



本报官方微博

本报官方微信

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

总2472期/每周一出版/本期40版

新闻热线:(010)88890030
中国社会科学院主管
中国社会科学院工业经济研究所主办
社长、总编辑/李为民

零售价/ RMB5.00

国常会部署加快扩大有效需求 基建稳增长再加码 A2

“造星者”肖应廷

A5



Mate 50对垒 iPhone 14 头部厂商激战高端手机市场 C1

金九银十,高端手机市场迎来新品的密集发布。

北京时间9月8日凌晨,苹果公司如期发布外界期待的iPhone 14系列手机、Apple Watch 8/Apple Watch Ultra以及第二代AirPods Pro等新品。而在9月6日下午,时隔一年的华为Mate 50系列宣布王者归来。早前的8月26日,三星连发两款折叠屏新品——Galaxy Z Fold4和Galaxy Z Flip4。在全球智能手机市场整体下滑的2022年,头部厂商在高端手机市场再次形成对垒态势,造就了不小的市场热度。

就当前的全球高端智能手

机市场格局而言,苹果处于领先,三星次之,随后是华为、OPPO、vivo等厂商轮换交替。而就中国的高端智能手机市场格局而言,苹果依旧是高端市场王者,在华为高端市场“缺位”之后,苹果成为了承接华为为中国手机高端市场份额的最大赢家。如今,华为Mate系列在“缺席”一年之后回归市场,能否在高端手机市场收复失地?

《中国经营报》记者注意到,华为Mate 50系列覆盖从3999元到12999元价格区间;苹果iPhone14系列覆盖从5999元到13499元的价格区间;三星Galaxy Z Flip4起售价7499元、



Galaxy Z Fold4起售价12999元。几款新品在4000元以上高端手机市场形成对垒态势。

当然,几款高端新品都各有创新点和特色,比如华为提前预热,苹果亦不甘落后前后脚推出了带有卫星通信功能的

手机产品;同时,iPhone 14系列放弃多年来沿用的“刘海屏”变成用户可以自主设置的“灵动岛”,亦引发业内关注;三星则基于自身屏幕优势推出两款折叠屏新机,欲进一步抢占折叠屏市场的制高点。

社评

用好花好科研经费方能激发创新活力

日前,国家统计局、科学技术部、财政部发布的《2021年全国科技经费投入统计公报》显示,2021年,全国共投入研究与试验发展(R&D)经费2.8万亿元,比上年增长14.6%,增速比上年加快4.4个百分点;R&D经费投入强度(与国内生产总值之比)为2.44%,比上年提高0.03个百分点。其中,与科研高度相关的基础研究经费比上年增长23.9%,占R&D经费比重为6.50%,比上年提升0.49个百分点。

近年来,中国面临新冠肺炎疫情及复杂多变的国际形势考验,未来社会经济发展之路如何走,这份公报显然给出了明确答案:中国加大自主创新力度,提升经济发展质量的决心不减反增,全社会科研投入再创新高。围绕关系到国家科技和经济竞争力提升的核心所在,无论是重大科技前沿攻关项目,还是新能源、人工智能、云计算、物联网等逐步应用于众多市场领域的新兴技术,政府和企业都抱有长期主义,不断扩大对技术的研究与应用范围。尤其是针对某些“卡脖子”领域,通过政策引导、专项资金以及市场激励,正在形成专业人才与科研资金的双向增量,这也体现出我国科研经费投入朝着更符合

市场发展规律、更能发挥创新引领作用的方向迈进。

当然,全社会科研投入的增加,也给政府和企业提出了新的发展命题,就是如何用好花好科研经费。这首先体现在科研经费的配置机制更加科学化、更能符合科技研发规律上。

正如一些专家所指出的,虽然我国总体研发投入不断提升,但科研经费投入结构仍有不合理之处,基础研究经费占比偏低。基础研究是指认识自然现象、揭示自然规律,获取新知识、新原理、新方法的研究活动。加强基础研究是提高我国原始创新能力、跻身世界科技强国的必要条件。然而,基础研究周期长、投入大,之前某些管理机制存在不够合理之处,这导致了部分研究机构及企业在此方面投入不足。

对以专项拨款为主的研究机构而言,需要加快基础研究经费管理体制的改革。据不完全统计,2016年以来,仅中央、国务院层面印发的针对或涉及财政资助科研项目经费管理改革文件就有四份,最近一份是2021年《关于改革完善中央财政科研经费管理的若干意见》,涉及预算编制简化、间接经费比例

等25个方面,其改革方向就是要从传统的项目考核制转为更符合科研规律、更能激发人才创新活力的新型管理模式。

当然,科研经费配置体制改革不可能一蹴而就,“路”还很长,要继续朝着加大经费管理和绩效考核的合理性,打造科研人员不论年龄资历、唯才是用、专注科研的良好氛围,放手给更多有才华和梦想的年轻人以用武之地的改革方向前进。同时在薪酬、奖金、职称等配套举措上不断完善,让大胆创新、勇于付出的科研人员获得应有的精神和物质回报,从而形成人、财、物资源配置边界清晰、责权对等的创新发展模式。

其次,对企业而言,则要以市场需求为导向,鼓励企业增加基础研究投入,同时辅之以更多激励手段,对企业研发投入加大税费减免等优惠力度,还要发挥地方各类种子基金、创投基金、产业基金的作用,对具有重大影响与广阔发展前景的科研项目予以重点支持,为企业提供急需资金。

而针对科技研发与应用相结合、推进产学研一体化的创新研发组织建设,则关系到科研经费的市场产出最大化。近年来,由龙头企

业牵头、高校院所支撑、各创新主体相互协同的创新联合体探索不断,如华为已与300多家高校合作建立了169个创新实验室,腾讯近期与深圳大学签署全新战略合作协议,双方将围绕科研合作、人才培养等方面,打造校企合作与融合发展的典范。其中,在人才培养方面,战略协议宣布将双方共建的人工智能特色班(腾班),从本科招生扩展至硕士、博士。

企业与高校、研究机构加强科学研究交流和合作,能够推动高校科研人才机制与市场发展趋势的对接,还能让高校、研究机构建立“市场一线的实验室”,推进校企双方的协同创新,取得更多符合市场新兴产业所需的成果,提升市场转化率,进而构建让科技与市场更高效对接,创新成果为全社会、全产业共享的新型产研发展模式。

科技自立自强已成为国家发展的战略要素。科研经费作为科技发展的关键资源之一,在大幅增长的基础上,不断探索更加行之有效的配置和使用机制,持续激发政府、高校、研究机构与企业等参与各方的机制创新能力,将为我国实现高水平科技自立自强提供更强有力的支撑。

经济大势

A1~A8

设立13个工作专班 粤港合作务实落地…… A3

14亿人口大国实现比较充分就业…… A4

险企偿付能力监管规则(II)半年见效:… A8

险资投向哪了?

营商环境

B1~B20

国民理财“神器”收益跌落“1时代”…… B2

注册制改革预期升温…… B4

IPO承销金额同比增44%

金融线上场景破圈…… B5

嵌入碳金融服务…… B8

区块链破解多重核查难点

土地市场变局…… B9

沪上“首店经济”助推商业地产复苏… B11

“宣战”停工楼盘…… B13

郑州严令30天全面复工

离焦镜渐火 眼科两巨头看好“定制”… B16

智在公司

C1~C8

不讲故事不卖情怀…… C2

国产AI芯片逐渐成熟

手机直连卫星…… C3

相关产业链尚处从0到1阶段

自动驾驶迎来商业化:…… C5

运营试点落地 政策逐步完善

8月产销出炉…… C7

车企迎“金九银十”销售季

消费连锁

D1~D4

成都疫情“保供”:…… D2

问计蔬菜食品供应链

“探店经济”千亿市场的形成与蜕变…… D3

本期热词

“理财刺客”

银行理财产品到期实际兑付收益达不到业绩比较基准,乃至出现亏损的情况,这两年并不在少数。有关数据显示,2022年上半年银行理财达基准率均值为67.4%,这说明有超过三成的银行理财产品实际收益未达到业绩比较基准甚至亏损。

“理财刺客”推动理财产品业绩比较基准迭代 A6

智能合约

多家金融机构选择在近期举办的2022年服贸会金融展这一窗口,披露试点数字人民币业务的最新业务进展。相较此前一年,机构数字人民币业务新客户拓展持续发力,并在生态建设、场景拓展、技术跃升上出现密集突破。

智能合约突进前夜 B1

“转场运动”

在全民健身的热潮下,我国体育健身市场有数十倍的上涨空间。据《2022年中国新式健身房行业研究报告》预估,2026年健身房行业有望达到1082亿元。而从用户来看,2021年,中国整体健身人口(不止健身房会员)渗透率只有5.37%。同期,美国健身人口占比约30%。

健身房“转场”迎变 D1

家电产业骤变

在2015年之后,伴随电商时代的到来,家电消费的主场发生变更,从线下到线上,京东、天猫、拼多多,乃至抖音都开始分羹家电零售市场,国美和苏宁开始腹背受敌。《2021年中国家电市场报告》显示,京东以32.5%的市场份额位居第一;第二位的苏宁易购为16.3%;天猫为14.8%,位列第三;国美电器仅为5%,位列第四。

国美苏宁:穿越“轮回” D4



中经传媒智库



本报官方微信



6 942626 144086 >
广告许可证:京海工商广字第0224号
本报常年法律顾问所:北京德和衡律师事务所