

上海咨询信息 (月刊)

2014年第11期
(总第328)

主 办：上海市咨询业行
业协会

印 刷：上海欧阳印刷厂
有限公司

目 次

- 协会工作 •
 - 第十一届长三角科技论坛暨青年咨询论坛在上海科学会堂
隆重举办杨小燕(2)
 - 2014年上海市注册咨询师专业技术水平认证考试顺利进行
.....陈慧琴(3)
 - 上海市咨询业行业协会举办中日民间经济交流活动
.....胡小兰(4)
- 咨询专论 •
 - 设计行业形势分析与发展策略研讨会专项调研
.....天强行业研究中心(5)
 - 移动互联网创业者的三大误区李东楼(6)
 - 这些企业为何难逃灭亡GE-经济学人(7)
- 行业研究 •
 - 实施创新驱动发展战略建设具有全球影响力的科技创新中心
.....寿子琪(7)
 - 中国智库的未来在哪儿?罗天昊(14)
- 创新前沿 •
 - 众筹动了谁的奶酪谢宏中(18)
 - 舍恩伯格上海纵谈大数据财经十一人(19)
 - 微创新：小改变创造伟大产品简文超(21)
- 聚焦中国 •
 - 中国将改革科技计划体系 政府不再直接管理具体项目
.....(24)
- 政策导向 •
 - 关于简并增值税征收率政策的通知(25)
- 封二 •
 - 第十一届长三角科技论坛暨青年咨询论坛掠影

以“互联网时代的咨询业发展论坛”为主题的 第十一届长三角科技论坛暨青年咨询论坛 在上海科学会堂隆重举行

2014年10月21日,由上海市咨询业行业协会、江苏省科技咨询协会和嘉兴市咨询服务业行业协会共同主办的以“互联网时代的咨询业发展论坛”为主题的第十一届长三角科技论坛暨青年咨询论坛在上海科学会堂隆重举行。本次论坛活动的目的是探讨咨询业如何适应互联网这个大时代,应用互联网思维发展咨询业。参加本次论坛的上海市咨询业行业协会会员单位、江苏和嘉兴兄弟协会的代表达六十人。协会共收到交流材料论文共计12篇。

江苏省科技咨询协会副理事长兼秘书长任道忠代表三地协会为论坛致词,上海市咨询业行业协会副会长兼秘书长陈积芳和常务副秘书长郭德利分别主持了上半场和下半场论坛。上海市咨询业行业协会副会长天强管理顾问公司总经理祝波善先生作了“互联网趋势下的行业发展”的主旨发言,他与大家一起分享了天强顾问公司15年来,尝试如何不断变革,持续转型发展自己的过程。

有6位咨询精英在本次论坛活动中作了精彩的交流发言,他们是南京敏捷企业管理研究所副所长张卫,围绕“基于平台化战略的咨询企业”,交流了信息产品复制与传递中,边际成本递减的网络倍增效应给咨询业带来的机遇;嘉兴市派利企业顾问有限公司总经理廖泽楠围绕“工业化和信息化融合过程”的实践案例与听众分享如何帮助客户梳理、系统化,完善升级已有的ERP管理系统,达到增值效应;应邀专程来沪的深圳管理咨询协会副会长中和正道管理有限公司董事长吴玉光围绕“移动互联网时代的价值链重构”,探讨“4G时代”个性化带来的丰富应用,把世界扁平化,缩小了区域差距,给传统企业带来的

促进至咨询需求的变化对行业的影响;上海图书馆上海科技情报研究所研究员陶翔围绕“遨游在数据海洋的创客们”,通过对全球视野下的碎片式扫描,聚焦草根创客创业,案例的颠覆与启示,从20世纪50年代电子工具的诞生到60年代有了半导体芯片,70年代的个人计算机的流行,80年代电信业的崛起,90年代在线信息与电子商务的出现,21世纪00年代的社交网络的流行,到如今10年代的智慧企业的辈出(工业4.0),信息互联网和服务互联网与制造业的融合创新,使得制造业与服务业的界域变得越来越模糊,知识民主化的到来使得咨询企业丧失对于知识与信息的控制,传统的咨询模式将被增值流程服务和网络提供者取代;上海企源科技(AMT)咨询公司副总经理邱兢围绕“互联网时代咨询企业的创新思考与实践”,比较工业化时代管理理论与互联网时代的管理理论,从驱动力、管理理论和管理体系到颠覆式的去中心化、零距离、分布式和平台的特征,带给咨询业的挑战、诉求和趋势,提出创新是生产力,开放是时代发展的潮流,咨询业在这种环境下走出自己的路,是有可能的;牡丹航空服务有限公司董事长兼总经理许刚围绕“运用互联网技术,提升高端航空服务水平”,提出把服务与互联网结合起来,给目标客户以体验,追求客户价值,着力线下服务,线上应用,把自己所有的产品与互联网结合,把服务做到及至,让客户感动每一次体验。

本次论坛是在互联网、大数据、云计算等技术蜂拥而至的情况下举办,咨询业也不免被这些新技术浪潮裹挟着前进,具有其及时性,对谋求长三角咨询业发展也有重大的意义,由于咨询

作为知识性服务业对国民生产总值的贡献越来越大，不能忽视。转型、融合、重组、跨界这些新的生态链离不开咨询。

本次论坛达成共识：未来，互联网思维不只是网络公司所具备的，传统的互联网企业，新兴的互联网企业都得具备，今天错过了互联网，就是错过了一个时代，互联网时代每个人都亲身感受到革命性的变化，那么探讨互联网对咨询业有什么影响和挑战显得非常重要，扁平化的地球迫使每个咨询企业要不断颠覆自己，创新发展，壮大自己；大数据掀动了知识经济发展，以知识为基础的咨询业更要发展自己去服务别人；置身互联网时代，咨询企业要有“用户思维”，让客户有参与感，互动有温度感，培育系统能力，从导

师变成帮手，适应客户按效果收费的现实；要有“大数据思维”，互联网时代，一个数据驱动世界，大数据成为咨询业第一竞争要素，要认识到从传统到创新，只有一个互联网的距离；要有“平台思维”，与客户共建开放、共享、共赢的互联网平台；要有“社会化思维”，重塑咨询公司与客户的关系。

在互联网背景下，社会化时代已然到来，咨询公司与客户的关系也会从简单的甲方乙方的垂直关系变成网络伙伴关系，在这日新月异的年代，客户并不满足于 SAP、ERP 的系统管理，如何持续为客户服务与客户互动，不断推动客户的发展与客户一起成长将成为咨询企业必修的内功。

论坛希望咨询行业要适应互联网、拥抱互联网，积极地体验互联网，与时代同步前进。

（杨小燕）

2014 年上海市注册咨询师专业技术水平认证考试 顺利进行

10月25日，在南昌路57号地热能厅进行2014年上海市注册咨询师专业技术水平认证考试。57人参加考试，出考率为69%。

今年是专业技术水平认证考试机制改革后，首次由上海市咨询业行业协会作为行业主管部门负责组织实施考试工作，市职业能力考试院对考试实施监督指导。

为了认真负责地做好这项工作，协会精心组

织了这次认证考试。协会按照市职业能力考试院的有关要求，在有保密资质，专门印制涉密印刷品的印刷厂按相关密级要求印制了考试试卷。按闭卷考试的要求，设置了安静宽敞明亮的考场，配置了专职的监考老师；制定了考场纪律，在考试前进行强调宣读。考生携准考证和身份证进场考试，要求独立完成试卷答题；监考老师全场巡视，监督规范考生自觉遵守考场纪律。



上海市注册咨询师专业技术水平认证考试共有3场。上午9:00—11:00考《市场调研方法》；下午1:00—2:30考《经济环境》，3:00—5:00考《咨

询实务》(管理咨询或技术咨询)。考试顺利进行，到下午5点，全部考试结束。

(陈慧琴)

上海市咨询业行业协会举办中日民间经济交流活动

应协会邀请，2014年10月15日由协会与协会会员单位上海上投国际咨询有限公司和香港怡丰集团发展有限公司共同举办的中日民间经济交流活动在上海科学会堂思南楼进行。交流会由协会副会长陈积芳主持，协会副会长、上海东方投资监理有限公司董事长印保兴致辞。会议一天，与会代表30多人。

本次交流活动主要就双方感兴趣的环境、通用航空、养老等问题的现状进行了交流与研讨。

日本方面交流的内容有：

1、开拓日中关系的未来——日中民间交流的必要性、民间交流实际问题的思考（如：环境问题、企业的社会责任、关于日本CSR活动的介绍、老龄社会的现状等）；

2、全日空的发展及与中国的关系；

3、日立的企业精神及其社会责任；

4、日中经济关系的动向（贸易、投资现状）等。

上海方面交流的内容：

1、在中国的日本企业近况浅析；

2、中国通用航空的现状与发展；

3、上海地区的养老情况；

4、上海住宅节能综合改造示范工程；

5、建筑节能问题等。

日本与会代表有：1、工藤芳郎：社团法人国民生活调研中心副会长、专务理事；2、佐藤良一：（株）日立制作所涉外部部长国民生活调研中心理事；3、野口贵史：全日本空输（株）总务CSR部总务部部长、国民生活调研中心理事；4、横山达也：日中经济协会上海事务所。

上海与会代表有：协会副会长陈积芳、汪天翔、印保兴；副秘书长：郭德利、田晓红；上海上投国际咨询有限公司总经理余益年、顾问徐永福、财务总监梁燕燕；上海华钟投资咨询有限公司（日资）总经理助理高仓洋一；香港怡丰集团发展公司董事长李锋副，副总经理陈爱民、金顺英；上海礼仪协会秘书长徐建平；上海市建筑学会科普委员会主任、高级工程师徐鲁夫；上海援建节能公司总经理万成年等相关人员。

活动结束后，协会会长张祥设便宴招待了与会代表。

在沪期间，日本代表还参观了我协会会员单位上海市工程设计研究总院（集团有限公司）。

(胡小兰)





设计行业形势分析与发展策略研讨会专项调研

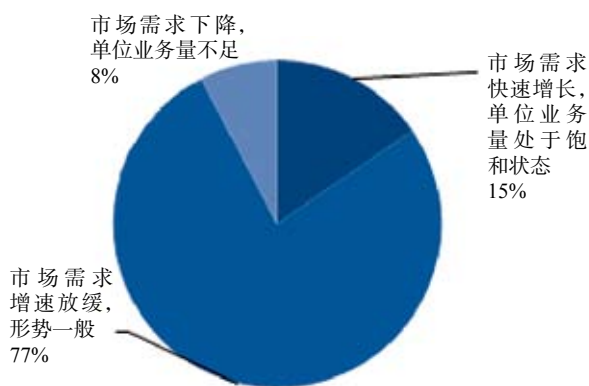
天强行业研究中心

内容提示：2014年上半年，多数企业表示市场需求放缓，形势一般，甚至少数企业表示市场需求下降，单位业务量不足。同时，上半年以来，多数设计单位表示竞争环境恶化，没有企业表示竞争环境得到有效改善...

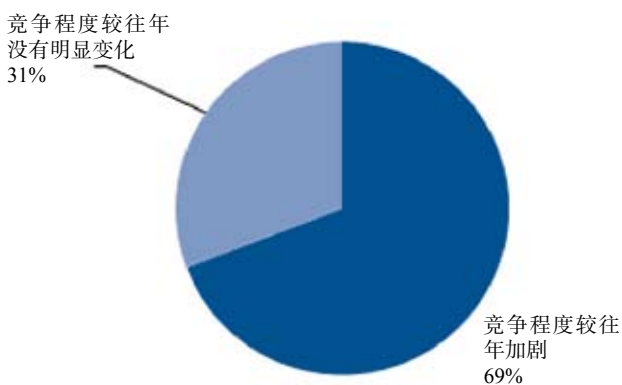
1 对于行业的发展，多数企业信心不足

据调研显示，2014年上半年，多数企业表示市场需求放缓，形势一般，甚至少数企业表示市场需求下降，单位业务量不足。同时，上半年以来，多数设计单位表示竞争环境恶化，没有企业表示竞争环境得到有效改善。

对于2014年上半年行业市场需求看法



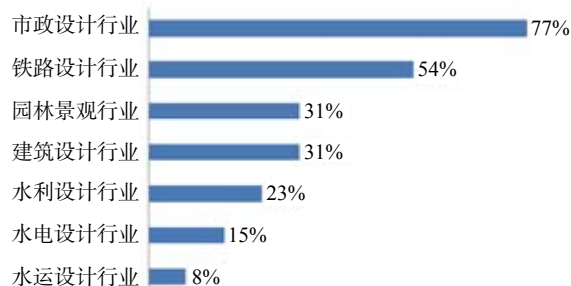
对2014年上半年竞争环境的看法



2 未来行业发展机遇，设计企业认为主要聚焦在市政与铁路设计行业

多数设计单位，在各自的业务领域认为市场需求减缓，竞争激烈，但是普遍看好市政及铁路设计领域未来发展前景。对于市政设计行业来说，技术壁垒较低，未来将会面临较大的竞争。

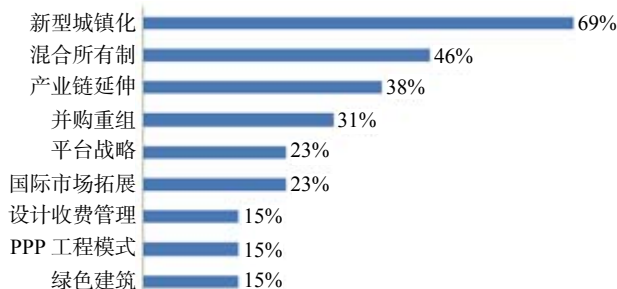
认为哪些细分行业未来发展具有较大发展机遇



3 新型城镇化及混合所有制成为目前行业内企业关注的热点问题

面临发展的困境与未来的机遇，多数设计单位表示未来要关注新型城镇化建设。十八届三中全会后，混合所有制成为了设计单位关注的热点话题。

行业内企业关注的热点问题



(来源：《天强管理顾问》)

移动互联网创业者的三大误区

李东楼

导读：在巨头未全面渗入或还不够重视的垂直细分领域，在发展初期竞争相对不太激烈，不需要太多的资源支持，只需要凭借优秀的产品创意就很可能抢的先机，从而赢得一块市场。但一定记住，垂直不等于冷门！创业产品首先做到的不仅仅是可用，更要考虑到用户的后期粘性。一个功能简单到甚至简陋产品是断然留不住用户的，一般来说这类产品工具性一定很强，而缺少用户互动，产品注定走不了太远。

误区一：小而美等于产品简单

很多创业者认为，目前大公司有资源做大而全的产品，而创业公司应该聚焦小而美，尽量将功能做到简单好用，这本身没有错。但是，所谓的小而美应该是将其中一个亮点功能做到极致，而非是产品的功能单一，甚至整个产品仅有一个功能。

因为创业产品首先做到的不仅仅是可用，更要考虑到用户的后期粘性。一个功能简单到甚至简陋产品是断然留不住用户的，一般来说这类产品工具性一定很强，而缺少用户互动，产品注定走不了太远。

误区二：垂直细分等于冷门市场

互联网经过十几年的蓬勃发展，在搜索引擎、即时通信、新闻门户、电子商务等等领域诞生了一个个巨头。目前来看，阿里巴巴、腾讯、百度是当下互联网行业三大巨头，还有小米、360、唯品会等等百亿美元的公司占据着市场。这些互联网大公司具有充足的现金流，精英产品推广团队，对创业团队的杀伤力极强。

因此，按照常识来讲，创业者的创业项目的切入最好是避开与大公司直接竞争，做一个相对来说垂直和细分的行业，这是相对安全的。但是误区在于，垂直细分并不一定是专注一个冷门偏僻的小众市场，而是需要仍然在一个潜在用户市场巨大，而巨头未全面发力的垂直细分行业。比如过去几年，虽然四大门户风云一时，但是在垂直门户领域，也诞生了如搜房网、汽车之家等上市公司。

一般来说，在巨头未全面渗入或还不够重视的垂直细分领域，在发展初期竞争相对不太激烈，不需要太多的资源支持，只需要凭借优秀的产品创意就很可能抢的先机，从而赢得一块市场。但一定记住，垂直不等于冷门！

误区三：学习时间多于实操实践

创业者们身上有很多的品质值得学习，比如充满激情，比如谦虚好学。因此，我们能够看到不少的创业咖啡馆，但凡是有有什么沙龙讲座，都是人头攒动，里面 80% 都是创业者。但是创业者真的需要花费太多的时间去学习一个不知道什么时候能够派上用场的知识或技能吗？笔者觉得这里面也是存在误区的。

笔者个人认为，创业者与其花费太多的时间去学习钻研哪些看得见摸不着的新技能，还不如多去实操和实践，解决自身企业的实际问题，毕竟创业者（尤其是领头人）的时间宝贵，学习有时候还是需要有所取舍的，不要贪大求全，也不要被自己好学的假象所迷惑。

尤其需要提醒一下的是，现在的很多移动互联网创业者把周鸿祎或张小龙等大公司的成功者奉为神明，期待学习他们的产品成功之道。

事实上，大多时候，现有成功者的经验并不能复制，而且大公司的产品尤其不能够复制。比如像微信这样的产品，不仅仅是张小龙作为产品经理的成功，更多的取决于其所在公司腾讯背后资源支持以及其团队的综合实力。

（来源：《网易科技》）

这些企业为何难逃灭亡

GE-经济学人

大企业如果不持续投资于新项目，同时淘汰表现不佳的业务，那么他们就可能会因为停滞不前而逐渐走向死亡。据 Innosight（创见）总监 Richard N. Foster 说，到 2027 年，标准普尔 500 指数中将有 75% 的企业被取代。那些成功且长期生存的企业十分注意各方对其既有业务线的批评意见，借用众人之力获取创新构思，并且兼顾风险高低不同的项目。

为了保持竞争力，企业必须创新。2013 年全球最具创新力企业前三位中的两家分别是韩国的三星（4,676 项专利）和日本的佳能（3,825 项专利）。按照专利数量排名，全球前十名创新企业中三家是美国公司。

成功的创新企业通常都迅速回应挑战。当

收到道路碎片刺穿底盘的报告后，特斯拉汽车在 2014 年迅速开始为汽车安装钛金底部保护罩。特斯拉的股票价格从 2014 年 1 月至 8 月上涨了 80%。

众包是让大型知名企业保持创新力的方式之一。在 2013 年年末，印尼工程师 M ArieKurniawan 以一款比原有设计重量轻了 84% 的飞机引擎支架，赢得了 GE 的 3D 打印设计探索赛。

要成功地长期保持创新，需要兼顾多项风险高低各不相同的业务。印度最大的汽车生产商 Tata 已经推出了结合使用压缩天然气和汽油的 Tata Nano CNG eMAX 汽车，但它在维持已有生产线的同时，仍然继续投资开发新的型号。

（来源：《凤凰创新》）

· 行业研究 ·

实施创新驱动发展战略

建设具有全球影响力的科技创新中心

——基于自由贸易区试点基础的上海创新发展的思考

上海市科学技术委员会主任 寿子琪

5月24日，习近平总书记在视察上海时发表了重要讲话，希望上海在推进科技创新、实施创新驱动发展战略方面走在全国前头、走到世界前

列，加快向具有全球影响力的科技创新中心进军。

建设具有全球影响力的科技创新中心，是一项系统工程，具有很强的复杂性、艰巨性，目

前还处于学习调研阶段。上海市委、市政府根据习近平总书记的要求,集中各委办力量、协同各方智慧,全力以赴开展建设具有全球影响力的科技创新中心的战略研究。对世界科技创新中心的基本内涵特征,对上海的基础条件深入分析,对上海建设全球科技创新中心的思路与举措进行研究。

一、世界科技创新中心发展的历程与轨迹

伴随人类社会的科学技术和工业化的发展,科技创新中心不断生成和转移。16世纪在意大利,17世纪转移到英国,18世纪在法国,19世纪又转移到德国,20世纪由美国作为世界科技创新中心,至今仍由他居此地位。

观察每次转移的特征,创新要素流动空前活跃、重组不断加快,科技中心的渗透性和扩散性越来越强,与创新要素相融合成为了科技创新中心,对经济社会发展的引导和贡献愈发明显。世界科技中心的转移,促成科技创新成为世界主要城市的核心功能之一。第一次工业革命以机械化为标志,第二次工业革命是电气化,第三次工业革命是信息化,第四次工业革命是网络化。关注网络普及、网络安全、数字经济发展。关注网络科技带来的革命性的变化。科技创新成为决定国家和地区兴衰的战略焦点,全球竞争正从经济竞争、产业竞争前移到科技进步和创新能力的竞争,进而赢得新一轮发展优势的竞争。

二、国际智库关于全球科技创新中心城市的研究近况

近年来,发达国家相继制订科技创新的战略性的重大规划,美国提出了《创新战略》加大金融资助、设立科技专项计划和巨额基金、建设罗斯福岛应用科学园。曼哈顿硅巷被誉为继硅谷之后美国发展最快的信息技术中心地带。2013年4月,汉诺威工业博览会上发布了最终报告《保障德国制造业的未来:关于实施工业4.0战略的建议》。其内容以物联网、信息通讯技术以及大数据分析等相关技术作为“工业4.0”的基础。注重通过挖掘数字化创新潜力来促进经济发展和就

业,实现到2017年成为欧洲数字经济增长龙头的目标,打造一个具有国际竞争力的“数字强国”。英国大力实施“创意伦敦”计划,出台了《伦敦科学、知识与创新战略规划》等一系列战略,推动工业经济向知识经济转型。日本发布了第三期东京都产业科学技术振兴指南,第四期科技基本计划,进一步关注大都市问题的科技支撑。

欧盟推出“地平线”2020规划。世界南极科学委员会推出《扫描地平线计划》,对极地科学提出了7个方面80个问题的基础科学的研究计划。

传统的工业城市向现代创新型城市转型的过程中,有成功的案例,也有匹兹堡失败的案例。但仍然要靠科技创新再发展,依托匹兹堡大学和卡内基梅隆大学,广泛吸引创新型人才,推动科技成果转化,以大企业为龙头,通过大规模修建办公楼、体育场馆、交通设施来刺激增长。

国内一些大型城市也在积极推出科技创新战略。北京市加快建设全国科技创新中心,发布了《北京技术创新行动计划(2014-2017)》,提出了首都蓝天行动、生态环保、重大疾病科技、新一代移动通信技术、生物医药、数字化制造等12个重大专项。深圳市积极打造技术创新型城市,首次以整个城市的范围口径,于2014年申报成为国家自主创新示范区。

三、关于对上海建设具有全球影响力的科技创新中心的初步认识

评估创新生态体系六大指标

人才:生活质量、宜居性、包容度、职业结构;

知识创造:人均大学数量、人均研发费用、高等教育入学率;

技术:人均手机数量、服务业发展程度;

社会:包容失败、自由表达的文化氛围;

政府:商业自由、贸易开放、投资和金融自由、廉洁程度;

全球化中的地位:英语普及程度、具有创造力的知名企业数量、可持续发展的环境。

由于科技创新中心在地区与国家的核心竞争

力的重要作用,如何评价创新中心或创新城市,也成了研究的对象。澳洲智库 2thinknow 研究所,《2014 全球创新城市指数》出具了报告。由三级指标构成,一级指标有 3 个,分别是文化资产、以人为本的基础设施以及网络性市场,在 3 个一级指标下,还有 31 个二级指标,162 项三级指标。中国城市排名靠前的有:香港(20 位)、上海(35 位)、北京(50 位)。

2013 年,日本“森纪念财团”发布了《2012 年全球城市综合竞争力指数》报告。2012 年综合竞争力排在前列的是伦敦、纽约、巴黎、东京、新加坡和首尔,香港位列第 9,北京第 11 位,上海第 14 位。在各领域的分指标排名中,上海的经济竞争力在 40 个主要城市中列第 7 位;研发竞争力列第 13 位;文化交流竞争力列第 22 位;宜居竞争力列第 22 位;环境竞争力列第 35 位;交通竞争力列第 11 位。

2013 年新加坡发布的《亚太地区最具创新力城市》报告,该报告针对亚太 16 个城市,按照人才、知识创造、科技、社会、政治、全球融合力 6 个维度进行评价。北京和上海分列第 13、14 位。

国际竞争力中心授权发布的《2013 亚太知识竞争力知识报告》,针对亚太地区 33 个城市和地区,分为人力资本、知识资本、金融资本、区域经济产出、知识持续性 5 个维度共 19 项指标进行评价。其中,北京、上海分列第 5、8 位。

科技创新中心不是孤立存在的,而是在所在区域创新体系的互动、竞合中形成的,很多融入和引领了整个城市群的发展。

综合各方面的评价标准,对科技创新中心的基本内涵,主要集中在创新资源的集聚力、创新成果的影响力、新兴产业的引领力、创新环境的吸引力,以及区域创新的辐射力等方面。建设具有全球影响力的科技创新中心,既要有硬实力,更要有软实力,应该在全球知识体系、产业体系、创新创业体系、城市体系等四个方面,扮演节点和枢纽角色,代表我国参与全球或地区的创新竞争合作,在实施创新驱动发展战略中发挥示范引领和辐射带动作用。

在知识体系中,要涌现具有标志性的原创性科技创新成果。包括:1) 具有标志性的重大科研基础设施和研究平台;2) 国际化的科学研究人才、团队和机构;3) 持续稳定的基础性投入;4) 在国际科学研究、大科学工程和国际科技组织中的参与。

据近来的观察,纽约的科技集聚度加快提升。纽约正在从一个国际金融大都市向科技中心转型。集聚全美 10% 的博士学位获得者和国家科学院院士(199 名),科学家和工程师近 40 万名。集聚了包括微软、雅虎、谷歌等世界知名的公司在纽约都设立有研究机构。

在产业体系中,要形成具有全球竞争力的创新型产业集群。包括:1) 经济发展方式向创新型经济转型升级;2) 创新链、产业链价值链协同发展;3) 完善的应用技术研发体系;4) 集聚标志性的创新企业家;5) 涌现出标志性的创新型领军企业;6) 建立健全重点产业自主技术体系和工程创新平台。

在创新创业体系中,要营造具有国际吸引力的创新创业环境。包括:1) 构建有利于创新的投资贸易体制;2) 建立发达的科技创新服务业和多层次资本市场;3) 以及与国际惯例接轨的人才流动机制;4) 形成良好的创新生态系统;5) 宜业宜居的环境。

硅谷的创新生态系统也在进一步发展。硅谷的高科技公司总数已达到了 1 万家,所获专利在全美国所占比例达到 12%,十万人专利数近 400 项,远高于美国平均水平的 25 项。外来移民成为硅谷最大的人力资源,外国工程师占据了硅谷半壁江山。风险投资在硅谷异常活跃,在当地的投资额接近全美总额的 30%。

在城市体系中,要构建具有区域辐射力的创新发展规划和空间布局。包括:1) 确立创新导向的城市规划体系;2) 围绕创新功能形成和创新活动需求,调整优化上海城市内部的空间布局。3) 立足于长三角城市群发展,构建形成区域创新体系,辐射带动长三角地区、长江流域经济带、乃至全国加快实现创新驱动发展。

科技创新中心与城市群呼应互动。由此,

美国形成以纽约为中心城市群；英国形成以伦敦为中心城市群。上海也在长三角引领周围的城市形成科技创新活跃的中心城市群。

同时，构建“五位一体”的区域创新体系。五位是指：1) 科技金融；2) 研发与转化；3) 优先区域；4) 协同创新；5) 法规政策。

三、关于对上海建设具有全球影响力的科技创新中心的初步认识

(一) 上海建设科技创新中心有较好的基础。据 2013 年《全国科技进步统计监测报告》显示，基于科技进步环境、科技活动投入、科技活动产出、高新技术产业化和科技促进经济社会发展等五方面 33 个指标的研究分析，上海综合科技进步水平指数连续五年排名全国榜首。

《2013 亚太知识竞争力指数报告》显示，上海首次进入亚太地区第一梯队，位列第 8 位。

上海获国家科技奖励数占全国比重连续 12 年保持 10% 以上。经济增长、就业、生活水平、财富积累，都在国内具有相对优势。在较好的基础上，提升创新体系效能。从创新层次、创新品质、创新效率上全方位的提升，使创新体系更加富有效率，更加有利于价值实现！

1、基础科学研究有较强的优势。

上海光源的作为基础研究世界性的科学装置具有不可或缺性。以生命科学为例，生命科学已进入了后基因组时代。而以蛋白质结构和功能研究为主要目标的结构基因组学研究，其中 80% 以上的工作需要在第三代同步辐射光源上进行。上海光源是中国迄今为止规模最大的科学装置，光源能量位居世界第四。它具有建设 60 条以上光束线和上百个实验站的能力，可提供从远红外线、紫外线，到硬 X 射线等不同波长的高亮度光束。支撑基础研究和高技术开发应用。

2、上海能联合国内的科技力量，进行关键设备自主研制。

2012 年建设的射电源观测、标校能力优异的射电望远镜，已经成为我国甚长基线干涉测量 (VLBI) 网的主干设备；完全建成后，综合性能将位居全球第四。在 CE-3 探月计划中，历经两

次中途修正、近月制动、环月降轨、动力下降和月面软着陆等关键测控事件。相比 CE-2 任务，时延精度提高 1 个数量级，从几十 ns 提高到优于 1ns，超过国家预先设定的 4-10ns 目标；传输数据滞后时间从 10 分钟缩短至 1 分钟以内；着陆精度达到约 100m。

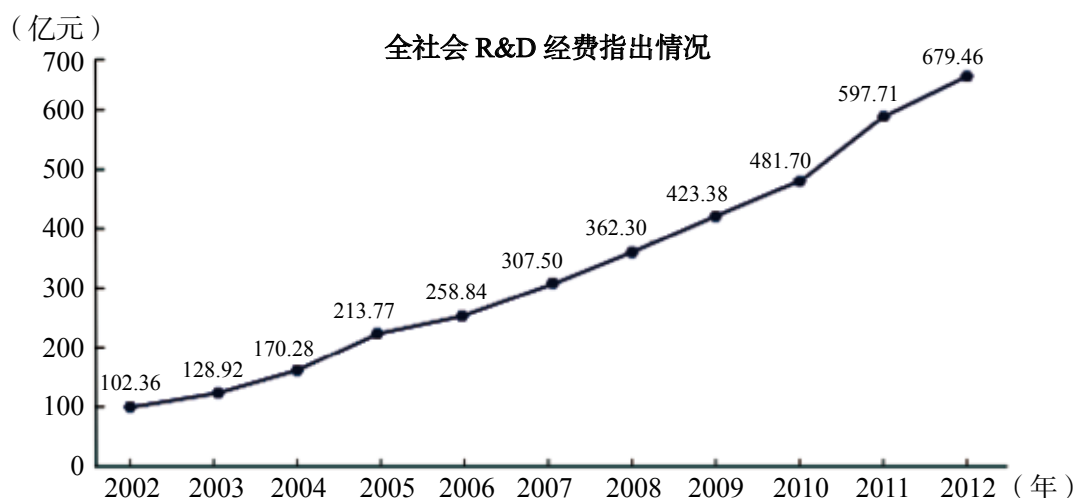
3、上海还具备十大核心竞争力：1) 与世界城市的联系；2) 国内国际声誉；3) 企业国际竞争力；4) 区位便利度；5) 移民吸引力；6) 著名实验室和科研中心数；7) 金融服务业比重；8) 高科技跨国公司总部；9) 经济多样性；10) 高学历人口占比。

4、上海具有全国最好的功能腹地——长三角，是中国教育、科技、经济和社会发展最发达的区域。经济规模优势突出，科教人才资源密集。覆盖杭州、南京、苏州等多个大中型城市的城市格局和交通基础设施。广阔的产业需求、市场需求。人均收入水平高。近年来，在全市方方面面的共同努力下，上海着眼于抢占科技制高点、培育经济增长点和服务民生关注点，加快推进科技创新和创新体系建设，为建设具有全球影响力的科技创新中心打下了坚实基础。主要表现在以下五个方面：1) 积极培育创新源泉；2) 积极转化创新成果；3) 积极做强企业创新主体；4) 积极建设创新载体；5) 积极完善创新体系。

2013 年全社会 R&D 经费支出 737 亿元，相当于全市生产总值的 3.4%。

5、上海能承接和实施科技重大专项等国家战略任务。主要有：极大规模集成电路制造装备及成套工艺、重大新药创制、新一代宽带无线移动通信网等国家重大专项，并取得进展并加快产业化。高端光刻机具备了系统设计与集成测试能力，先进封装光刻机、刻蚀机等战略产品加快市场拓展。围绕信息技术、生命健康、环境保护等重点领域，部署一批重大应用性基础研究任务，同时鼓励自由探索。

6、上海有较雄厚的人才储备。通过提供事业平台、发展空间和公共服务相结合，系统实施国家级和市级各类科技创新人才计划，加强对高层次领军人才、青年科技人才和科技创业人才的



培养集聚。2013年新当选两院院士8人，目前在沪两院院士165人。国家“千人计划”入选626人。

7、上海强化科技成果应用及转化的示范。围绕高温超导、新型显示装备、半导体照明、燃气轮机、高性能计算等重点领域，加快技术群的整体攻关突破。培育战略性新兴产业，新业态、新产业蓬勃发展。2013年战略性新兴产业完成增加值2997.5亿元，占全市生产总值的13.9%。今年上半年同比增长7.7%，占规模以上工业总产值的比重为24.6%。

8、正建立企业主导的产业技术研发创新机制。健全完善全市应用技术体系，全面落实科技普惠性政策。包括：1) 实施科技小巨人工程和企业专项；2) 加强企业创新管理；3) 建设上海产业技术研究院；4) 2012年，研发费用加计扣除减免税收58.7亿元；高企认定、技先认定共减免税收100.98亿元；5) 国务院正式批复同意张江示范区2020发展规划；6) 行政审批权下放；7) 股权激励科技金融人才特区财税改革管理创新；8) 上海17个区县全部通过国家科技进步考核，10个被评为先进区。杨浦区成为国家创新型试点城区。9) 集聚556家技术平台、科研基地、检测中心的资源，对外服务8144万次，用户覆盖全国。各地建成创业苗圃71家、孵化器101家、加速器10个建成创业苗圃71家、孵化器101家、加速器10个；

(二) 上海世界性科技创新中心面临的严峻

挑战

1、自主创新能力特别是原始创新能力有待加强。

主要的短处是：缺乏有利于重大前瞻性创新工程或创新项目开展的制度保障，如必要的勇气、相对宽松的氛围和持续投入；缺乏世界一流的高校、科研院所，参与国际性大科学工程建设和国际间重大科技合作项目不够；缺乏高水平的企业研发中心和工程化平台，重点产业自主技术体系尚未建立，在重点领域核心技术存在“卡脖子”问题。

2、制约科技创新的体制机制障碍尚未破解。

科技及产业化领域现行的市场机制还不够深入开放，不适应新技术、新业态发展，传统要素驱动的观念和机制还未根本扭转，创新价值和人员价值难以通过要素价格体现，创新产品得不到市场准入和政府采购的有力支持

3、人才队伍结构亟待优化、活力有待激发。

存在结构性人才短缺现象：科研人员多，领军人才少；科技人才多，创新创业人才少；上海每千名从业人员中高技术服务业就业人数为东京的1/3、北京的2/3。

能够吸引高端人才的事业平台不多：配套科研条件和环境有待提升，本市入选国家“千人计划”中创业类人才仅73人，占比仅为11.7%。

现行机制不利于优秀人才脱颖而出：特别是人才教育、培养、使用和收入分配机制。

其他问题：偏高的生活成本、社会保障制度、

户籍政策和住房问题等也正在降低对年轻人才和创新骨干力量的吸引力。

4、宽容包容开放不够充分。

现行政府的管理不适应科技创新需求，科技创新宏观统筹弱，科技、产业、金融、财税等政策缺乏协同，倡导性政策多、操作性政策少，供给方政策多、需求方政策少，财政投入单一政策多、社会资源协同政策少，全社会创新效率不高。创新创业服务能力不佳，专业化服务机构和人才缺乏，高校、科研院所和企业之间开放协同不足。

企业创新管理能力不佳，本土企业难以组织开展从目标提出、到资源配置、再到具体实施的创新全过程，外资研发中心融入本地创新体系尚待时日。

社会氛围不佳，全社会尊重创造、包容创新、宽容失败的社会氛围还不够浓厚，缺乏激励创新的舆论环境。

四、上海建设全球科技创新中心的思路与举措

聚焦科技创新关键的驱动力。包括：1) 好奇心驱动，呵护科学家的探索精神；2) 市场驱动，发挥企业家主导作用；3) 战略驱动，落实政府的引导责任；要深入扎实研究“由谁来创新”、“动力哪里来”、“成果如何用”；对硬的：战略性的工程项目要研究；对软的：体制环境更要深入研究。

(一) 硬的方面：把握科技进步大方向、产业革命大趋势，瞄准世界科技前沿领域和顶级水平，进一步聚焦一批重大科技创新工程和创新产业项目。

未来 5-10 年，世界可能发生一系列重大科技事件，在互联网技术和其他学科的交叉应用方面已初见端倪，在基础科学研究方面也会出现重大变化。

遴选原则：1) 具有战略意义，要聚焦关系国家安全和国家利益，有机会、有能力在全球创新中“领跑”的原始创新领域；2) 具有重大需求，要聚焦重点产业和战略性新兴产业中的“卡脖子”关键技术，一旦突破能带动产业跨越发展体现基础功能，就是对于创新环境建设具有重要的支撑作

用，能有效提升创新资源集聚、配置和辐射能力；3) 畅想科学家，思考未来可能的重大变革是什么，比如未来能源、未来动力；4) 对照 IT 领域“八大金刚”，对各自的覆盖领域进行梳理，找出空白点。

从功能性指标遴选原则：通过功能性指标提出来项目，带动科研。比如对煤的清洁利用，提出对炭的利用率达到百分之多少。从产品性指标遴选原则：针对一些严重受制于人、长期在各个领域会发挥重要的产品，要持之以恒坚持不懈的研发。比如燃气轮机和核心芯片。

从基础性指标遴选原则：对产业基础配套技术进行开发，如在我国制造业中的基础材料、基础部件、基础工艺、基础软件问题上不去“高精尖”，影响未来的能级提升。从基础功能的遴选原则：按照具有战略意义，具有重大需求，提出三类重大科技进行研发。创新项目和工程；包括：1) 前瞻布局的；3) 重大创新的；3) 培育性项目；面向未来 5-10 年，聚焦新一代信息技术、生命健康、新能源、智能制造等领域，部署实施一批重大科技攻关任务。

关系重大产业发展的创新研发。包括：1) 技术创新；2) 重大科技；3) 创新工程。着眼于建立健全产业自主技术体系，加快推进一批产业关键技术和共性技术的研发与突破，培育和发展战略性新兴产业。

坚持需求导向，进一步整合资源，突出重点，建设完善科技创新的功能性平台。加快推进创新成果的集成应用和示范推广，支撑引领城市建设和发展和社会民生改善。加强科技基础能力建设，包括科技创新基础设施和研究机构、服务平台等建设，着力完善创新基础条件。

(二) 软的方面：围绕激发创新主体、创业人才的动力、活力和能力，破除制约创新的体制机制瓶颈，进一步完善符合科技进步规律的体制机制、法制和税制，营造科技创新生态系统，优化创新软环境。

重点推进“4+1”领域的改革创新。包括：1) 经济和市场制度改革；2) 科技投入和创新资源配置改革；3) 教育和人才制度改革；4) 城市发

展规划和空间布局创新。

政府驱动创新，就是要为企业家主导技术创新提供制度动力、营造有利于创新的市场环境。

1、加快推进自主创新的经济制度和市场体系建设。打破行业垄断、市场分割，塑造鼓励创新的公平竞争环境。充分发挥各种政策对自主创新的引导促进作用，研究制定需求方政策。加快推进市场化改革，降低全社会创新创业的门槛和成本。

2、深化科技投入和创新资源配置改革。着眼形成要素齐全、布局合理、功能完善、合作开放的创新体系。加快推进各类创新主体和科技金融、研发转化、政策法规、优先区域、协同创新五大功能融合发展，营造良好创新生态系统，为重大创新工程和项目的实施、为创新型企业 and 产业的成长提供“七通一平”的“开发熟地”。

3、改革完善人才工作机制。重点培养和集聚高层次领军人才、青年科技人才和科技创业人才。深化教育教学改革，创新高校人才培养机制。加快形成与国际惯例接轨的人才制度，探索实施更加开放、灵活和柔性的人才引进和流动政策。研究人力资源配置问题，包括户籍制度改革、住房保障等对人才结构和人才流动的影响。

4、建立健全创新导向的城市规划布局。创新规划理念和方法，将创新中心功能摆在城市定位的突出位置，着力推动上海向要素控制功能与创新功能兼备的全球城市迈进。重点研究形成适应创新功能和创新活动需求的空间布局；加快推进智慧城市建设，完善基础设施建设。

5、改革完善发展成果考核评价体系。完善领导干部绩效考核办法，加大科技创新等指标的权重。探索建立经济政策的创新效益评价机制，避免因局部和暂时利益妨碍创新。要在发展成果考核评价体系中加大科技创新等指标权重，改变重眼前、轻长远，过于注重GDP的现象。

在4+1改革过程中，梳理一批体制机制问题，形成相应的体制机制改革方案，共涉及知识产权、国资管理、税收制度、科技金融、科技创新投入、人才、教育、国际化、重点区域9个方面25条。

比如：在国资管理中将下放创新成果的收益、

处置和使用权优先给机构还是给个人？发达国家通过立法形式保障发明人的权益。例如：美国的《拜杜法案》；法国的《专利发明法》；《法国知识产权法典》；英国《专利法》都有倾向于创新创业者的法律条款。

国有机构可以不经行政主管部门自行处置吗？我国正在开展科技成果使用、处置和收益管理改革试点。国家自主创新示范区的部分中央级事业单位有权自行处置科研成果。上海已将科技成果的收益权和处置权下放给高校、院所，不再上缴国库，不再纳入国资增值保值考核，受益可主要用于奖励个人商业化的成绩。前政府采购、政府首购、远期采购、政府优惠采购与溢价支持、早期投资行为，通过天使投资引导基金进行财政奖励；向国家争取出台天使投资条例，将个体投资者和非专业投资机构纳入扶持范围；正在进行研究，逐步开展试点。

在科技金融的管理中，加快建立健全多层次、多部门科技金融体系；在强化对企业创新的识别能力和对信贷风险的控制能力的基础上，加强对科技中小企业的信贷扶持，设立科技银行、开发区银行和科技小额贷款公司。支持科技银行与风投的投贷联动业务，鼓励民营科技型龙头企业组建民营银行，推动区县建设科技小贷公司、担保公司。

在人才的集聚、流动和激励管理中，实施有利于引进海外高技术人才的居留许可制度；争取海外人才技术移民制度试点。优化上海海外人才居住证管理。在重点区域中，发挥张江国家自主创新示范区在建设全球科技创新中心中的重要载体作用。

上海市科技主管部门和相关部门，已准备启动市级重大科技专项。根据全市科技创新大会精神和市领导的指示要求，市科委自2012年起，组织开展了市级科技重大专项的启动准备工作，研究制订了《上海市科技重大专项组织实施办法（送审稿）》，计划以战略产品为导向，以企业为实施主体，成熟一项、启动一项，力争用5-10年的时间，突破一批对产业发展和科技进步具有重大带动作用的关键技术，培育若干具有核心竞

争力和标志性意义的重大战略产品。

建设具有全球影响力的科技创新中心是一项系统工程，需要全社会共同努力。建设具有全球影响力的科技创新中心是一项长期工程，既要只争朝夕，也要持之以恒。相信经不懈努力，一定

能实现这个宏伟目标。

(上海市咨询业行业协会陈积芳根据2014年10月17日市工经联年会上上海市科委寿子琪主任报告资料整理，未经本人审阅)

中国智库的未来在哪儿？

国资委商业科技质量中心研究员 罗天昊

背景：2013年4月，中共中央总书记习近平对建设中国特色新型智库作出重要批示。各界评价认为，这是迄今为止，中央最高领导专门就智库建设作出的最为明确、内涵最丰富的一次重要批示。在十八届三中全会《决定》中也提到，要加强中国特色新型智库建设，建立健全决策咨询制度。为什么中国越来越重视智库建设？智库，对我们党和政府来说最重要的作用是什么？中国智库的现状怎么样？为什么要强调“中国特色新型智库”？该怎样去建设未来的中国新智库？以下是罗天昊接受人民网论坛记者的讲话摘编。

一、智库的评判标准

中国智库多政府机构所属，有三个原因。

一是，中国的资源，多数集中于政府手中，知识精英，亦多集中，既有洞察力，又具备现实政策建议能力的人，几乎都在体制内，体制外人士中，远见之士不少，但是，由于长期远离权力，对于现实政策的可行性，反不熟悉。

二是，两者民间智库与官方智库，是穿平底鞋与穿高跟鞋的区别。

尤其是过去十年，与经济领域的国进民退同步的是，是权力对于社会的干预力度越来越大，改革初期的万马奔腾的器局，逐步萎缩。民间力量一时难以成气候，尤其是民间智库，存在投资难，注册难，开展工作难的三难状况。

三是，有官方背景的智库，有天然的优势，比如在承接课题方面，很多时候，其主管单位喜欢挑有官方背景的智库，为自己的决策进行背书，同时，中国人迷信权威，尤其是体制内，尊崇“级别”，官方智库由此更容易获得信任。

判断智库的高下，并不以民间还是官方为准则，而是看其学术成色，社会影响等几个核心方面。

中国特色，主要体现在中国社会经济文化等领域的深刻体察。

中国是一个半市场经济国家，既有市场的配置作用，又有权力对于经济的干预。预计未来会加大市场化进程，彻底步入市场经济国家。在本次公告报告中，无论是放权也好，转变发展模式也好，均指向此目标。

中国既是一个传统大国，有世界上唯一没有中断的古文明，同时，传统中的糟粕某种程度上又称为中国现代化的阻力，从张之洞提倡到中学为体，西学为用，到五四运动，到毛泽东的文化大革命，以及改革开放之后的文化改革，一直争议不断，未来中国的文化改革，亦充满争议，传统性与现代性存在长期冲突。

所谓中国特色，就是要深刻理解中国文化、中国制度、中国精神，洞察当下和未来中国存在的矛盾与趋势。

对新型智库的理解，主要有四个方面。

首要的就是思想观念要新，要有冲击力，富有锐气，这是智库独有的特点。某种意义上说，智库应该比大学需要有独立之精神，更有创新之精神。

第二个新，就是组织形式新，尤其是未来需要更多的民间智库。

第三个新，就是新势力，此前的智库，尤其是主流智库，多数更像是顾问委员会，很多退休高级领导成为智库成员，而缺少少壮派担大梁。未来的智库，应该更多鼓励年富力强者，使之有登高一呼的勇气，有指点江山的霸气，有切合时势与现实的历练。

第四个新，就是开放包容，允许百家争鸣，允许对于社会发展的各种设想。比如关于地方债，怎么化解，有人提倡剥夺地方的土地收入，收归中央，有人认为应该改革税制，加强地方财权，减少对于土地财政的依赖，而我提出，可变卖部分国有资产应急，再图长远改革，如重新改革分税制等。这些策略设想，有的流行，有的则听起来比较刺耳，国家是否能够有包容的气度，非常重要。

中国在经济水平上落后于世界，但是，中国拥有丰富的人力资源，《最强大脑》节目中不停有惊喜发现，中国在全球竞争中唯一站在相同起点的，就是人的大脑。国家需要珍视这些隐性的宝贵财富。

二、中国智库现状

官方智库最被人诟病的地方，就是无法保持相对的独立。有两个原因，一是由于职位所限，不敢随便发表真实想法，尤其是不敢针对官阶比自己高的本部门领导发表意见。甚至为了迎合领导意志而修正自己。其二是，在体制内，言行要受到一定制约，有一个不成文的流行看法是，只有那些体制内不是很得志的人，才会经常发表高见，仕途正猛者，反往往谨言慎行。这无疑是一种悲哀。

至于为拿到经费而观点带有倾向性，这种事

情肯定有。但是智库毕竟不是正式的行政机构，有时候还需允许一些见解，关键是一个度的问题，所谓的“小骂大帮忙”还是受欢迎。如真是“大骂”，那估计就飞了。

中国智库的前瞻性不够的问题，有两大原因。

一是体制问题，民间智库有时候掌握的资讯不够，难以做出前瞻性判断，体制内智库有充分的资讯和庞大的智力资源，但是，由于存在种种顾虑，最后蜕变成为领导出台政策作解释的机构。我们体制内很多知名学者，学识，经验，知识储备都有，唯一就少一点勇气，少一点为苍生立命的襟怀。另外一个原因，就是社会开放度不足，有很多富有建设性的国策设想，不被接受，甚至受到打压。美国的智库林立，与整个国家的开放包容有很大关系，兰德甚至可以讨论美国的军事战略问题。

出路仍然在于放宽社会管制，建成开放，宽容，自由的社会。在此过程中，民间智库应该逐步发挥更大的作用。

三、中国智库如何“走出去”？

中国智库走出去，需要两大改变。

第一个价值观和文化的改变。事实上，提出什么设想，采取设想策略构想，背后都有其价值观。日本大教育家福泽渝吉曾提出了“脱亚入欧”的国策设想，而这种设想的背后，是假设传统文化对于东亚国家的桎梏，由此，打破传统文化，与保留传统文化更有利于国家的现代化。土耳其国父凯末尔推行世俗主义改革，也是判定传统文化糟粕更多，非猛力不可摧毁。

中国的智库要走出去，首先需要在价值判断方面，符合世界潮流。

第二是建立规则意识，尚义与尚利兼顾，而非仅仅出于利益。

中国的国家战略失误，最明显的体现是在中东，几乎支持谁谁就倒台，中国最被人诟病的是，不论对方政权性质，是否得民心，只要有石油就合作。有时候，一个好的国策，不仅需要保全利益。更需要出自道义。

智库的一个特点，必须是经世致用。

充当的“策士”的功能，而非理论家的功能。由此，智库人士必须要学会接地气，从中国最低层了解起。毛泽东早年就是一个非常优秀的策士，他徒步考察了湖南的很多地方，为日后的大展宏图奠定了基础。

另外一个转型，可能被人忽略，就是智库人士必须去掉“精英主义”，不能高高在上，自以为得人间真理，得治国正道，而应该踏踏实实去理解社会，理解民众，民众才是社会的第一推动力量。一切策略，需服从民众利益，并且得到民众理解与支持，不可曲高和寡。

民间智库的好的策略，不仅需要为主政者所知，也需要为公众所知，有时候，借助大众的力量，也许更为持久。

如何为决策机构所知，有一些常用的策略。

其一就是注重传播和宣传。诸葛亮在未出茅庐之前，已经名满天下，他“亲友营销”做的很出色。“隆中智库”就是一个善于造势的智库。

对于民间智库一个极度有利的形势是，在自媒体时代，大众传播已经突破了传统的层级限制，也许一些好的建议和设想，无需拥有党政资源，也可直接联系。有的智库人士，本身是非常热门的大众人士，经常上电视，写文章，著书立说，在社会上形成了巨大影响力，当影响力达到一定程度时，自然有人问津。

网络时代，也迫使主政者问计于民间，部分尊重民间意见。十几年前，《深圳，你被谁抛弃》的文章出世后，学者芮中校对于深圳的忧虑，引起了时任深圳市长于幼军的关注，后来专门为此对话。在重庆，两江书生提出的地方发展方略，也震动了当时在渝的汪洋。这都是民间智库影响官方的真实案例，所以，民间智库不要因为政府人脉而灰心，思想才最有价值。在武汉，电视问政的推行和海选市民参事，也推动了民间智库的发展。

托夫勒在几十年前就预见到，未来的权力转移，从暴力到财富，从财富到知识。胸怀韬略，才识过人，绝对是稀缺资源，在这个一切公开的

时代，总有脱颖而出的一天。

四、智库如何充分挖掘民间智慧

智库人士要善于借助民意与民力。

不能赢得大众伟力的支持，再“秉持公心”的理论，均将告流产，起不到改革社会，推动历史的作用。改革继需尊重现实，更需尊重人民，不可有精英主义思维，民众才是历史的主人，尤其是在大国和穷国，更是如此，无民众，无成功。毛泽东深暗此理，当为前辈。革命与改革，可谓殊途同归，破坏旧有秩序，与打破既有格局一样，都有巨大阻力；开辟新的天地，与改良社会结构一样，都需时代赋予的大地安泰之力，无论摧毁性还是建设性，均需借助民众伟力，否则将势单力孤，被人绞杀。别以为有中产阶层支持，有精英知识分子支持，有企业家阶层支持，就可以了，连柳传志自己都清醒地认识到了，企业家也好，知识分子也好，都是软弱的阶层，难成大器。柳传志在企业界可能是领袖，在广泛社会领域，其力微不足道。无论是投票数人头的时代还是动武砍人头的时代，谁代言的阶层代表的人多，谁才是王者。但是这个简单的铁律总有人忽视，自认为精英，自认为代表真理，没用。

不能汇聚民众伟力，亦不能利用和引导民众伟力，是茅于軾，张维迎等自由派改革家最终难成大器的根本原因。思之令人痛心，未来之改革者不可不察。一切改革大略，不可过于理想化，对于民众存在的问题，亦不可高高在上，痛心民众的不尽人意，而应理解民众，并从民众的立场出发，谋划最终的改革之策。中国新一代的改革家和人民领袖，既需既顺应时代，洞察未来，又应懂得顺应人民呼声，尊重人民利益，理解人民特性，发动人民伟力。

真正优秀的智库，必须学会洞察社会大势，洞察世道人心，学会顺应和引导社会思想潮流，引导天下万民。借万民之伟力，为我所用。有站立日月之间，紧握乾坤旋转的雄才大略。

国外的智库资金来源非常多元，主要是以基金会方式运作。

而目前,中国的智库,目前多处靠项目运作,多数靠给企业和地方做项目,来获得资金,独立性受到一定影响。未来,随着一些智库领军人物社会影响力的日益扩大,企业资助的形式将越来越多。

个人认为,在中国,智库的运作一定有一定独立性,同时,还需要有相对充裕的资金,不能为生存而焦虑,所以,必要的资助是很必要的,投资得起智库的人,应该抱着撒钱的心态,而非赚钱的心态,智库应该是一个从容撒钱的事业,只有具备这样大气和从容的心态的出资方,才可以最终做好智库。

事实上,中国真正成功的智库也好,其他社会组织也好,真正做得好的,一定有一个不求经济回报的投资人,这样的人才是真正懂得什么是真正最有价值的财富。不说文,武的方面也是如此,曾经名动一时的精武门,也是开明企业家资助的,也是不求当下回报的,计利当计万世利,求名当求万世名,我愿意与这样有智慧和大抱负的出资人合作。

我个人即将筹备的智库,即将获得比较大的企业投资,坦白地说,我们不准备个人注资,而是准备花社会的钱,我们的目标是为天地立极,探究国家发展大略,绝对不能为生存而分心,从一开始就要高举高打。要有雄伟的抱负和强大的社会感召力,其实智库筹款能力,也应该从这里来。

虽然国外比较成熟的智库有赢利能力,但是智库总体上应该是社会效益第一,要发财,就不做智库了,直接做企业多快?从事智库的人,一定要有一个情结,这个情结,比较接近古代'士'的情结,但是,在当代的语境下,应该更过之,完成对古代士的超越,而成为具备现代意识,熟悉现代社会的探索者,启民智,理万物,照四方,润天下。

微博、微信为代表的互联网时代,最关键的是要有开放的心态,同时,要有汇聚天下资源的器具与能力。

在互联网时代,在一些领域,每个人都是别人的学生,在另外一些领域,每个人都可作别人的老师,这是一个摧毁大师的时代,也是诞生众多真正大师的时代。技术的革新与学习方式的变化,注定那些最开放的组织,才可有最恢弘的视野与眼光。

发掘民间智库,要防止两个方面的陷阱。

一个是体制内的僵化与自我禁锢。智库的发展,与文化产业的发展,需要非常类似的前提条件,即整体社会氛围的开放和不涉限,而在中国,由于权力的主导作用,部分智库,尤其是官方智库,往往沦为解释的机器,似前文所说,长此以往,将失去自我,变得日益封闭和僵化,部分民间智库也有这种危险。

第二个陷阱,是出现学阀学霸。

智库需要志同道合的人一起努力,但是,智库要避免中国高校出现的学术近亲繁殖的弊端,避免搞小圈子,而排斥圈子外的人,要有广纳天下人才,容纳九派横流的器具,而且要有容纳各种层次人才的器具。

青年时代的毛泽东只是一个图书管理员,但是,日后的事业证明,这个管理员,其才略抱负,远远超出同时代的人,也超出当时拥有巨大声望的学者。只是当时他没有被人充分重视而已。当时部分北大学者自视甚高,结果几十年后毛泽东才是集大成者。

莫叹世无英雄,英雄在默默潜行,深藏海底,或跃在渊,尤其需要给予机会。在恰当时机刚可飞龙在天。正如二十四节气的安排,惊蛰之后,才有真正的春天,宇宙中的惊雷,震动人间万物。

互联网时代,数字会说话,一切理论和策略,均需建立在可靠的数据之后,正如打仗,首先要情报准确。

在大数据时代,我们很多数据的获取并不难,我倒不觉得智库需要自身建立数据,只要是善用数据,找出数字背后的规律。

(摘编自:《人民论坛网》)

众筹动了谁的奶酪

谢宏中

众筹正以每月数千万元的成交金额、每月成倍增长的速度，越来越受到各界关注，成为互联网金融 2014 年最耀眼的领域，也影响着诸多行业的资源聚合方式和投融资界动向。互联网所到之处，颠覆无处不在，众筹到底会动了谁的奶酪，颠覆些什么呢？

首先我想明确众筹的核心是股权众筹，所有与股权无关的众筹都是耍流氓。众筹给予投资人的应该是权益，而非商品。由于给到参与人的是权益，众筹就会让每个参与者享受到权益的兑付、保障、监督与增值的过程，这其中的意义与乐趣，远远超过商品的购买与交付。在众筹中，其“众”在于众多参与者的汇集和资源聚合，与商品制造过程中的重复式生产、为了降低成本的批量化制造、大规模销售都是不同的。众筹是一个“应筹而生、为筹所有”的投资过程，其中汇聚着广大投资者的认可和参与。鉴于这样的认识，我们才能看到颠覆的领域。

一、众筹动了“精英创业”的奶酪，掀起真正“草根创业”的大潮。创业是高资金投入、高智慧投入、高管理投入、高风险系数的事情，多数情况下失败的几率远远大于成功的几率。一直以来，只有具备必要的资金、积累了相关经验、掌握了一定的资源、拥有风险承担能力的人，才可能去尝试创业，这一般只有精英与富家子弟才创得起业，普通人只能是先打工积累本钱，成为精英后才会考虑。众筹时代的到来，哪怕你只是一介草根，只要你有了足够的商业运营能力和创新的产品或模式，你就可以启动创业，其它的资

源与资金，甚至包括团队，都可以通过众筹得来。之前必须是借来、买来、招来的人或物，现在都可以“筹”来。筹与借、买、招的区别是，筹来的东西既不必付钱，也无债务负担，给参与者的是权益回报。

二、众筹动了“富人投资”的奶酪，掀起真正“大众投资”的大潮。股权投资一直以来是富有的高净值人士专属权利，特别是投资于创业企业的原始股份，更是少数有钱人才能玩的游戏。因为做非上市企业股权投资，既要求投资人投得起钱，还要能够看得懂所投资的项目，有能力帮得上创业者发展。就像我理解的中国天使投资为什么是“光打雷不下雨”现象，是因为传统的天使投资必须要具备“看得中、投得起、帮得上”三个条件。众筹则采用“专业领投+大众跟投”的模式，大大降低了早期股权投资的门槛，过去一笔融资 100 万元的项目，只有拿得出 100 万元的人才能投得上。而能拿得出百万元现金的人，不说是富豪，起码也算是高净值人士了。通过众筹，则可能只有几万元现金投资能力的普通民众也有机会参与这样的项目。例如 9 月 26 日在云筹平台因为 1 小时快速众筹而爆红的云筹 19 号奇久婚庆项目，其 120 万元的募资标的，最后有 32 人参与了众筹，最低投资 3 万元就有机会成为其股东。这在传统的投资模式下，是不可能的。更有趣的是，该项目的领投人是一名长期在新加坡工作的中国公民，这样小额跨洋异地的股权投资，在非众筹时代，也是不可想象的事。

三、众筹动了“资源中介”的奶酪，让创业

服务与资源输入更扁平直接。毋庸讳言，当今社会的资源，要被创业者使用大都需要通过中介、特别价值变现渠道、人脉疏通。申请一项资证、租到合适的房子、申请特别资助、用到宣传渠道、求见一个重要人物……莫不如此。而通过众筹，这些需求，有可能轻松解决。因为在众筹的过程中，可能就会有拥有这些资源的人成为众筹项目的股东，股东为了提高收益机会，为投资企业服务，都是直接的、免费的，最多付出一些硬性成本。这样，众多创业企业获得服务和资源输入的通道

直接、结构扁平、效率高、成本低。一大批靠资源中介与卡位变现者，都会在众筹面前失去光环。大众投资的热浪会从众筹时代开始，相信会掀起一场资本投资的革命，大众投资汇聚起来的能量将会通过股权众筹爆发出来。

随着众筹的兴起和深入，被动奶酪的群体越来越多，被颠覆的领域也会越来越多，“与其被革命，不如投身革命”，咱们一起来玩众筹吧！

(来源：《证券时报网》)

舍恩伯格上海纵谈大数据

《大数据时代》作者、牛津大学教授维克托·迈尔·舍恩伯格 (Viktor Mayer-Schönberger)，近日在“2014 浦江创新论坛”上发表了“大数据工业 4.0”主题演讲。

舍恩伯格认为，世界的本质就是大数据，大数据正在开启重大的时代转型。大数据正在改变的生活以及理解世界的方式，正在成为新发明和新服务的源泉。从因果关系到相关关系的思维变革，正是大数据的关键，建立在相关关系分析法基础上的预测才是大数据的核心。

当我们谈大数据以及创新的背景时，追溯到百年前，亨利·福特催生了当时的福特车型，启动了汽车的大众生产新时代。这不但改变了汽车制造业，改变了经济，同时也改变了整个社会，改变了我们对距离和时空的感受感觉。之前，我们有亨利·福特以及他的福特车型，而现在，我们有苹果手表即将上市。

在这样的背景下，如何定义“创新”？福特车型主要是与大众生产有关，就某一个车型进行最低成本的批量型生产。快进到现在的时代，苹果手表将会有上千种不同的配置，而且以低成本

进行生产，既可以单纯大众生产，还可以进行个性化大众生产。

个性化大众生产，成为现代化的标志。再说“创新”，我们看到是从大众车型生产到个性化大众生产的时代，我们对本身的想法进行了否定。实际上，创新是更好地对世界上发生的事情进行数据技术分析和理解。在人类发展当中，通过理解和观察做到创新，并且通过观察捕捉信息从而加深理解。

最近我们开始谈及“小数据”，因为收集、分析、储备、再使用数据成本非常高昂而耗费时间。现在我们看到要理解世界的方式和方法，是基于我们对于大数据无法正确理解而驱动的，这样的背景正在变化。

一、大数据带给我们对现实的新体验

我们收集分析储蓄数据，再改变数据分析的过程，改变了我们对世界进行理解的方式。从1989年到2010年这20年时间，全球数据的数量增长了100倍，我们看到数据的爆炸性增长，我们从模拟世界进展到了数码世界或曰数字世界。

为什么是这样？因为数量能够转化为质量。譬如我们拍数码照片，每一秒钟一个人骑马的照片，如果连拍 20 张照片，可以突然看到数量的改变带来新的质量飞跃，这就是我们对现实的新的观察和体验，这就是数据所带来的改变，信息数量增长，可以带来我们对世界洞察力新的变革。

二、大数据帮助我们更好理解世界

数据和与之相关的问题，是我们观察世界的出发点。换言之，要让数据说话，让数据来帮助人们看世界，让数据帮助我们更好地理解世界。譬如在拍照时必须做焦点的选择，哪些是最重要的要作为焦点，而不重要变为模糊的背景？这时，我们会知道在数据时代什么对我们更重要。使用大数据相机拍摄，可以把所有的焦点重心捕捉起来，在拍完照片之后，可以自己选择任何一个成为焦点的对象。大数据照相机的优点、力量所在，正是可以让数据说话，把互不关联的数据结合起来。通过分析这些数据间的关系和关联，你可以找出一个事件的因果关系。

三、大数据创新改变生活的方方面面

上世纪 50 年代，美国国防部想让科学家打造一个软件，能够自动把俄文翻成英文，这个项目最后花费了 10 亿美金、以及 15 年时间，最后以失败而告终。而现在加利福尼亚一个创业公司，利用因特网作为基础，创建统计性、或然性，打造出成功的翻译机器。利用大数据创新后的结果，比以前所有的对机器翻译的研究都更加出色。

在健康领域，有一位博士利用大数据把数字传感器放到了早产儿身上，然后收集那些与他的生命体征非常相关的关键信息，包括他的血压、心跳数量，大概在一秒钟内可传递 1200 多项相关的数据。假以时日，他们开始寻找这些数据所带来的模式和规律，通过这些模式和规律来预测这个孩子未来可能遭遇到的感染、与之相关的疾

病，从而帮助医护人员给早产儿更好的医疗护理。

四、重复使用数据以获取更大的价值

大数据的创新里蕴含着非常多的价值，但最重要的是可以在那些已经用过的数据里获取更大的价值。以前，我们根据数据的用处使用它，用完后把数据丢弃。但是现在不是这样：我们要把数据一遍遍重复使用，像一座冰山，我们看到的只是冰山一角，数据最重要的价值都隐藏在我们看不见的海水下面。

美国西雅图创投公司重复使用数据，帮助人们在上下班的路上躲开交通堵塞区域。他们有 APP（即应用），称之为热图，根据交通堵塞的不同情况显示不同的颜色，每天都有 1 亿人在使用这个应用。这个数据从哪里来？每一个智能手机的用户，都是一个传感器，当你在行走或开车时，智能手机已把数据传输出去了，计算你走在哪条路最佳。这些数据可进行重复，公共部门利用这些数据，可以更好了解公共交通状况。

罗罗公司（即劳斯莱斯），很长时间内都是为飞机提供引擎的，引擎上的传感器留下了很多数据，这些数据本来用后即弃，但现在，他们把这些数据重新整理，可准备预测引擎里面哪一个零部件即将产生故障，根据预测结果可以提早进行维修和零件替换。所以，这个公司服务板块成长很快，服务创收已占到营收总额的 17%。

多林格公司，开发了学习英语的智能手机应用。他们把所有的数据收集起来，发现分析人们学习英语时使用的各种方法，比如西班牙人学习英语的方法与中国人学习方法不一样。他们使用了云计算服务，不需要很高成本，不需要建设生产制造基地，不需要建立工厂，也不需要建立谷歌数据库那么大规模的数据库。

在现代世界里，物理规模已经不是那么重要，重要的是要有能力收集数据，有能力分析数据，从数据当中得出点子。

五、以谦逊、人性化的态度分析大数据

大数据的下一个趋势是什么？有了大数据之后，在未来我们肯定能够学的更多，我们也会变得更健康，寿命会延长，汽车会不需要司机……但是，大数据显而易见也有限制，在下一步我们一定要非常当心，以一种非常审慎的态度掌握大数据技术。非常重要的一点是，我们一定从大数

据当中进行不断学习。

另外我们应专注于对人类有益的领域，这就是人和电脑之间的差异。我们应更加谦逊，谦逊是非常好的特质。数据经常是不完整、不完美的，我们做大数据分析时，不仅仅是用谦逊的态度去做，而且要以人性化态度分析大数据。

（来源：《财经十一人》）

微创新：小改变创造伟大产品

简文超

在传统的观念里，创造力是个难以捉摸的东西，它从不遵循特定的规则和模式，要想具备独特性和革新性，人们就得“跳出框架”去思考。

然而，德鲁·博迪并不赞同这一观念，在他看来，框架内创新，才是产品畅销的王道策略。

多年来致力于创造力研究的创新领域专家德鲁·博迪，通过对强生公司、通用、宝洁、SAP、飞利浦等全球顶尖公司的上百种畅销产品的分析发现：创新并非来自天马行空、惊世骇俗的发明，而多是通过在现有框架内进行微小改进，结果却非同凡响。

“看似花样百出的产品创新，实际上都可以总结为相同的创新模型。”在《微创新》一书中，德鲁·博迪将这些方法归纳为5大策略——减法策略、除法策略、乘法策略、任务统筹策略和属性依存策略。

在德鲁·博迪看来，大到国家军备器械的升级、一款互联网产品的风靡，小到一把婴儿勺、一款饮料的流行，其背后都是这5种创新模式。

“当你在自己熟悉的领域内（也就是框架内）运用我们所说的这套策略时，创新即会发生，而

且它们比框架外的创新更加精彩。”

“为什么 ipod 可以在众多 MP3 产品中脱颖而出？为什么一款没有洗涤成分的洗衣液能让宝洁公司获利 10 亿美元？”《微创新》会让你发现框架内创新所带来的惊喜。

在盒内找答案

德鲁·博迪所谓的框架内创新，是指围绕企业或者组织本身产品的特性，增加或者减少某些功能、外观上的设计，从而解决问题。这一定义更多的是站在头脑风暴、天马行空的发散性思维的对立面来阐述。

“过于散漫和放任的思维会让你的观点陷入游离状态而失去了创新力；而在自己所熟知的领域做一些小的改变，效果往往让人惊奇。”

或许有人会认为，“框架”和“框架内创新”这套规则，会局限我们的思维，阻碍我们产生更多的创意。但是德鲁·博迪并不认为如此，在他看来，只要掌握好框架内创新的法则，其所能产生的能量比毫无边界的创新更大。

事实上，通过书中的例证，读者会发觉要想

兼备独创性与革新性，在框架外寻找解决之道异常艰辛。以“框架外找创意”的典型手段头脑风暴为例，受到干扰多、害怕批判等诸多因素，参与者较难得出可行性高的实质创新。

较之天马行空的框架外创新机制，德鲁·博迪讨论了“系统性创新思维”的潜在逻辑。“在面临一个挑战你创新能力的具体事件时，你首先要明确自己所需，限定一个框架，然后在框架内寻找答案。比起将自己置于陌生的环境中苦思冥想或静候灵感降临，这一做法更有助于梦想的实现。”此番对“系统性创新思维”合理性的诠释，正是本书立论的根基。

当然，要充分发挥框架内创新的效力，必须坚持两个原则：框架内思考以及改变你在解决问题时的惯用思路。

在一般的创新思维里面，创新首先是明确问题，然后寻找答案；但框架内创新恰恰相反，是从一个抽象的答案入手，回溯到问题本身。

“比如奶瓶随温度变色的问题，这一功能的答案是为了防止婴儿被烫伤，所以有这一创新，这就是从答案（防止婴儿被烫伤）回溯问题。”

这正是运用框架内创新的关键所在，先构建形式（要解决什么问题），然后从形式出发，发掘它的产品功能。

“框架内创新的最大魅力就在于，你越熟悉它，就会越多地利用它去解决生活中的棘手问题。”

“更少”变更多

在德鲁·博迪提出的框架式创新 5 大策略中，减法策略可能是企业运用最广泛也是收到实效最多的一种，因此，在《微创新》一书中，德鲁·博迪首先阐述的便是减法策略在框架内的使用。

“删除产品的某个部件远比费尽心机地给它增加新的部件要轻松，它会节省我们的时间、精力和金钱，然后，由于它看似不符合事物的发展规律，所以经常被忽略。”

为了更好地阐述减法策略是如何在创新中发挥作用的，德鲁·博迪讲述了 ipod 的创新故事。

苹果的 ipod 并不是 MP3 播放器领域的元老，在 ipod 之前，还有更多的播放器曾经风靡一时。可以说，从一现世开始，ipod 就面临着激烈的竞争。

“当时的 MP3 市场竞争异常激烈，为了打压对手，许多公司都想方设法地让自己的产品功能更多、品质更好。”

例如，最早的 MP3 播放器上带有 LCD 显示屏，可以帮助用户把歌曲列表排列在播放列表里，这样一来，用户可以对歌曲的名字和顺序了如指掌。随着市场的升温，各个企业推出的播放器上的显示屏也在不断更新，功能越来越多。他们认为，显示屏是播放器不可或缺的一个基本构件，因此始终关注改进显示屏的功能。

然而，第一代 ipod 凭借着敏锐的革新意识，在设计中把显示屏彻底去掉了，只保留了随机播放功能。

“你可能会觉得这是一次倒退，难道人们不想在娱乐时享受更多的操控感吗？”结果令人震惊，随机播放功能成为了“耳塞族”的挚爱，而 ipod 也凭借这一创新大获成功。

当然，利用减法策略的关键在于将某个基本部件删除，这一部件既不是最核心的，也不是最次要的，它应该处于中间地带。只有这样，你才有可能将减法策略发挥出最大的威力。

在 ipod 这一案例中，显示屏是所有人都认为必不可少的一部分，但是 MP3 播放器的核心是音乐内核，显示器事实上并不是不可或缺的，也因此成为可以删除的对象。

“运用减法策略，把产品中一个原本必不可少的东西减去，让技术倒退一步，却使音乐体验向前迈进一步，这就是创新。”

创新连接

在德鲁·博迪所提出来的框架内创新 5 大策

略中，属性依存策略是最复杂的。但是，在我们的生活中，这一策略却是利用最多的，大约有35%的创新源自这一策略。

属性依存策略更多地用于食品行业，譬如随温度变化而变化颜色的咖啡杯盖、奶瓶，冰镇葡萄酒等等，这些都属于属性依存策略。

要利用属性依存策略，你首先得找到两个变量，譬如数量、温度、浓度、颜色、口味等等，一旦你确定了这两个变量，下一步就是运用属性依存策略在这两个变量中制造依存关系了。

为了能更好地让读者理解这一策略在产品研发中的运用，德鲁·博迪同样举例说明，这次他选用的是雀巢冰爽茶的案例。

雀巢冰爽茶是雀巢公司与可口可乐公司联手成立的“全球饮料伙伴公司”推出的一款产品，在最开始的时候，这一产品的销售在市场上举步维艰，尽管公司在营销手段上用尽心思，但依然难以激起客户的购买欲。

当时负责茶饮品销售的施密特希望对这款产品进行革新，但他不想墨守成规，像一般厂家那样盲目迎合消费者。

在革新过程的长久讨论中，施密特寻找到了两个变量，一个是季节，一个是茶的温度（冷、热饮品）。在固有的观念中，“夏天喝冰茶，冬天喝热茶”似乎是不可打破的规则，但是施密特却并不这样认为。

他决定寻找这两个变量中的新的依存关系，因为这样的创新成果是极其诱人的，一旦成功，气候寒冷地带的消费者也将成为雀巢品牌的忠实拥护。即使有风险，也值得尝试。

于是，雀巢“冬饮系列”就这样问世了，这款产品可以在冬季室温下或者加热后饮用，它的出现为“全球饮料伙伴公司”打开了一个全新的市场，彻底扭转了冬季饮品销量低下的局面。

“在这个案例中，施密特所寻找到的两个依

存关系中的变量分别是茶的口味和季节性。例如，雀巢“雪橙”是冬季系列饮品中的一个新品种，包括橙子味、丁香味，还有蜂蜜味，特别适合圣诞季饮用，瓶子的设计让人在冬季也能感受到浓浓的暖意。”

这个创新策略催生的新品，使得雀巢品牌的年收益飙升了10个百分点，不得不说，找到一个新的依存关系，你等于就找到了一个新的空白市场。

“属性依存策略的复杂性超过了其他几个策略，但它为我们打开的创新宝库却是绝无仅有的。”

框架内创新的5大策略

1、减法策略

删除一项产品或服务中的某个基本部分，甚至可能是其中的精华，而不找替代品。比如删除录音机的播放功能。

2、除法策略

我们容易把某产品或服务看成一个整体，认为他们就应该是我们熟悉的样子，打破这种结构性固着，把它分解成多个部分，然后将分解的部分重组，这样往往会出现大惊喜。

3、乘法策略

先明确产品、服务或者是流程的组成部分，选择某个基本部分加以复制，而后将其改造成乍看上去毫无价值的东西。

4、任务统筹策略

给产品、服务中的某个部分分配一个附加的任务或功能，让它在发挥原本作用的前提下完成新的任务。

5、属性依存策略

选取产品或流程原本两个不相关的属性，让一个变量随另一个变量的变化而变化，从而产生新的产品或服务。

（来源：《企业观察报》）

中国将改革科技计划体系 政府不再直接管理具体项目

为破除条块分割多头管理、科技资源配置重复申请、重复投入的“碎片化”问题，更好地实施创新驱动发展战略，改革开放 30 多年来逐步建立起来的中国中央财政科技计划体系，将动一次优化布局的“大手术”。

由科技部、财政部共同起草的《关于深化中央财政科技计划(专项、基金等)管理改革的方案》(简称《方案》),已经批准,即将发布实施。《方案》提出,政府不再直接管理具体项目,而是通过公开统一的国家科技管理平台宏观统筹,具体委托专业机构来管理。

每年涉及上千亿元资金的近百项中央财政科技计划(专项、基金)“大蛋糕”将在公开统一的国家科技管理平台上,按照优化整合后的五类科技计划(专项、基金等)进行“切割”、运行。现有的、政府各部门条块分割的各类科技计划经费渠道将不再保留。

20 日,科技部科研条件和财务司司长张晓原和财政部科教文司司长赵路在接受新华社记者专访时对《方案》出台做了全方位解读。

《方案》提出,优化整合的总体目标是,强化顶层设计,打破条块分割,加强部门功能性分工,建立具有中国特色的以目标和绩效为导向的科技计划(专项、基金等)管理体制。更加聚焦国家目标,更加符合科技创新规律,更加高效配置科技资源,更加强化科技与经济的紧密结合,

最大限度激发科研人员创新热情。

这次优化整合涉及的计划(专项、基金等)属于竞争性研发经费,稳定支持的部分并不包括在内。

《方案》指出,将在公开统一的国家科技管理平台上,依托专业机构管理项目。专业机构负责受理项目申请,组织项目评审立项,过程管理和验收。

政府从项目的具体管理和资金的具体分配中解脱出来后,将重点管宏观,管规划,管政策、管布局,管监督要效率。此外,还有一个重要职责就是监管专业机构的履职尽责情况。

据了解,将建立科技计划管理联席会议制度,通过建立由科技部门牵头,财政、发改等相关部门参加的科技计划(专项、基金等)管理联席会议,加强统筹规划。共同制定议事规则,负责审议科技发展战略规划、科技计划(专项、基金等)的布局与设置、战略咨询与综合评审委员会的设立、专业机构的遴选择优等事项。

《方案》要求,2014 年就要启动公开统一的国家科技管理平台建设,在重点领域先行组织部分重点专项进行试点。2015 至 2016 年,基本完成平台建设和各类科技计划的优化整合,实现科技计划安排和预算配置的统筹协调。2017 年,经过三年的改革过渡期,全面按照优化整合后的五类科技计划运行,并在实践中不断深化改革。

(来源:《新华网》)

关于简并增值税征收率政策的通知

政策要点：

为进一步规范税制、公平税负，经国务院批准，决定简并和统一增值税征收率，将6%和4%的增值税征收率统一调整为3%。现将有关事项通知如下。

支持方式：

1、《财政部 国家税务总局关于部分货物适用增值税低税率和简易办法征收增值税政策的通知》（财税〔2009〕9号）第二条第（一）项和第（二）项中“按照简易办法依照4%征收率减半征收增值税”调整为“按照简易办法依照3%征收率减按2%征收增值税”。《财政部 国家税务总局关于全国实施增值税转型改革若干问题的通知》（财税〔2008〕170号）第四条第（二）项和第（三）项中“按照4%征收率减半征收增值税”调整为“按照简易办法依照3%征收率减按2%征收增值税”。

2、财税〔2009〕9号文件第二条第（三）项和第三条“依照6%征收率”调整为“依照3%征收率”。

3、财税〔2009〕9号文件第二条第（四）项“依照4%征收率”调整为“依照3%征收率”。

申报条件：

小规模纳税人和特定一般纳税人

政策依据：

财政部 国家税务总局关于简并增值税征收率政策的通知 财税〔2014〕57号

详细内容：

关于简并增值税征收率政策的通知

财税〔2014〕57号

各省、自治区、直辖市、计划单列市财政厅（局）、国家税务局，新疆生产建设兵团财务局：

为进一步规范税制、公平税负，经国务院批准，决定简并和统一增值税征收率，将6%和4%的增值税征收率统一调整为3%。现将有关事项通知如下：

一、《财政部 国家税务总局关于部分货物适用增值税低税率和简易办法征收增值税政策的通知》（财税〔2009〕9号）第二条第（一）项和第（二）项中“按照简易办法依照4%征收率减半征收增值税”调整为“按照简易办法依照3%征收率减按2%征收增值税”。

《财政部 国家税务总局关于全国实施增值税转型改革若干问题的通知》（财税〔2008〕170号）第四条第（二）项和第（三）项中“按照4%征收率减半征收增值税”调整为“按照简易办法依照3%征收率减按2%征收增值税”。

二、财税〔2009〕9号文件第二条第（三）项和第三条“依照6%征收率”调整为“依照3%征收率”。

三、财税〔2009〕9号文件第二条第（四）项“依照4%征收率”调整为“依照3%征收率”。

四、本通知自2014年7月1日起执行。

财政部 国家税务总局

2014年6月13日