本版编辑：杨志梁
E-mail：m4@studytimes.cn
Tel：010—62806049

经济学家

产学研何以脱节

□ 王东京

时下人们对“产学研脱节”现象多有微词。公开的数据，我国每年受理专利申请90多万件，获得专利授权16万多件，连续四年居全球之首。可令人遗憾的是，专利转化率却平均不足20%；产业化率更低，不到5%。这样一方面政府拿真金白银支持创新，而另一方面大量专利成果却又束之高阁。花钱不得好，难怪人们会有抱怨了。

不过抱怨归抱怨，冷静分析，这现象其实也不足为怪。黑格尔有句名言：存在即合理。是的，某些貌似不合理现象存在，背后必有特定的“约束”或“因由”。只是这些“约束”鲜为人知，所以才觉得不合理。生活中这样的例子多：比如人们常常抱怨收入差距大不合理，殊不知只要生产要素的稀缺性不同，按要素贡献分配就会有差距。差距大从道德看不合理；但从学理看则事出有因。

事实上，人们观察世界有两个视角：一是价值判断；二是实证分析。我的看法，研究经济要有价值判断，但同时也要有实证分析。比如研究人的行为，经济学讲，人的行为规律是“在特定约束下追求最大化”。这是说，追求最大化是人的行为共性，只是面对的约束不同，行为结果会不同。作实证分析，就是要找出那些约束“行为”的条件。约束条件找准了，行为也就被解释了。

与实证分析相对，价值判断是关于“好”与“坏”的认定。作为决策者，不仅要尊重价值判断，也要重视实证分析，否则只有价值判断会难免头痛医头、脚痛医脚。比如对某现象，若价值判断认为“不合理”，那么按实证的观点，我们要做的并不是直接改结果，而是先改约束条件。约束条件不变，改结果往往会适得其反。前几年有人认为肉禽价格高不合理，主张政府限价。设想一下，倘不改约束条件（增加供应），直接限价岂不会令涨价压力更大？

回头再说“产学研脱节”。其实，研究此问题也有两个角度：从价值判断看，产学研脱节无疑不合理，应当改进；但从实证角度看，这现象存在又有存在的理由。前面说过，人的行为规律是“在特定约束下追求最大化”，科技研发行为当然也不例外。问题是，造成这种脱节的约束条件为何呢？最近到南方调研，与科技人员多次座谈，大家认为主要有三方面：

一是成果评价厚此薄彼。以资金来源分，科技课题有政府纵向与企业横向两类。据湖南、云南等地科技部门负责人反映，目前科研院所评职称往往重“纵向”轻“横向”。在长沙座谈时就有科技人员说，他所在单位评职称，无国家课题近于免谈。

二是财政大包大揽。改革开放以来，国家财政对科技投入增长近百倍，特别是近五年，财政投入均增长20%以上。这些资金大多以课题形式投给了科研院所。国家既发工资又拨经费，科技人员高枕无忧自然不会再去关心科技成果转化。

三是公共服务平台短缺。目前科技成果难转化的另一原因，是“中试车间”等公共平台短缺。一项新技术从实验室到规模生产，通常需要中试。有数据说，新技术成果通过中试，产业化成功率可达八成；而未经中试成功率只有三成。困难在于，建中试车间一次性投入大，使用率低，科研院所与企业谁也不愿自己建中试车间。

我不否认，以上因素在某种程度上会妨碍科技成果转化，但这些并非是关键因素。想深一层，如果成果评价重“纵向”轻“横向”导致了产学研脱节，那么请问，为何有人评了职称也不重视成果转化？事实上，目前科技人员中多数都是有职称的。可见，用成果评价解释“脱节”不足为信。

再有，说财政包揽导致产学研脱节，我认为也站不住。可证伪的例子是，欧美国家财政也投资科技，可人家成果转化率却达70%~80%。从国内看，目前产业化取得成功的技术成果中，也有不少是由政府投资的。

至于中试车间，这件事说到底是一个谁出钱的问题。中试车间当然最好由政府建，即便政府不建，假若研发者产业化愿望强烈，而成果又有广泛的应用前景，建中试车间则易过借火。今天国内市场并不差钱，只要回报率够高，钱应该不难找。难就难在研发者自己对产业化缺乏动力，而成果又没有令人乐观的市场潜力。

说我的观点吧。当下产学研脱节，真正的原因是发明人产权缺位。根据“约束条件下追求最大化”原理，发明人不关心成果转化，一定是成果转化不体现他们最大化利益，否则断不会如此。可约束他们行为的条件是什么呢？这些日子思来想去，我认为是产权。事实确也如此。美国的经验，历史上联邦财政资助研发的专利曾归政府所有，那时美国专利转化仅5%，1980年“拜杜法案”将专利权下放给了研发机构，结果转化率一路飙升。

查阅过国内法律，2007年颁布《科技进步法》，仿效美国，将政府资助研发的专利权也给了科研院所。照理，我们的专利转化率应该提升，可现实却让人大跌眼镜。何以如此？症结还是在产权。原来，国内的科研院所与美国不同，人家私人投资；我们国家投资，专利权下放不过是“大锅饭”变“小锅饭”。

分析至此，看来只有两个办法：一是取消科研院所的“事业”身份，让其自立门户；二是专利权继续下沉，让发明人直接享有专利转让的部分收益。前者要改体制，后者要改法律。相对来说，改体制千头万绪成本会很高；改法律呢？程序虽复杂但成本要低一些。若着眼长远，应该改体制；而当下可考虑尽快改法律。

宏观观察

中国经济增长的新三驾马车

□ 陈勇鸣

中国经济增长从靠老的三驾马车（投资、消费、净出口）逐渐转向新三驾马车（新型投资、新型消费和“一带一路”）。

新型投资是经济增长的重要推动力

新型投资主要是指公共消费型基础投资与产业转型升级。主要包括三方面：一是公共消费型基础投资，包括高铁、地铁、城市基础建设、防灾抗灾能力、农村的垃圾和水处理、空气质量的改善、公共保障性住房的建设等。投资内容包括信息电网油气网络、清洁能源、能源矿产资源保障、生态环保、交通运输、粮食水利、健康养老服务。列入重大工程包项目应主要依据：对经济社会发展具有全局性、基础性、战略性意义，有利于形成新的经济增长点；有利于调结构、补短板，加强薄弱环节建设，增加公共产品和服务供给；符合国家产业政策；具备一定工作基础，通过加大工作力度能够尽快推进。二是已有产能的绿化与产业转型升级。仅五大耗能行业（有色金属、钢铁、电力、化工、建材），更新一遍高污染、高能耗的产能，就需要大约十年时间，其每年将拉动GDP增长1%。随着人口老龄化时代到来，我国脑疾病负担可能达到每年上万亿元。以“健康脑”为导向，重点研究包括老年痴呆在内的神经发育疾病、精神类疾病、神经退行性病变的预防和治疗。同时推动人工智能跨越式发展，瞄准前沿技术，布局重点领域，如智能人机交互领域、自动驾驶领域、大数据分析预测技术以及智能医疗诊断、智能无人飞机等技术。三是发展养老产业需要大量投资。养老产业是随着人口老龄化而发展起来的一个新兴产业，是为老年人口提供产品或服务、满足其衣食住行用以及精神文化等方面需求的综合性产业体系，包括老年用品制造与零售业、养老房地产业、居家养老服务业、养老保健医疗服务业、养老保险理财业、养老教育服务业、养老精神文化娱乐业、养老人员培训业等。当前，企业生产能力过剩，企业开工不足，而另一方面，社会急需的老龄产品又无人生产。发展养老产业，也是化解中国产能结构性过剩的关键。

公共消费型基础建设的资金通过财政投入、地方债及政府和社会资本合作（PPP）筹集。产业转型升级主要通过技术创新、产业创新、业态创新、模式创新，培育“四新”企业。通过新一代信息技术与制造业深度融合，推动3D打印、移动互联网、云计算、大数据、生物工程、新能源、新材料等领域取得新突破。基于信息物理系统的智能装备、智能工厂等智能制造正在引领制造方式变革；网络众包、协同设计、大规模个性化定制、精准供应链管理、全生命周期管理、电子商务等正在重塑产业价值链体系；可穿戴智能产品、智能家电、智能汽车等智能终端产品不断拓展制造业新领域，为我国制造业转型升级、创新发展创造机遇。

新型消费是经济转型的关键

新型消费主要是指文化、休闲、旅游、健康、教育、信息、环保和新能源等方面的消费。目前我国文化产业占GDP为3%，美国为25%，日本为20%，欧洲为13%。世界旅游组织发布《2015全球旅游报告》指出，中国从2012年起，连续三年成为世界最大的出境客源地，2014年出境旅游人数1.16亿人次，境外消费额1650亿美元。2014年全国网上零售额27898亿元，同比增长49.7%，全社会电子商务交易额达16.39万亿元，同比增长59.4%。新型消费的实现途径，主要是通过“互联网+”进行渠道创新。“互联网+”是把互联网的创新成果与经济社会各领域深度融合，推动技术进步、效率提升和组织变革，提升实体经济创新力和生产力，形成更广泛的以互联网为基础设施和创新要素的经济社会发展新形态。在全球新一轮科技革命和产业变革中，互联网与各领域的融合发展具有广阔前景和无限潜力，已成为不可阻挡的时代潮流，正对各国经济社会发展产生着战略性和全局性的影响。“互联网+”与“+互联网”既有相似一面，又有不同一面。相似的都是信息化与实业的融合。不同之处有三方面：一是“互联网+”是加一个产业，如“+旅游”“+地产”“+交通”“+服装和餐饮”，最后加出来的可能是另外一个业态、另外一个行业。而“+互联网”是以传统行业、传统企业为主体，借助互联网做一些改良性的创新。主要是传统行业以既有业务为基础，利用互联网技术和理念，提高为用户服务的效率和质量。“互联网+”是颠覆性创新，而“+互联网”是常规性创新。二是两者优势不同。“互联网+”有新技术优势、体制机制优势和广泛的社会支持，容易产生爆发性增长。互联网技术是基础，加上其优惠价格、便捷操作、舒适体验，足以赢得巨量消费者。“+互联网”拥有的是存量优势、行业标准优势和公信力优势。三是主体不同。“互联网+”的主导者是互联网企业，“+互联网”主要是传统企业在主导着融合进程。适宜“+互联网”的行业是农林牧副渔、燃气电力水利、制造业、公共卫生、公共事业、教育、公益、金融、物流等；适宜“互联网+”的行业有信息服务、通信服务、交通、文化娱乐、旅游、零售、餐饮、批发业、中介、房地产等。

新型消费渠道拓宽与服务业体制改革有关，与城市经济结构转型有关。因此，首先要加快政府行政管理体制改革，先试先行、非禁即入；加快事业单位体制改革，经营与非经营分开；加快科技教育体制改革，增加科技教育投入；加快服务企业所有制改革，扩大服务业开放；加快税收体制改革，促进经济结构调整优化和服务业发展。其次要加大政策支持力度，设立服务业发展引导资金，重点支持物流、航运、文化、会展、旅游、信息服务、专业服务等，对该领域中重点项目给予贷款贴息。再次要加快消费基础设施完善，包括“七通一平“（通路、通电、通水、通信、通气、排水、有线电视）和“大、云、平、移”（大数据、云计算、云服务、交易平台、媒体平台、支付平台、移动互联网）的建设。

“一带一路”有利于扩大内需

推进“一带一路”战略，要充分发挥国内各地区比较优势。一是西北、东北地区。发挥新疆独特的区位优势和向西开放重要窗口作用，深化与中亚、南亚、西亚等国家交流合作，形成丝绸之路经济带上重要的交通枢纽、商贸物流和文化科教中心，打造丝绸之路经济带核心区。发挥陕西、甘肃综合经济文化和宁夏、青海民族人文优势，打造西安内陆型改革开放新高地，加快兰州、西宁开发开放，推进宁夏内陆开放型经济试验区建设，形成面向中亚、南亚、西亚国家的通道、商贸物流枢纽、重要产业和人文交流基地。发挥内蒙古联通俄蒙的区位优势，完善黑龙江对俄铁路通道和区域铁路网，以及黑龙江、吉林、辽宁与俄远东地区陆海联运合作，推进构建北京——莫斯科欧亚高速运输走廊，建设向北开放的重要窗口。二是西南地区。发挥广西与东盟国家陆海相邻的独特优势，加快北部湾经济区和珠江——西江经济带开放发展，构建面向东盟区域的国际通道，打造西南、中南地区开放发展新的战略支点，形成21世纪海上丝绸之路与丝绸之路经济带有机衔接的重要门户。发挥云南区位优势，打造大湄公河次区域经济合作新高地，建设成为面向南亚、东南亚的辐射中心。推进西藏与尼泊尔等国家边境贸易和旅游文化合作。三是沿海和港澳台地区。利用长三角、珠三角、海峡西岸、环渤海等经济区开放程度高、经济实力强、辐射带动作用大的优势，充分发挥深圳前海、广州南沙、珠海横琴、福建平潭等开放合作区作用，深化与港澳台合作，打造粤港澳大湾区。发挥海外侨胞以及香港、澳门特别行政区独特优势作用，积极参与和助力“一带一路”建设，为台湾地区参与“一带一路”建设作出妥善安排。四是内陆地区。利用内陆纵深广阔、人力资源丰富、产业基础较好优势，依托长江中游城市群、成渝城市群、中原城市群、呼包鄂榆城市群、哈长城市群等重点区域，推动区域互动合作和产业集聚发展，打造重庆西部开发开放重要支撑和成都、郑州、武汉、长沙、南昌、合肥等内陆开放型经济高地。“一带一路”给包括基建、高铁、能源、农业、食品、旅游、高科技、经贸等领域的中国企业走出去带来巨大的投资机会。

“一带一路”战略的推进需要建立沿线国家双边与多边合作机制，需要加强内外协同；需要加快中美BIT（投资保护协定）实质性谈判进程；需要加快制定海外投资法，保护中国企业在海外投资过程中的运行、管理和资产安全；政府抓紧构建中国企业走出去的公共服务平台，让中国在走出去过程中，了解各地的文化、人脉以及法律法规。要注意“一带一路”上许多国家的政治经济风险；加大培育有实力的中国企业，使中国企业能够真正参与全球性竞争，培养一支有全球眼光的企业家队伍。

经济时评

国有文化企业转型之路

□ 潘　娜

近日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于推动国有文化企业把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一的指导意见》，将党和国家对国有文化企业的价值定位落实到政策规制层面。然而，当前国有文化企业离改革到位还差一步，亟需推动国有文化企业转型为社会企业，将其与一般企业区分开来，从根本上解决国有文化企业价值偏离、等靠政府、惰于创新、效能低下等问题。

转型为社会企业的必要性

国有文化企业转型为社会企业并非只是概念转换，而是组织形态的转型升级，有利于从本质上解决国有文化企业的价值偏离问题。20世纪90年代以来，社会企业在欧美、东亚地区快速发展起来，是全球社会创新领域最为前沿、最受关注、最具发展前景的新型组织形态。社会企业的核心要义一言以蔽之：以商业逻辑实现社会使命。其主要特征体现在以下三个方面：其一，视公共利益为其核心使命，公共性、社会性作为其组织DNA，是其经营活动的出发点与落脚点。其二，以商业逻辑为生存原则，通过市场力量促进社会、环境、文化、教育和人类公平正义的发展。其三，以创新为发展动力，既不依靠政府亦不依赖社会，通过创新模式进行资源整合与资源汲取。可以说，社会企业兼具社会性与商业性，既不同于一般企业，又区别于社会组织。一般企业的本质是经济利润最大化，而社会企业的本质是社会使命最大化；一般社会组织主要依靠社会捐赠，而社会企业具有自我造血能力。社会企业作为伟大的组织创新，融合了二者之长，拓展了社会与市场中间广阔的潜在空间。

社会企业应用于文化领域，具备了文化、社会、经济三重影响力，以及“主流价值建构”“低资源消耗”“高创意附加值”等独特优势，应当成为公共文化服务的主要供给主体，以及文化产业发展的精锐力量。可以说，国有文化企业转型为社会企业，是中国文化建设组织工具的升级换代。相比于仅在政策规制层面要求国有文化企业将社会效益放在首位，组织形态创新更有利于其自觉将自身定位与一般企业区别开来，将公共利益视为其组织生命。

转型为社会企业符合国际社会创新趋势。当前，境外政府与民间社会十分重视并积极培育社会企业的发展。从立法层面来看，意大利1991年通过《381法案》、芬兰2004年正式实施《社会企业法》、韩国2007年实施《社会企业促进法》等。此外，美国在州层面针对社会企业进行了立法修订，我国台湾地区也正在推进《社会企业发展条例》草案。从政策层面来看，英国早期以赋税减免来引导培育社会企业发展，当前政府转向成立“大社会资本”，通过基金投入推动其他组织形态转型为社会企业。就资质认证来看，第三部门积极推动社会企业资格认证。例如美国的B Lab，我国香港地区2014年正式运行的“社会企业认证系统”（SEE Mark）等。专门就文化社会企业的发展而言，境外亦有诸多颇具影响的成功案例。例如，英国著名社会企业“大问题”杂志社、美国以扫盲和环保为轴心理念的“更好世界旧书网”、韩国培养残疾艺术人才的“残障人艺术公司”，以及我国台湾地区大力培育的“艺文社会企业”等。相比而言，我国对社会企业的认知还相当有限。虽然学界积极看好、业界勇于实践，但政府层面对其关注还十分不足，尚未形成培育环境。

社会企业是现代国家文化治理体系不可或缺的建设主体。新时期以来，在文化事业、文化产业“二元路径”下，产生了政府垄断公共文化服务，文化产业过度商业化等种种问题。文化事业、文化产业二者之间犹如两条平行线，难以融合互促。当前，构建现代国家文化治理体系，其中一项重要任务便是解决文化发展的这种结构性缺陷，尽快培育文化社会领域发育壮大，矫正政府、社会、市场“两头大、中间小”的格局。其中，从组织工具层面而言，社会企业是现代国家文化治理体系建设的新生长点，也是解决文化发展体系断裂的突破口。社会企业的主体方位介于社会与市场中间，有利于在公共文化服务和文化产业之间找到结合点，丰富二者之间的层次，尤其是在促进公共文化服务社会化、纠正文化产业价值偏离两方面发挥独特优势。

转型为社会企业是破解国有文化企业发展困境的根本出路。国有文化企业作为经营国有文化资源的组织载体，其合法性体现在以下三个层面：其一，以公共文化利益为逻辑起点；其二，确保国有文化资产保值增值；其三，收益除了用于自身发展壮大之外要最大限度回归社会。也就是说，如果国有文化企业在价值取向、经营能力与社会效用任何一方面出现偏离，党和国家便有责任、有义务对其进行改革或关停。新时期以来，在以“市场化”为主线的文化体制改革进程中，国有文化企业以及经营性文化事业单位存在着“转型过度”的问题，主体方位从“政府的延伸”剥离成为市场主体，一方面难以克服体制依赖，形成核心竞争力，另一方面又丢失了其公共使命，过度关注“文化GDP”。当前，从我国一万两千余家国有文化企业的发展现状来看，由于大部分转制于事业单位，长期得到事业体制庇护，经营理念落后、人员任用与考核机制不灵活，在内容、技术、管理等方面的创新能力较弱，始终难以摆脱传统依靠财政供养的思维惯性，政企不分、亏损面扩大、财务管理落后等问题仍然较为突出。当前，转型为社会企业，是破解国有文化企业发展瓶颈的可行出路。将其主体方位从市场部门拉回到社会与市场中间，有利于其从根本上消除制度依赖心理，将发展重心切实转向自身经营能力建设与履行社会使命。

转型为社会企业的对策建议

由中央深改组牵头部署推动国有文化企业转型为社会企业。当前，中央文化企业与地方国有文化企业数量比例约1∶3，各地区文化企业发展情况差异较大。同时，转型涉及诸多部门，需自上而下进行统筹协调。特别是尚未完成转企改制的经营性文化事业单位举办主体十分庞杂，难以由文化领域的一个部门牵头完成改革任务。因此，建议由中央深改组文化体制改革专项小组统领实施：以改革倒计时的方式，分步骤、分地区推进转型任务。到2020年，实现国有文化企业、经营性文化事业单位向社会企业转型的改革目标。在此过程中，完成对国有文化企业的清产核资、产权登记、资产评估等，对到期不能完成身份转型的国有文化企业，可以通过产权转让等方式，盘活国有文化资产。

完善对文化社会企业“以减为主”的政策支持体系。文化社会企业应当具有较好的创新能力与市场竞争力。在文化社会企业转型及培育初期，应当得到国家的政策倾斜，但切忌投入大量专项财政资金直接供给。合宜的做法是，按照“减其负担、授其以渔”的思路，从三方面着力：其一，完善落实税收优惠政策。除了在2020年之前继续实行免缴资本收益外，更要完善落实文化社会企业经营活动的税收优惠制度。其二，以验收质量为标准，创新政府购买公共文化服务模式，招标对象向优质文化社会企业倾斜。其三，充分利用民间资源与金融手段支持文化社会企业的资源汲取，如公益创投、社会效益债券等。此外，更重要的是，要减少对文化社会企业经营活动的行政干预，形成宽松的发展环境，使其尽快形成核心竞争力，实现可持续发展。

推动文化社会企业资质认证体系建设，提高公众辨识度。当前，尽管学界、业界已有探索与实践，公众对社会企业的认知度还非常低，文化社会企业发展的社会基础较为薄弱。因此，在培育初期，建议由“文化社会企业促进会”推动，委托业界制定文化社会企业的资质认证体系。一方面对各类文化社会企业进行资质审核与评级；另一方面加强对其培训，以规范文化社会企业的经营行为。建议借鉴香港模式，对获得认证资格的社会企业标以显著LOGO，以区别于一般企业，通过增强辨识度、透明度，加强公众监督，从而提高文化社会企业的社会公信力。