由技术经纪人牵线的技术交易,按交易额的2%、最高不超过3000元奖励给经纪人。宁波埃美柯铜阀门有限公司在生产中遇到技术难题,为了提高产品质量,企业决定采购更好的设备。既是某信息技术公司老总,同时兼西电宁波研究院技术转移部部长的刘潇,也是镇海科技市场的一名技术经纪人,他通过科技市场委派企业技术需求后,利用西电的技术资源,按照企业的实际需求牵线西电,合作开发了专门适用于该企业的自动化流水线设备,大大降低了企业的技改成本。

“互联网+”不是逼着企业都去做电商

此次与西安科技大市场的合作,一方面是为镇海经济转型提供科技支撑,另一方面则是利用这次合作的契机,培养一批专业的技术经纪人队伍,让镇海科技市场未来能立足宁波,辐射全省,甚至更远。“其实已有不少这样的案例,省内部分县市区都曾通过镇海科技市场解决当地企业的技术难题。”李德军对镇海科技市场未来的发展始终充满信心,“用好科技市场这一机制,为双创提供更好的生态环境始终是我们作为科技‘店小二’的一大职责。”

为了引导区域内更多企业能够在科技市场上找到转型升级的“合伙人”,镇海区科技局去年将企业技术交易额奖励从15%~20%上升到20%~30%。“‘互联网+’不应该被片面地认为是让企业都去做电商,电商只是一种销售模式的革新,而培养一支专业的经纪人队伍,让这些经纪人的技术资源在全国布点,通过科技市场把这些点连接成网,让更多的企业去触摸这张网,才能用互联网的思维让科技成倍撬动生产力的发展,这才是‘互联网+’的价值。以后,通过镇海科技市场,以科技成果转化以红膏炆蟹闻名的镇海区,还可以闻到千里之外西安科技成果羊肉泡馍的香味。”李德军表示。

本报记者 孟佳韵 通讯员 朱兴晟 高昕



加西贝拉:在自主创新的道路上永不停步



对众多消费者而言,加西贝拉是一个陌生的名字,但是在全球制冷压缩机行业,加西贝拉却是一个如雷贯耳的名字,它代表的是一种实力和荣誉,因为它是全球优质冰箱压缩机的缔造者。

几何量级的业绩增长、全球市场的半壁江山、顶级客户的最佳供方、世界冰箱的心脏、业界流传的“加西贝拉现象”……始终坚持“技术创新与管理创新双轮驱动”战略,让曾经普通的中国制造华丽蜕变为令人瞩目的“中国智造”。



关于加西贝拉

加西贝拉,一家创建于1988年底的专业冰箱压缩机制造企业,经过28年的发展,年产能达到2500万台,连续十五年保持产销总量、产品性能、经济效益国内同行三个领先,连续十年出口位居行业首位,综合竞争实力位居国内行业首位,全球二强。

早在2009年,加西贝拉就与浙江大学谭建荣院士团队签署了院士专家工作站合作协议。加西贝拉与高端人才的联合为冰箱压缩机技术的升级和创新创造了新的契机。

近年来,加西贝拉压缩机有限公司大力实施“人才强企”战略,着力打造人才、技术、市场、品牌、管理、

文化六大优势。建有国家企业技术中心、省级重点企业研究院、两个海外技术营销中心和三个生产制造基地。总资产近40亿元,员工3600余人,拥有200多人的专业核心技术研发团队,其中包含享受国务院特殊津贴的高级专家、外籍专家、博士、硕士等60多人,是国家首批高新技术企业、中国冰箱压缩机行业标准修订组长单位,省首批重点企业技术创新团队。

加西贝拉的发展不仅使中国冰箱产业摆脱对外核心部件的依赖,还凭借掌控核心技术,占领全球冰箱压缩机高端市场的半壁江山。



技术创新：核心技术打造品牌优势

“要想活下去,必须靠自主创新和先进技术。舍不得孩子,套不住狼。技术创新一定要搞,除非我总经理不做!”1999年,刚刚调任加西贝拉总经理不久的朱金松面对资金十分困难的窘境,硬是挤出3000多万元,建起了国内冰箱压缩机行业首家省级企业技术中心,并大幅提高技术人员的绩效奖金。此后,加西贝拉技术研究院、加西贝拉院士工作站、加西贝拉欧洲技术营销中心、美洲技术营销中心也相继成立。加西贝拉通过持续的自主创新,成功掌握了涵盖冰箱压缩机高效化、小型化、变频化、减振降噪、仿真分析和关键工艺等六大核心技术,引领了中国压缩机技术的



发展潮流。2015年加西贝拉主持或参与修订的6项标准颁布实施,掌握了冰箱压缩机市场竞争的主动权;新一代小型化Mini系列高效压缩机整机重量仅为4.8kg,处于世界领先水平;自主设计变频控制板,变频压缩机性能新突破,第三代小型高效VT系列变频压缩机COP高达1.95,获中国家电艾普兰芯芯奖;仿真技术的应用,使产品开发周期缩短1/3;前瞻性产品研发持续推进。

加西贝拉的产品从最初的引进机型“一枝独秀”,发展到300多个品种“百花齐放”,年销量从3万台到2500多万台,产品50%以上出口,客户由零起步到占据全球市场的12%、欧洲市场的35%……如今,“jiaxipera”牌压缩机已“打入”30多个国家的52家知名冰箱企业,是全球唯一进入世界十大品牌冰箱市场的压缩机企业,与海尔、海信、美菱、西门子、利勃海尔、惠而浦等国内外知名家电企业建立战略合作,是顶级冰箱企业德国博世—西门子公司全球唯一的压缩机优秀供应商,荣获瑞典伊莱克斯公司“技术创新”大奖、美国惠而浦公司“质量大奖”。在一长串“豪华”国际大牌名单的背后,是加西贝拉基于不懈科研打造的品牌品质。

研发投入：不受预算约束的保障机制



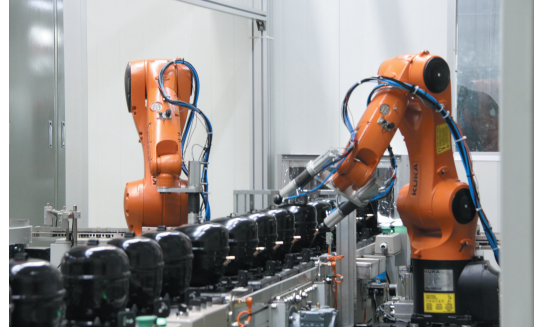
“公司其他的支出项目都有预算,只有技术研发投入不讲预算,只要需要,该投多少就投多少。”朱金松说。

高昂的资金投入往往成为制造业技术创新裹足不前的首要因素,加西贝拉注重从源头解决这个阻碍技术创新的难题,每年研发经费占公司主营业务收入的3%以上。

机器换人：从“制造”到“智造”的升华

“中国制造”一度名噪世界,而加西贝拉一早就在

“中国质(智)造”的征途上迈出了坚实的步伐。“我们是自主品牌的出口,不是OEM式的代工、贴牌。”说出这句话时,加西贝拉总经理朱金松的脸上有骄傲,也有凝重,“自主创新是‘中国制造’与生俱来的使命和责任。”



加西贝拉着力实施“两化融合”,推进智能制造,成为浙江省首批“机器换人”示范企业。作为国家重点产业振兴和技术改造中央预算内投资项目的“新建年产500万台超高效和变频压缩机生产线项目”以建设数字化车间(工厂)为目标,广泛应用数据总线控制、机器人、视觉识别系统、在线自动测试、远程诊断等技术,自主工艺设计、自行组建的全新高效压缩机生产线再次成为行业示范。这是目前全球生产节奏最快的生产线,平均7秒钟可生产一台压缩机。产品技术世界领先,工艺水平世界先进,生产节奏世界第一。加西贝拉在成为全球规模最大的制冷压缩机研发制造基地的同时,还是中国企业率先实践“无人工厂”的积极尝试。加西贝拉每年投入数千万元的设备更新和技术改造,有效提升了创新成果转化能力。

从模仿到追随,从跟跑到领跑……加西贝拉不断演绎着行业的传奇。常务副总经理周建生说,在整体行业受到不同程度的冲击下,加西贝拉今年的目标是销售2500万台压缩机,实现新常态下的逆增长,“我们将继续加快创新发展,力争到‘十三五’末年销量突破3200万台,冰箱压缩机主业综合竞争力实现全球第一!”

