

打通科技创新和产业创新深度融合堵点

刘诚

推动科技创新和产业创新深度融合，是我国深入实施创新驱动发展战略的内在要求，也是加快发展新质生产力、建设现代化产业体系迫切需要。党的二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》，提出“加强创新资源统筹和力量组织，推动科技创新和产业创新发展”，为我国科技和产业的创新发展指明了方向，有利于提升国家创新体系整体效能，为推动高质量发展提供重要指引。

产业是发展的根基，科技是第一生产力。科技创新为产业高质量发展拓展空间、深度赋能，产业发展为科技创新提供转化载体和应用场景，二者深度融合、互促共进，为经济高质量发展提供强大动能。一方面，科技创新引领产业创新。科技创新是推动产业创新和新质生产力发展的关键力量。从产业发展规律看，科技的重大突破往往可以实现技术升级，进而改善生产设备设施、生产要素组合方式以及能源结构等，带动科技含量更高的产业获得更大发展，推动生产要素向生产效率更高的领域流动，提升产业质量、优化产业结构。新技术特别是颠覆性、原创性技术能够催生一系列新兴产业、新模式和新动能。比如，人工智能、大数据、云计算、物联网等新技术不仅推动传统产业转型升级，还孕育出许多全新的产业形态，如智能制造、绿色能源、数字经济等，为新质生产力发展提供了重要的产业载体。另一方面，产业创新推进科技创新。产业作为创新的重要载体，可以将科技创新转化为实实在在的生产力，提升产业“含金量”，增强产业链整体竞争力，创造新的经济增长点。在产业创新过程中，市场的新需求、新变化会不断产生，为科技成果实际应用创造良好的环境。科技创新可以在现实的应用场景和市场环境中得到检验，及时发现问题、解决问题，实现快速调整和迭代。

科技创新和产业创新的深度融合，不仅有助于推动产业链升级优化，通过引入先进技术，改造传统产业，培育新兴产业，布局未来产业，进而提升整个产业体系的核心竞争力，为高质量发展注入新动能新优势，还有助于加快科技成果的转化速度。通过产学研合作、技术转移等方式，使科技成果能够更好地对接市场需求，新技术、新工艺能够迅速应用到生产实践中，从而提高生产质量和效率，实现经济效益和社会效益的双赢。

实践中，科技创新和产业创新的深度融合还存在着一些堵点卡点。比如，企业的创新主体地位还没有充分形成，科技创新和产业创新深度融合的支撑体系尚不完善，创新链和产业链衔接还不够紧密，科技成果转化还不够及时等。破除障碍、打通堵点，需要政府、企业、高校、科研院所等多方共同努力、协同共进，在加强科技成果转化、培养创新人才、完善支撑体系等多方面着力，提升整体创新效能。

强化企业创新主体地位。企业既是经济活动的主要参与者，又是技术进步的主要推动者，一头连着科技，一头连着产业，能够最直接地响应市场需求，灵敏地把握科技创新的社会需求，有效推动科技成果转化和产业化发展，是推动科技创新和产业创新融合发展的微观主体。强化企业科技创新主体地位，要发挥科技型骨干企业引领作用，建立培育壮大科技领军企业机制，加强企业主导的产学研深度融合；鼓励科技型中小企业加大研发投入，提高研发费用加计扣除比例，构建促进专精特新中小企业发展壮大机制；支持企业主动牵头或参与国家科技攻关任务，并在技术攻关和项目建设过程中更好推动科技和产业的融合发展。

完善科技成果转化全链条。科技成果转化过程，实质上是科技供给向产业领域扩散渗透、推动产业转型升级的过程，是促进创新链产业链资金链人才链融合发展的系统工程。促进科技成果转化，需要大力发展专业技术服务、技术推广、技术咨询、技术孵化、技术市场、科技评估等科技服务业，积极引导金融支持实体经济和科技创新。建立科技创新供应链平台、技术转移中心、科技成果转化中心等，逐步形成技术转移网络，加大科技成果数据开放共享，建立科技成果项目库、需求库，实现科技产业供需精准对接。破除科技成果转化的体制机制壁垒，增强科研与市场之间的互动与融合，推动形成科研与市场良性循环的创新生态。

深化人才发展体制机制改革。人才是创新的根基，是科技创新和产业创新中最关键的因素。没有人才优势，就不可能有创新优势、科技优势、产业优势。推动科技创新和产业创新发展，必须在人才队伍建设上持续发力，实施更加积极、更加开放、更加有效的人才政策，打通科技创新和产业创新的“关口”，以高素质人才带动科技创新和成果产业化水平提升。必须畅通教育、科技、人才的良性循环，建立完善人才培养、引进、使用、合理流动的工作机制。引导企业与高校、科研机构密切合作，面向产业需求联合开展科研攻关、协同培养科技人才，推动企业主导的产学研融通创新。打通科技体系与产业体系之间的人才交流通道，促进人才在两个体系之间自由流动。

面向未来，我们要准确把握科技前沿动向和未来产业发展态势，扎实推动科技和产业创新深度融合，使二者形成相互促进的良性循环，从而更好把握新一轮科技革命和产业变革机遇，培育壮大新质生产力，强劲推动高质量发展，为中国式现代化构筑坚实物质技术基础，在新征程上不断赢得主动、赢得优势、赢得未来。

（作者系中国社会科学院习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心特约研究员）

郑州加快建设青年发展友好型标杆城市的对策

刘玉新

人才引进专项行动，吸引更多青年科技人才、企业家、艺术家，增加青年人才密度，建设有世界影响力的科创中心和人才高地。健全“一站式”服务机制，建立“创业会客厅”“青创工作室”等服务品牌，吸引更多青年人才成为郑州城市发展的合伙人。

2.搭建就业创业平台。完善官方招聘求职网站和微信小程序等线上招聘平台，广泛汇集招聘求职信息，常态化开展“云聘会”。引导大学科技园、大学生创新创业实践中心等孵化器为青年创业提供低成本创业场所和全生命周期的融资担保、创业教育、创业服务，形成“众创空间+孵化器+加速器+产业化基地”的完整孵化链。拓展创新创业空间，建立一批创客园、产业园、小微园、创意园等新业态众创空间，利用老旧厂房和现有的写字楼改造释放出来的空间，打造嵌入式、无边界的创业园区和创客走廊，为青年创客们搭建创业平台。

3.加快产业优化升级。聚焦元宇宙、直播、微短剧等特色赛道和先发赛道，高标准建设直播电商基地、短剧影视产业基地，为新一代信息技术、新能源、元宇宙、生物医药、现代物流等新兴产业集群，推进新技术、新业态、新模式渗透，推动优势产业集聚，高端产业链延伸，促进新兴经济发展，营造良好的就业环境。

三、优化公共服务供给，构筑落地扎根的“理想栖所”

1.加大青年住房保障力度。加强青年人才公寓建设，通过回购、回租等方式有效盘活城市中的存量房源，扩大青年人才公寓供给；优化公寓的户型设计，提供多样化的居住选择，满足不同青年的居住偏好；推动青年人才公寓提质扩面，优化共享空间功能，完善周边的餐饮、娱乐、休闲、学习等配套设施，提高居住便利度和舒适度。加快推进配租型和配型保障性住房建设，健全保障性租赁住房的监管机制，确保房源的合规使用。

2.加强实体服务阵地建设。广泛布局、分层分类构建“旗舰店+高校店+社区店+共

营店”4类“青年之家”活动阵地，实现“青年之家”街道、社区全覆盖。发挥青年人才公寓的作用，坚持“年轻人管理年轻人”的理念，组织开展联谊会、“剧本杀”桌游、露营等活动，扩大青年“朋友圈”。推动优质资源下沉，打造社区学堂、青年夜校、青年午校等品牌项目，优化城市书房、小剧场、文创园、特色街区等新型公共文化空间，提供“最懂年轻人”的“社交新据点”。

3.提升青年公共服务水平。合理建设“口袋公园”，充分利用高架桥下空间、废弃厂房等城市闲置空间打造“金角银边”，将街道和小区之间的闲置空地改造成体育小广场，加强健身设施智能化改造升级，满足青年健身休闲需求。完善普惠托育服务，针对放学后子女托管问题，依托学校创新延时辅导的内容；聚焦假期子女“看护难”问题，依托青年活动中心、街道社区服务中心等打造青少年公益托管营，提供托托、寒托服务。

四、发展新质消费经济，打造青春多元的“爆款产品”

1.拓展青年消费新业态。引导有条件的大型商圈、商业综合体业态升级，加强公共空间微更新改造，拓展文化IP植入型消费空间。老旧厂房改造型消费空间，建设青年发展型主题车站、特色街区等，打造青年集聚地、潮玩地、打卡地。优化提升郑州如意·龙湖城市水上夜游等文旅项目，打造龙湖金融岛、二七商圈、CBD千玺广场、只有河南·戏剧幻城等具有“年轻力”的新文娱地标。

2.培育城市消费新业态。加强消费业态和场景创新，扩容民宿、露营等“微度假”业态，发展“体验经济”“首店经济”“免税经济”“会展经济”，如：利用郑州国际会展中心、中原国际博览中心等专业展馆，培育高水平专业展会，并依托线下品牌会展活动，开通线上展览，发展线上线下融合的会展经济。聚焦青年“游娱购”“文商旅”需求，引进自营式电商平台、线上线下融合新零售等业态，举办青年时尚文化艺术节、新媒体之夜、CBD之夏等活动，推进城市文旅消费“年轻化”。

3.构建文娱供给新格局。有效利用郑州奥体中心、郑州国际会展中心、郑州国际赛

车场等大型场馆和郑东新区龙湖水城运河等场域条件，积极举办国际国内重大赛事，以大赛吸引青年、汇聚青年，塑造城市年轻的“国际范”。常态化举办街舞大赛、电竞大赛等主题赛事和音乐节、文化节、旅游节等大型活动，推动潮流文化、街头文化、国潮文化与郑州本土文化共生共荣，构建符合青年兴趣爱好的“赛事+消费+文化”的文娱供给格局。

五、让青年更有作为，点燃成长成才的“活力引擎”。

1.加强榜样示范带动。选树“青年五四奖章”“郑好青年人才”等先锋青年，多角度挖掘和宣传青年先进典型故事，发挥“青年文明号”“青年突击队”“青年岗位能手”等“青字号”工作品牌的示范引领作用，常态化选派优秀青年骨干进网历历练，对在青年建功立业中表现突出的个人和集体给予表彰奖励，引导广大青年在改革创新中发挥作用。

2.构建青年志愿服务体系。构建志愿服务组织体系，建立专业化的青年志愿队伍，加强志愿服务组织品牌建设。构建志愿服务联系机制，建立与高校的志愿服务联系，引导大学生参与马拉松、艺术节等重大活动的志愿服务；依托社群服务中心、青少年活动中心等载体，开展常态化、多样化志愿服务，增强青年参与志愿服务的可持续性。构建志愿服务激励机制，创新志愿积分兑换奖励品制度，树立和表彰优秀志愿者、志愿服务团队，鼓励青年参与志愿服务。

3.搭建建功立业平台。建设青年发展型城市的落脚点是让青年“更有为”。鼓励和动员青年在先进制造业集群、优势产业链、重点实验室等平台创新创优，推动郑州现代化建设。发挥青联、学联组织的枢纽作用，健全人大代表、政协委员联系青年事务机制，拓宽青年建言献策、政治参与渠道；组建青年发展智库，成立线上线下结合的“青年议事会”，凝聚青年智慧；深入推动优秀青年轻干部广泛参与网格化服务，积极投身基层治理，从而为青年提供建功立业的舞台。

（作者单位：中共郑州市委党校）

科技创新需要创新文化的滋养

周丹

台，越容易形成创新集群以及各类资源汇聚的中心。可以说，科技创新活跃的地区，都伴随着创新文化的蓬勃发展。

创新的过程总是伴随“革故”，新与旧交织其间。创新越是向前推进，触及的矛盾往往越深，碰到的阻力也越大。从现实来看，许多影响创新发展的无形力量，更多来自于观念。培育创新文化，就要从观念突围、观念更新入手。创新是一种求异思维和实践，不能墨守成规、因循守旧，而要敢于怀疑、勇于批判。孟子讲“尽信书，则不如无书”，意在破除对书本、经验的迷信。哥白尼的日心说挑战地心说，爱因斯坦的相对论对牛顿经典力学的超越，这些影响人类社会发展的科学发现都是通过怀疑、批判得来的。培育创新文化，应保持一个在真理面前人人平等的文化氛围，不以权威压制人，不以名望排挤人，不以资历轻视人，尊重劳动，尊重知识，尊重人才，尊重

创造，让全社会的创新意识竞相迸发、创造活力充分涌流。

科技创新是一种探索性、创造性实践，可能需要经历无数次失败和漫长等待才能获得成功。这是科学探索的规律，也是创新活动的规律。在国家最高科学技术奖获得者薛其坤院士看来，一个科学迷宮可能有99条不通的路，要找到那一条通路，就要把不通的路也探索到，探索出不通的路也是科学上的一种贡献，这样的失败实际上是一次成功。培育创新文化，要充分尊重规律，给予科技工作者足够的耐心和空间，鼓励自由探索，包容挫折和失败，这样才能推动其勇攀科技高峰，在科学研究中到达光辉的顶点。

培育创新文化，需要观念的支撑，也呼唤制度的保障。党的二十届三中全会《决定》对构建支持全面创新体制机制作出战略部署，充分体现了以改革促创新促发展的鲜

明导向和工作方法。要适应我国科技事业新的历史方位、发展要求，破除制约科技创新的制度藩篱，形成鼓励大胆创新、勇于创新、包容创新的良好环境。完善科普机制，提升全民科学素质，营造热爱科学、崇尚创新的浓厚氛围。完善创新领域法律法规，规范创新行为，保障创新权益，推动科技向善，促进创新更好造福社会、推动发展。

中华民族自古以来就具有强烈的创新精神。在数千年的历史演变中，中华民族因时而变、因势而新，既重视在赓续中积淀，又善于在传承中发展。我们党始终高度重视创新，“创新是一个民族进步的灵魂，是一个国家兴旺发达的不竭动力”“惟改革者进，惟创新者强，惟改革创新者胜”“让一切创新源泉充分涌流”，这些重要认识，明确要求激励着人们不断创新创造。今天，在加快建设科技强国的征途上，我们更要大力培育创新文化，使崇尚科学、追求创新在全社会蔚然成风。

期待更多文创IP绽放异彩

商瑞

近来，国产游戏《黑神话：悟空》取景地——山西晋玉皇庙、云冈石窟等景区旅游火爆。数据显示，国庆假期山西芮城永乐宫景区游客数量同比增长121%；山东灵岩寺景区接待游客超5万人次，同比增长超130%。前不久，意大利小伙阿雷带着“金箍棒”到铁佛寺、延庆寺、南山寺等景点打卡。文创IP对于挖掘文旅资源、拓展增量市场贡献多多。

文创IP是文化创意产业中的知识产权。它通常具有文化内涵和创意价值，可以是一个故事、一个形象、一个概念或一个品牌。

文创IP与产品早已跨界融合并收获了良好效果。瑞幸咖啡携手泡泡玛特旗下IP“LABUBU”打造联名主题门店，让消费者在品尝咖啡的同时感受潮流文化；网易严选携手《白蛇传》推出“国风灵感香·白蛇”系列香氛产品，让品牌深入人心；黄山风景区与IP“一禅小和尚”联动，在景区设立多个打卡点，增设摸诗、投壶等传统游戏，丰富了旅游体验。国潮文创IP承载着中国传统文化，走出国门、奔向世界。

与日本、欧美等发达国家和地区相比，我国在IP产品化上还存在着差距。联名产品需要重新设计、定制包装，耗时久、难度大、成本高。部分企业对此积极性不高，导致文创IP潜力难以被挖掘。同时，一些文创IP与产品融合度不够，造成IP价值与商品结合不紧密，联名产品得不到市场认可，

引流作用不明显。

应该看到，文创IP赋能产品不仅丰富了消费体验，更满足了大众对美好生活的追求。如何实现文创IP与产品紧密融合，用文化价值为产品赋能？

强化文创设计，打造超级文创IP。超级文创IP可以传播文化与价值观，可以催生出版、影视、游戏、沉浸式体验场景等产业。打造国产超级文创IP应深入研究挖掘中国文化、历史等内涵，以文化符号和故事建立情感联系，引起粉丝共鸣。面对国际竞争，国产IP更要扎根中国质量，在差异化上下功夫，注重内容质量，赢得消费者关注与认可。

注重延展性，实现文创IP与产品深度融合。文创IP承载的文化内涵与产品特点、定位融合，才能产生独特消费体验，增强产品竞争力。此外，还可以利用数字技术等创造沉浸式体验场景，拓展消费感受，吸引年轻消费者。

创新消费形式，开拓市场新空间。文创IP正在成为城市地域文化符号，伴随着文旅产业不断辐射和延伸。“地域风情+文创IP”形成文化旅游新模式，满足了游客精神层面需求，促使旅游产业价值链增值和延展，开拓出新的发展空间。在文创IP加持下，产品会形成独特消费体验，增强产品与消费者的黏性，形成稳定的消费市场。通过定期推出新故事、新角色及新产品，可以增加IP的新鲜感，保持长期吸引力。

让文化空间在乡土大地诗意“生长”

何巍

赴乡村看一场展览、听一场艺术讲座、体验一门特色手工艺……如今，以一个文化空间点亮一座村庄的“奇迹”，在不少地方悄然发生。

近年来，随着乡村全面振兴深入实施，各地持续推进乡村公共文化空间提档升级，许多新型文化空间如乡村博物馆、文化礼堂、非遗传习所等，散发独特魅力。这些空间不仅是村民日常活动的重要场域，也承担着赓续乡土文脉、满足大众新的精神文化需求等多重功能。如何以新理念、新方法营造新空间？一些实践探索提供了有益启示。

深入挖掘乡土资源，以富有地方特色的设计语言讲好乡村故事，留住乡情乡愁。以乡村博物馆、美术馆、村史馆等为代表的一类文化空间，在增强乡土社会的凝聚力、向心力方面发挥着重要作用。因此，其设计从物理形态到空间构建，宜优先选择能够体现地域文化的材料、风格和语言。像浙江省松阳县石仓村的契约博物馆设计，重在展示当地代表性文化符号——客家契约。基于乡土文化展开的空间设计，为文化空间形成个性化、差异化特点奠定基础。

以人为本，通过复合型空间设计满足乡村发展需求，提升村民的文化参与感和获得感。这类空间以乡村文化礼堂、乡村剧场等为代表，它们与村民生活有着密切联系，其设计要依据不同的地域环境、风俗习惯等，贴近人的需求，为丰富大众生活提供更多可能。比如，江苏省苏州市吴江区江村文化礼堂，由村里的会堂改造而成。设计团队采用可持续设计原则，保留了原有建筑的外墙以留住历史记忆，同时通过屋顶提升和室内改造完成新空间的构建，使其既是开展道德讲堂、党员活动、周末影院等党群活动的重要场所，也是集木偶昆曲

演出场馆、农家书屋、乡村田野调查课堂等功能于一体的文化展示平台。

重视体现空间的人文意蕴，通过多重对话增强人们的认同感和归属感。在设计中，秉持共生共融的理念，有助于实现新老建筑“对话”，也可以让新旧生活方式相融。湖南省永州市江华瑶族自治县的如意村文化服务中心及特色工坊，便是一座尝试与村民“对话”的建筑。它采用当地红砖、水泥砖和混凝土等日常材料，提取、转译当地新老民居中的典型元素，试图让村民在“陌生”的场所中感知到某种“熟悉”的气息，唤起其文化认同感。

文化空间不仅是连接村民的纽带，也是吸引外来游客的“名片”。不少设计师以整体设计的思维探索创新。河南省信阳市新县西河粮油博物馆及村民活动中心的设计实践，为此提供启示。该建筑体由原供销社改造而成，设计团队在保持原有建筑总体布局和空间特征的前提下，与村民协商确定新的使用功能，将其设计为集微型博物馆、村民活动中心、特色餐厅等为一体的文旅综合体，吸引大量游客到访，使村庄热闹了起来。以此为带动，村民陆续自发兴建民居，完善村规民约，古朴的村庄焕发新生机。

实践证明，一座设计得宜的文化空间不仅可以赓续乡村文脉、滋养大众精神生活，更有助于涵养文明乡风、赋能乡村振兴。不过，做好文化空间设计绝非易事，既需要设计师有规划设计的宏观视野，也要有建筑、室内甚至是产品设计的微观解决手段，更要有躬耕田野、扎根人民的坚定信念。期待更多文化空间在乡土大地诗意“生长”。

（作者系中央美术学院教授）