

我省制定自主创新体系建设发展规划 2020年建成创新型河南

本报讯(记者 武建玲)昨日召开的全省自主创新体系建设大会,下发了《河南省自主创新体系建设和发展规划(2009—2020年)》。《规划》明确了我省今后一个时期自主创新的发展目标、重点任务、保障措施等,是推动我省科技进步、加强自主创新的纲领性文件,对于提升河南综合竞争力、培育跨越式发展新优势具有重要意义。

加强科技创新人力资源建设。我省将支持企业建立研发中心,培育一批具有自主知识产权核心技术和持续创新能力的创新型企业,引导社会资源和要素向企业特别是创新型企业流动,促进企业核心竞争力的增强;稳定和壮大科研机构人才队伍,支持鼓励科研机构和技术人员积极面向经济社会发展主战场开展科技创新活动;引导高等院校科研人员与企业联合开展能够提升企业和产业核心竞争力的应用研究和成果转化;实施创新型科技人才队伍建设工程,培育一批创新型领军人才,一批科技创新团队和一支创新型科技人才骨干队伍,同时积极实施中原崛起百万海外人才引进工程。

集中解决20个重大科技问题
我省自主创新的重点任务是:支撑现代农业发展,推动工业主导产业振兴升级,加快高新技术产业发展,引导支持现代服务业,改造提升传统产业,加强现代科技应用。

保护体系,切实保护知识产权所有人的合法权益。政府科技资金支持的项目要把成果转化应用效果作为重要评价内容。在应用研究和成果转化领域,建立企业牵头组织、高等院校和科研机构共同参与实施的有效机制。

2020年科技进步贡献率60%

根据《规划》,到2020年,我省要基本形成要素完备、配置合理、协调发展、充满活力的自主创新体系。其核心是以企业为主体、市场为导向、产学研用紧密结合的技术创新体系,还包括农业科技创新体系、知识创新和人才培养体系、科技中介服务体系。

大中型工业企业都建研发中心

在自主创新载体的建设发展方面,我省将加快发展企业研发中心,到2020年,全省大中型工业企业全部建立研发中心;切实加强重点实验室建设,到2020年,新建省级以上重点实验室60个,工程实验室100个;大力发展创新型产业集聚区和其他科技园区,重点围绕省定的200个产业集聚区建设科技创新支撑平台和服务设施,培育一批走创新驱动型科学发展道路的自主创新产业集聚区,到2020年,培育50个创新型产业集聚区;以国家大学科技园、国家863软件孵化器、中部软件园、留学生创业园、创业服务中心等为依托,积极发展科技创业孵化基地,帮助中小企业快速成长;探索建立产业技术创新战略联盟,实现创新资源的有效分工和合理衔接,围绕产业技术创新的关键技术问题开展技术合作和联合攻关。

完善自主创新机制

在自主创新的体制机制改革方面,我省将坚持市场导向机制,完善科技成果权益保护机制,强化科技成果转化机制,创新产学研用紧密结合机制,形成自主创新协调联动机制。

多项措施保障自主创新

为了促进自主创新体系建设,我省也在政策落实、财政投入等方面给予倾斜,为自主创新提供良好保障。

培育壮大自主创新主体

在创新主体的培育上,我省将重点突出企业在自主创新体系中的关键作用,发挥科研院所骨干作用,强化高等院校生力军功能,鼓励民间资本投入,扶持科技型中小企业发展。

《规划》指出,要充分发挥市场在科技资源配置中的基础性作用,促进全社会科技资源的有效整合和合理配置。健全知识产权保护体系,切实保护知识产权所有人的合法权益。政府科技资金支持的项目要把成果转化应用效果作为重要评价内容。在应用研究和成果转化领域,建立企业牵头组织、高等院校和科研机构共同参与实施的有效机制。

在健全和落实政策方面,落实好国家企业研究开发费用加计扣除政策,做好高新技术企业减征企业所得税工作,用足用好国家支持企业自主创新的政策措施,引导和支持企业加大科技投入,促进企业成为创新资源投入主体。在完善支持体系,引导社会资金投入自主创新方面,优先支持创新型中小企业上市融资,引导金融机构和中小企业信用担保机构支持中小企业科技创新和产业化。在加大财政投入方面,把财政科技投入作为预算保障的重点,在预算编制和预算执行中都要体现法定增长的要求;优化科技投入结构,集中优势科技资源,重点支持重大应用技术和自主知识产权核心技术开发,提高财政科技资金的使用效益。

在健全和落实政策方面,落实好国家企业研究开发费用加计扣除政策,做好高新技术企业减征企业所得税工作,用足用好国家支持企业自主创新的政策措施,引导和支持企业加大科技投入,促进企业成为创新资源投入主体。在完善支持体系,引导社会资金投入自主创新方面,优先支持创新型中小企业上市融资,引导金融机构和中小企业信用担保机构支持中小企业科技创新和产业化。在加大财政投入方面,把财政科技投入作为预算保障的重点,在预算编制和预算执行中都要体现法定增长的要求;优化科技投入结构,集中优势科技资源,重点支持重大应用技术和自主知识产权核心技术开发,提高财政科技资金的使用效益。

新郑机场昨起执行冬春季节航班计划

本报讯(记者 王文霞 通讯员 杨莺 佟欢 实习生 冉丹)从昨日(2010年3月27日)起,郑州新郑国际机场开始执行冬春航班计划。在冬春季节航班计划中,北京、上海航线加密至每周126班。在新郑国际机场通航的47个城市,由国航、东航、南航、深航等13家航空公司运营。今年冬春季主要呈现四大亮点:一是北京、上海航线航班持续高位,航班量有增无减,换季后北京、上海航线每周航班量达到了126班;二是沟通南北的中转航线进一步巩固。新航班计划中,新郑机场至天津、厦门、广州、南宁这四城市均有较大程度增长。其中,广州航线每周较夏季增长14班,南宁、厦门航线每周较夏季增长26班,往返天津、大连、哈尔滨的航班每周分别达到了62班、48班、48班,进一步巩固了新郑机场沟通南北的优势;三是中西部航线网络进一步完善。西南地区的成都、昆明、重庆航线每周分别达到了70班、108班、78班,西安航线达到每周28班,石家庄、兰州、乌鲁木齐航线稳中有升。深航集团旗下鲲鹏航空增开了郑州—西安—柳州—贵阳—兴义—郑州—贵阳—荔波—柳州—泉州(晋江)等4个二线城市航线,新开了榆林、兴义、荔波三个通航点;四是国际航线稳步发展。郑州至首尔航线每周维持在6班,继续占据青岛机场国际航班量的50%左右;新开通郑州至曼谷航线每天一班;台北航线在南航、深航、华航三家开通直飞航线后,一直保持良好运营态势,每周达到8班,每周一、四、五、六有直飞台北航班。

我市消费品零售额前三季同比增18.4%

本报讯(记者 卢文军 实习生 李璐琼)昨日,市统计局公布了前三季度全市消费品市场运行情况报告。报告显示,前三季度,全市社会消费品零售总额累计完成1054.7亿元,比去年同期增长18.4%,增速比上年加快0.4个百分点,呈现出市场规模稳步扩大、增速继续加快的势头。

数据显示,前三季度,城市消费品零售额完成748.6亿元,同比增长19.0%;农村消费品零售额完成306.3亿元,同比增长17.0%。城市消费市场增速快于农村2个百分点。农村消费市场增速比上年加快0.3个百分点。数据表明,前三季度,全市社会消费品零售额占全省的22.4%,拉动全省消费品零售额增长4.1个百分点,其比重和拉动作用均居全省十八个省辖市第一位。

购买护肤产品谨防假冒伪劣

工商查获过期变质蛇油膏

本报讯(记者 成燕 通讯员 赵正银 李宏伟)昨日,二七工商分局执法人员查获了100多箱过期变质且涉嫌假冒的蛇油膏。执法人员提醒消费者,购买护肤品要谨慎。

昨日,该分局消保科接到群众投诉,称有人在贾窑村仓库内销售假冒蛇油膏。接举报后,消保科3名执法人员立即赶到现场。在贾窑村一民房二楼,执法人员看到,一男青年正在整理仓库。该仓库内存放有各种化妆品,在东边墙的一角堆放着大量蛇油膏。执法人员发现这些蛇油膏外包装塑料盒十分粗糙。蛇油膏的气味非常难闻,有些6月份已过期,有些蛇油膏已变成黑色。

从包装上看,标注的是中外合资的生物精华素,而且还标注着“国家化妆品质量监督检验中心质量跟踪检验产品”字样。

由于经营者提供不出该批蛇油膏的任何进货手续,而且还涉嫌假冒,并且有的商品已过期,执法人员依法将100多箱蛇油膏当场全部予以查封。目前,此案正在处理中。

斗茶大赛吸引上千市民观赏



斗茶大赛吸引上千市民观赏

斗茶

本报讯(记者 宋晔 实习生 徐宗福 文/图) 辨茶粒、观汤色、闻香气、品滋味、看叶底……昨天上午9时,在郑州茶叶批发市场内,一场“铁观音斗茶大赛”吸引了上千名市民前来观看。

场内评委或品茶或看,一脸严肃;场外茶商茶客屏息观看,鸦雀无声。数十个经过初选符合参赛标准的茶样在这里分组排开,一决雌雄。记者看到,托盘上的茶样颗粒均匀,色泽饱满。评委认真细致地分辨茶叶条索,观察色泽,打下第一印象分。随后进入冲泡环节,工作人员从每个茶样中各取5克放入,用纯净水冲泡。河南省茶叶商会会长姬敏霞告诉记者,斗茶又称“茗战”,在唐末就已形成风气,富有趣味性和挑战性。要评价茶叶好不好,一要外形,二要汤色,三要闻香气,四要尝滋味,五要看叶底。经过严格透明的初选和公开评分,中午一点,评出了今年的铁观音王。

多位专家指出 河南应就大宋文化进行旅游开发

本报讯(记者 成燕)沉睡多年的大宋文化能否转化成“叫好又叫座”的旅游产品?上周末,在省委政研室、省旅游局等联合办的“大宋文化中国旅游产业创意论坛”上,二月河、王立群等多位专家指出,河南的大宋文化与陕西的汉唐文化、北京的明清文化可形成三足鼎立之势,河南应对大宋文化进行深层次旅游开发。

论坛上,我国著名作家二月河、河南大学教授王立群、中国宋史研究会副会长程民生等专家学者发表了演讲,并就如何开发“大宋文化”展开深入讨论。大家普遍认为,目前,在历史文化旅游产品的开发中,陕西开发汉唐文化获得了成功,北京开发的明清文化也产生了巨大经济效益,但对河南来说,唯一能够与两者媲美的“宋文化”却一直默默无闻。

著名作家二月河认为,河南拥有丰富的宋文化旅游资源,应该以宋文化为主题,对这些资源进行深度研究与开发,形成独具特色的旅游产品,促进全省文化旅游产业大发展。河南大学教授王立群则指出,自然景观和人文景观都应以文化为灵魂和核心。自然景观在旅游开发的过程中要特别注意挖掘人文景观。他建议,要充分利用中原旅游景点中的宋文化要素。

多位专家还鲜明地指出,大宋文化一度占据中华文明体系的核心和主体地位,长期引领中国文化的发展潮流,如能深度挖掘并成功开发,就能与陕西的汉唐文化、北京的明清文化形成三足鼎立之势,成为国内为数不多、灿烂夺目的文化旅游新名片。

致富故事

露宿4天 亏损3000元

那是2005年,侯寨乡王庄村的香椿种植户已达200多家。由于交通不便,消息闭塞,每到香椿上市时,村民们每天骑着自行车,用筐带着香椿到郑州市区沿街叫卖,费力费钱,价格又低。

为帮助乡亲们找到销路,那年5月,时任村党支部书记的王德曹听说香椿卖到12元500克,而本地只卖2.6元500克,就把村民种的鲜香椿统一收购起来,自己租车赶到北京一个蔬菜批发市场。

为了省钱,他把车停在一旁,露宿街头,渴了,喝点凉水;饿了,啃点干馍,一连卖了4天。由于当时气温高,车又不开,太阳一晒,香椿一遭雨淋,气味四散,吸引了许多顾客。香椿再不处理,就会变质!于是,王德曹把香椿绑在脖子上,打开车门开始甩卖。顾客一听便宜,都纷纷整箱抢购,有的抱着就走。王德曹和同伴的一位朋友又顾不过来,一大车香椿很快销售一空。可当他蹲在墙角一数钱,花4000元收购来的香椿只卖了1000元,整整亏损3000元。

拓荒渠道 促销解难

香椿种得好,销售成难题,每到春天采收旺季,王德曹就犯愁。2006年,二七工商分局成立了“兴农工程”办公室,来到田间地头,深入农户调查研究。

农民最大的困难,就是香椿上市时难卖。王德曹把这一困扰村民多年的难题向工商部门作了反映。于是,“兴农办”积极出谋划策,决定让香椿进商场、进超市、进饭店。

2007年4月,大棚香椿开始上市时,王德曹与工商人员积极组织辖区的20多家商场、超市、酒店负责人,走进地头与农民签订香椿购销协议,基本解决了香椿销售难的问题,不仅保护了农民种香椿的积极性,而且扩大了种植面积。

种香椿的农户多了,王德曹在“兴农办”的帮助下成立了香椿专业合作社,300多家香椿种植户都自愿加入。他在社员中发展了50多名经纪人,经过培训后,让他们走出去联系,拓宽香椿销售渠道。

与此同时,工商局利用网上优势加大对

香椿飘香富农家

香椿的宣传力度,区政府拨款帮助村里把柏油马路修到地头。在鲜香椿采收期,山东、北京、广州、河北、山西及本省的客商纷纷到地头收购。

保鲜销售 帮民致富

王庄村的香椿种植面积很快达到近1000亩,日产香椿3吨多。“可鲜香椿无法保存,如能搞香椿深加工,拉长销售链条多好啊!”王德曹在心里一直寻思着。

他先后到石家庄、烟台、青岛、广州、安徽等地登门求教,还邀请河南农科院、河南科学院、农大、牧专等单位和院校的食品加工保鲜专家,研究香椿保鲜技术。经过努力,研制出脱水香椿、香椿风味菜、香椿酱、香椿粉、冻干香椿、速冻香椿、香椿挂面等一系列产品。

2008年3月成立了“郑州香王经贸有限公司”,创新了一套“密植栽培四季采收和规范化快速育苗”新技术,被河南省无公害农产品产地认定委员会认定为无公害香椿种植基地。在工商部门的帮助下,申报的“江岸香王”牌注册商标和QS认证标志于2009年8月获批,目前公司开始大量生产保鲜香椿产品。

由于香椿品质优,销售好,价格高,目前人均香椿年收入达4000多元。

当问起下一步发展设想时,王德曹眼里透着兴奋的光彩,乐呵呵地说:“为解决香椿原料供应问题,决定异地发展香椿种植面积,现已在新郑市龙湖镇张沟村种植300多亩,通过标准化生产,打出品牌,占领中原和全国市场,让农民都走上致富路。”

图为王德曹在田间传授香椿种植技术。

常给豫菜“过过节”

本报记者 张云波

国庆节后,有两件饮食上的事儿让记者颇有感触:

一件是,新华社播发图片报道,四川全省的烹饪高手聚集成都,大搞川菜创新比武,尔后评出20款川菜新品,面向全国推广。此前川菜的擂台曾摆到香港,向港人展示川菜的品牌菜、特色菜、创新菜……

另一件是,深圳一位有身份的好友回郑探亲,本想找个像样的地方请他,然而他硬拉着我去“老蔡记”吃蒸饺,找“郑州口感”,令我意外……

由此两件事,让我联想到我们的家乡菜——豫菜。一亿人口的大省,再加上为数不少外埠的河南人,“豫菜”市场可谓潜力巨大。但遗憾的是,我们的“豫菜”推广与创新,不如人家川菜做得好。

也许你会说,豫菜的名气就不如人家川菜。但好的文化是可以学的,并且也可以后来居上。

眼下,号称“第一会”的全国糖酒会刚刚散去,省会议厅迎来了全球商报经济、中国国际动漫、郑州旅游产业、全国文学院院长等5个全国性的论坛,郑州凸现会展经济优势。搞好我们的家乡菜,不仅是河南人自己的需求,同时也是弘扬深厚中原饮食文化,向海内外嘉宾展示河南魅力和文明形象的良好契机。

时下,各种节日很盛行,像什么母亲节、父亲节、情人节……商家创办的节日更是层出不穷。通过节日活动扩大了影响,有更多的人参与,还带动了消费,的确有半功倍的效果。因而,我想也应该让我们的“豫菜”经常“过过节”,在缤纷多彩、余香绕梁的活动中,让广大河南人热爱家乡,了解豫菜,喜欢豫菜。通过一个个节日,让豫菜叫得响,有影响。

其实早在2000年初,我们就搞过“首届豫菜文化节”,当时的晚报曾连续刊文“豫菜振兴路在何方?”“豫菜振兴正当时”等为豫菜的振兴鼓与呼。首届豫菜文化节开了个好头,对推动豫菜复兴起到了一定作用,之后偶尔也有些专业的比赛,豫菜研究的书籍也开始出现,豫菜大厨在影视上开始露脸。但纵观豫菜这几年的发展,步子不够快,影响不够大,缺乏系统性、连续性。首届文化节后不知何故中断,没有很好坚持。反观兄弟菜系,各种名厨、名菜佳肴频频亮相,声名远播。

“豫菜”有必要提这么高吗?2000年,省委宣传部曾提出“热爱河南 增辉中原”,希望豫菜能像豫剧、少林寺一样享誉海内外,为丰富我省的旅游资源,推动河南经济社会的发展作出贡献。

一个好的想法贵在坚持,并不断完善。其实,给豫菜“过节”,可以有很多形式,要赋予其特色和个性;比如,搞创新大赛,让市民评选;推选“我最喜欢的家乡菜”,让河南人记住;全省星级酒店和涉外饭店应经营省烹饪协会两年前公布的“豫菜十大名菜、十大名点、十大风味”,让外埠人、外国人品尝评价;推荐“豫菜青年烹饪新秀”,节假日在广场与市民面对面,传授技艺,相互交流,扩大影响。定期举办“豫菜生活巡回擂台”,邀请中央和省内外媒体对此不遗余力地宣传、推广。

目前豫菜的推广与宣传,我们搞得还不够热闹和有影响,还缺乏连续性和创意,还没有唤起家乡人的浓厚兴趣和参与热情。因此,豫菜要经常“过节”,年年“过节”,把声势造到全国,甚至海外,真正把豫菜同少林寺、豫剧、拜祖一样,打造成为河南形象的一张新名片。

响应省委“振兴豫菜、增辉中原”的号召,省会郑州应带个好头。

