

# 企业技术创新有了《行动方案》 十大举措治理“卡脖子”难题

本报记者 陈佳岚 广州报道

8月15日,科技部、财政部发布两部门联合制定的《企业技术创新能力提升行动方案(2022—2023年)》(以下简称《行动方案》),提出到2023年底,一批惠企创新政策落地见效,创新要素加速向企业集聚,各类企业依靠科技创新引领高质量发展取得积极成效,一批骨干企业成为国家战略科技力量,一大批中小企业成为创新重要

## 新形势新需求驱动

如果一个企业没有创新能力,尤其是技术创新能力,那么这个企业注定是走不远的。

中国文旅创新创业智库丛书总编张德欣在接受《中国经营报》记者表示,企业的效益一方面来自于规模化的效应,另一方面来自于创新能力。创新能力可以让自己的产品与服务在行业当中较其他的同类企业有更大、更强的竞争能力。此外,创新能力可以进一步降低成本、提高效率,也可以让自己在市场上处于领先地位。如果一个企业没有创新能力,尤其是技术创新能力,那么这个企业注定是走不远的。

那么国家为何要在这个时间点强调提升企业技术创新能力呢?

《行动方案》指出,这是为深入贯彻落实党中央、国务院关于企业创新的重大决策,落实《科技体制改革三年攻坚方案》关于启动实施企业技术创新能力提升行动的部署要求,根据企业创新发展面临的新形势新需求,制定了本行动方案。

中国人民大学智能社会治理中心副教授王鹏对本报记者表示,该方案在目前这个节点提出也是有其背景的。其一,全球科

发源地,形成更加公平公正的创新环境。

此外,《行动方案》制定了支持企业加强技术创新的十大举措:推动惠企创新政策扎实落地、建立企业常态化参与国家科技创新决策的机制、引导企业加强关键核心技术攻关、支持企业前瞻布局基础前沿研究、促进中小企业成长为创新重要发源地、加大科技人才向企业集聚的力度、强化对企业创新的风险投资等金融支持、

技术创新不断发展,技术创新在企业的市场占有率、盈利能力等方面起到了非常重要的作用,提升企业的技术创新能力非常有必要。其二,目前我国很多地方的产业和企业都面临着转型升级以及如何高质量发展的难题。而如何实现高质量发展,提升企业的自主创新能力,正是其中很重要的一个组成部分。其三,在当前国内、国外形势加速变化,国家之间科技竞争和互相封锁逐渐升级,区域冲突、中美贸易摩擦等大背景下,以及我国关键技术被“卡脖子”的态势依然严峻的情况下,提升企业技术创新能力也自然被提上日程。

2021年,《政府工作报告》提出“把科技自立自强作为国家发展的战略支撑”,这也是在新环境下我国科技创新发展的指导思想,根据企业创新发展面临的新形势新需求,制定了本行动方案。中国人民大学智能社会治理中心副教授王鹏对本报记者表示,该方案在目前这个节点提出也是有其背景的。其一,全球科

加快推进科技资源和应用场景向企业开放、加强产学研用和大小企业融通创新、提高企业创新国际化水平。

《行动方案》要求,2022年9月底前,各部门、各地方制定贯彻落实行动方案的工作计划,细化任务安排和职责分工;2022年底前,各部门、各地方结合实际制定出具体的落实举措,推出一批可操作的行动抓手和政策工具;2023年底前,推动各项举措全面落实落地见效。

济高质量发展、促进产业转型升级的具有国际竞争力的科技成果,是当前我国科技领域面临的重要命题。因此,《行动方案》在这个时间点出台恰逢其时,有利于进一步深化企业创新主体地位,增强企业技术创新能力,为我国创新强国建设和经济发展保驾护航。

“总体而言,我国企业的技术创新能力差异还很明显,大量的国企、央企和头部的高新技术企业资源多、人才多、资金多、技术创新能力相对较强,而很多中小企业和规模以下企业,包括很多传统行业自主知识产权的技术创新能力相对较差的企业,差异性还是非常明显的。”王鹏认为,《行动方案》更多的是希望企业能发挥研发主体作用,提升企业的技术创新能力,一方面,头部企业和有研发能力的高新技术企业,要攻坚克难;另一方面,行业内大量的企业,可能科研攻关能力没那么强,但是知识产权创新也要发展,提升企业的竞争力和经营效能,对于壮大经济、扩大就业、寻找经济的新增长点都有非常重要的作用。

## 领军企业、中小企业借东风

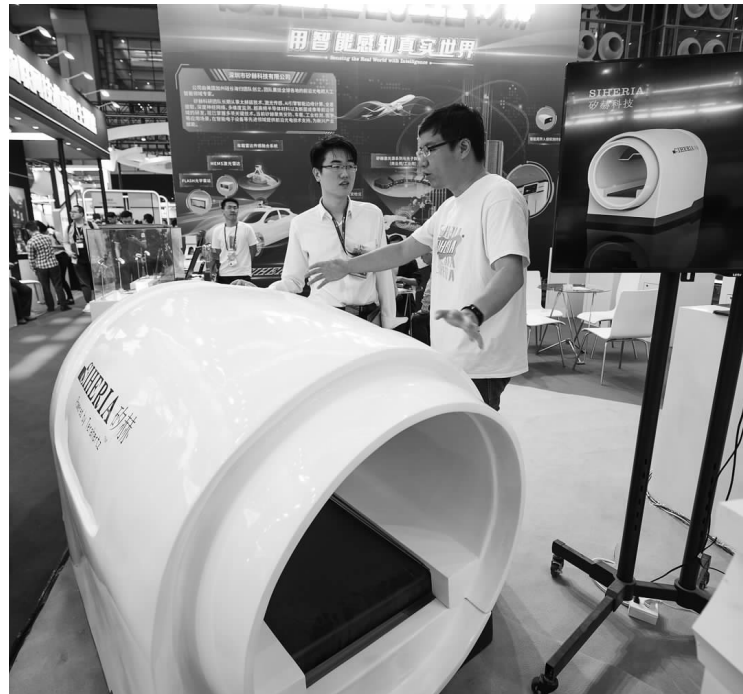
鼓励企业牵头组织实施,探索政府和社会资本合作开展关键核心技术攻关。支持数字经济、平台经济企业加强硬科技创新。

本报记者注意到,《行动方案》还特别提到,引导企业加强关键核心技术攻关。制定国家鼓励企业研发的重点领域指导目录,引导企业围绕国家需求开展技术创新工作。国家科技计划中产业应用目标明确的项目,鼓励企业牵头组织实施,探索政府和社会资本合作开展关键核心技术攻关。支持数字经济、平台经济企业加强硬科技创新。

同时,支持中央企业、民营科技领军企业聚焦国家重大需求,牵头组建体系化、任务型创新联合体。对于企业牵头的国家科技计划项目,强化以创新联合体方式组织实施。依托更多企业组建一批国家技术创新中心等各类创新基地。加强国家工程技术研究中心评估考核和优化整合,符合条件的纳入到国家技术创新中心管理。

此外,对中小企业的创新支持也是关注重点。《行动方案》明确,促进中小企业成长为创新重要发源地。在“十四五”国家重点研发计划应用类重点专项及部分科技创新2030—重大项目,设立科技型中小企业项目。通过国家科技成果转化引导基金等支持科技型中小企业转移转化科技成果,提升技术创新水平。健全优质企业梯度培育体系,夯实优质企业梯度培育基础,支持掌握关键核心技术的专精特新“小巨人”企业和单项冠军企业创新发展。

对于中小企业融通创新支持,《行动方案》还明确,面向重点行业龙头企业征集技术产品问题,组织中小企业“揭榜”。在大企业牵头承担的科技计划项目中安排一定比例的中小企业参加。鼓励各地培育大中小企业融通创新平台和



各类展会活动成为企业技术创新的一个重要风向标。

视觉中国/图

基地,促进产业链上下游企业合作。引导大中小企业融通型特色载体进一步提升服务能力,为融通创新提供有力支撑。依托中国创新创业大赛和“创客中国”中小企业创新创业大赛等,持续开展大中小企业融通创新竞赛。

王鹏对记者说道,该方案值得关注的亮点是,方案的目标首先是要培养一大批骨干企业,相当于从政策顶层设计上,提出了通过多元化的方式方法来培育骨干企业的目标。

在王鹏看来,该《行动方案》的亮点还包括,通过项目、工程引领,一系列的财税政策来提供配套的支持,这个过程其实也给出了一些具体的路径和办法。

记者注意到,《行动方案》明确要求,推动惠企创新政策扎实落

地。推动研发费用加计扣除、高新技术企业税收优惠、科技创业孵化载体税收优惠、技术交易税收优惠等普惠性政策“应享尽享”,加快落实和推广中关村新一轮先行先试改革措施,进一步放大支持企业创新的政策效应。完善落实国有企业创新的考核、激励与容错机制,健全民营企业获得创新资源的公平性和便利性措施,形成各类企业“创新不问出身”的政策环境。此外,还要建立企业常态化参与国家科技创新决策的机制。建立企业家科技创新咨询座谈会制度,定期组织沟通交流,开展问诊咨询。构建企业创新高端智库网络,引导支持企业提升科技创新战略规划能力。

王鹏对记者表示,更多的企业可以借助政策东风,提升自主研发能力,很多企业也可以通过项目牵引来提升能力。

# 斗鱼 Q2 降本增效重回盈利轨道 实现净利润 2350 万元

8月15日,斗鱼(NASDAQ:DOYU)发布了2022年第二季度财务报告。

财报显示,斗鱼第二季度总营收为18.33亿元;非美国通用会计准则下,斗鱼第二季度录得净利润2350万元,相较于2021年同期净亏损1.45亿元,同比不仅扭亏为盈,并且经营效率显著增强。

“2022年二季度,我们在丰富平台内容生态,加大优质自制内容投入和创新的同时,加强平台

控制成本,提高收入质量的结构调整,并且取得了阶段性的成果。”斗鱼创始人、CEO陈少杰表示,“未来,我们将继续执行‘以游戏为核心的多元化内容生态平台’的发展战略,深度挖掘不同圈层用户的特质偏好,持续丰富针对各类用户群体的直播、视频、图文内容和社区等创新性内容,完善以游戏内容为核心的社区生态,保持国内游戏直播行业的领先地位,探索新的增长点,促进斗鱼的长期健康发展。”

## 降本增效 Q2 成本同比下降 24.9%

斗鱼第二季度总营收为18.33亿元,较2021年同期的23.368亿元下降21.6%。其中,直播服务营收为17.69亿元,广告和其他收入为6490万元。

为了促进平台长期的发展,斗鱼主动调整实施审慎的运营策略。第二季度在进一步投资新业务计划和自产内容的同时,继续优化运营效率并成功实施了额外的成本控制措施。

“我们对运营效率的关注带来了实实在在的成果,每款游戏的回报都有所提高,毛利率连续提高,本季度调整后的净利润也有所好转。”斗鱼财务副总裁曹昊透露。

财报显示,第二季度,斗鱼的毛利润从去年同期的3.07亿元提升至3.09亿元,毛利率更是由去年同期的13.1%提升至今年的16.9%,并且在非美国通用会计准则下,斗鱼第二季度录得净利润2350万元,而2021年同期净亏损1.45亿元。

从财报中也可以看到,斗鱼在各项成本开支上都在进行降本增效的调整。整体看,斗鱼第二季度营收成本为15.24亿元,较去年同

期的20.3亿元减少了24.9%。具体来看,在践行选择性采买赛事版权策略和优化内容投产比的双重驱动下,斗鱼的内容成本控制得当,收入分成和内容成本从去年同期的18.07亿元,减少27.2%至13.15亿元;带宽成本也从去年1.62亿元,下降11.2%至1.44亿元。该季度营销成本也实现了收窄,从去年同期的2.95亿元,下降43.2%至1.68亿元;另外,该季度的一般及管理费用也从去年同期的1.03亿元下降11.7%至9070万元。

曹昊指出,“该季度平台通过细化投入产出比考核,进行成本控制和费用优化,使得游戏分区精细化运营的效果开始显现。”

财报显示,截至2022年6月30日,斗鱼拥有现金及现金等价物、受限现金、短期和长期银行存款为66.85亿元。

曹昊表示,这些充裕的现金储备将为斗鱼提供充足的支持,以在斗鱼度过充满挑战的宏观环境时稳定核心业务。“展望未来,我们将继续专注于提高货币化能力和发展运营模式以提高运营效率,同时努力为股东创造长期价值。”

## 多元化内容生态战略稳步推进

斗鱼在第二季度扭亏为盈的同时,还可以看到MAU(月活跃用户数)趋于稳定。第二季度斗鱼的平均移动MAU为5570万,季度平均付费用户为660万。

对于取得这样的成绩,陈少杰表示,因为在第二季度斗鱼继续专注于丰富平台内容生态,加大对自产内容的投入和创新,同时优化成本控制并进行结构调整以提高收入流的质量。

一方面,斗鱼继续围绕游戏进行精细化运营的策略。第二季度,斗鱼加强与厂商的联运合作,与王者荣耀实现了部分游戏数据互通,并且重磅上线了用户段位勋章和个人专属战绩面板功能。用户在斗鱼平台登录绑定游戏账号后,在直播间发送弹幕时,即可显示自己的游戏段位和个人战绩等。直播场景与游戏场景打通后,粉丝可一键组队,与喜爱的主播并肩征战“王者峡谷”。

DOTA2游戏在上一季度打通账号数据后,也全新上线了HUD数据工具“刀塔助手”,用户从网页端进入直播间后,鼠标悬停在主播技能面板上,即可展示主播游戏技能介绍、装备介绍并且演示视频,深度满足了游戏玩家的学习需求。

斗鱼管理层在财报电话会议中表示:“斗鱼对游戏行业有深入的理解和多年的运营经验,将在持续扩大主播资源优势的同时,还会和更多的游戏厂商进行合作,以保证平台的内容优势和游戏运营优势。”

除了和游戏厂商继续保持深入合作之外,另一方面,斗鱼在第二季度,延续了选择性采买版权的策略,将内容生态建设重点放在自制内容生产方面。尤其更加重视对不同游戏分区的精细化运营,根

据不同圈层用户的内容偏好和不同游戏的特性,与主播、游戏厂商共创精品自制赛事和PGC节目。同时也更加注重图文、视频等衍生内容在平台的沉淀。全面构建“直播+视频+图文+社区”的一体化的内容生态平台。

在自制赛事领域,斗鱼赛事数量及质量仍旧在行业领先。第二季度,推出了近95场自制赛事。其中,斗鱼《王者荣耀大师赛S5》再次成为官方合作赛事。而在观看人群更广泛的大众娱乐赛事方面,斗鱼专为广大战队粉丝量身定制的业内规模化大型粉丝赛事《LOL队粉登峰赛》,集结了16支英雄联盟职业战队的450多名粉丝参赛。斗鱼举办的《2022青年精英赛》也在二季度落下帷幕,据斗鱼统计,该赛事共计有103所高校参赛,吸引超过1.8万高校学子报名,组成近3000支战队报名参加了此次赛事。在《DOTA2“受教杯”高校邀请赛》,包括16所高校学子组成电竞战队为母校而战,获得了业内较高的关注度和好口碑。

斗鱼管理层在财报电话会议上表示:“用户是斗鱼最宝贵的资源,平台上有丰富的玩家类型,比如重度玩家、职业选手、轻度玩家等,所以斗鱼会针对不同用户的喜好量身定制不同的赛事内容,另外平台还会联合不同特色的主播加强与游戏厂商之间的深度合作,推出创新的内容和丰富的运营活动,这些不但能吸引新的用户,在观看时长和互动数据上也有显著提升。”

第二季度,斗鱼自制PGC综艺也推出了新爆款。平台首创的“国内游戏领域知识竞答直播综艺”《全能懂王》联手五位头部主播作为节目发起人,在线上线下同时



移动端季度平均MAU	季度平均付费用户	总营收
5570万	660万	18.33亿
毛利润	毛利率	净利润
3.09亿	16.9%	2350万

(非美国通用会计准则)

货币单位: 元 (人民币)



发起挑战。活动期间,共有300多位玩家参与线下挑战,超过12万玩家参与了线上答题,直播在线观看人数突破800万。

无论是从用户黏性、还是商业化的角度,斗鱼在自制内容方面的创新都带来了积极影响。陈少杰表示:“展望未来,我们将继续致力于执行我们的业务战略,利用对不同

用户类别的偏好和特征的更深入了解,开发以游戏为中心的综合内容平台。此外,我们将继续丰富在直播、视频、图形和互动社区中的创新定制内容。我们将通过扩大和发展以游戏为中心的生态系统,探索新的增长动力,以实现可持续和健康的成长,从而保持我们在传统直播行业的领先地位。” 广告