

On the Marketization Transformation of University Research Achievements

Lina Yan

School of Accounting and Finance, Zhongnan University of Economics and Law, Wuhan Hubei

Email: hzylners@126.com

Received: Dec. 1st, 2017; accepted: Dec. 20th, 2017; published: Dec. 27th, 2017

Abstract

At present, both Chinese government and universities are confronted with one important question: how to strengthen the marketization transformation and realize the market value of university research achievements? This paper analyzes the current situation of marketization transformation of university research achievements, on the basis of which the paper concludes that the marketization transformation of university research achievements is not that satisfying, and further explores the reasons behind the unsatisfying situation.

Keywords

Marketization Transformation of University Research Achievements, Current Situation Analysis, Reason Exploration

高校科研成果市场化转化现状探讨

严丽娜

中南财经政法大学, 湖北 武汉

Email: hzylners@126.com

收稿日期: 2017年12月1日; 录用日期: 2017年12月20日; 发布日期: 2017年12月27日

摘要

如何加强高校科研成果市场转化, 促进更多科研成果实现市场价值, 是国家与高校面临的重要问题。本文主要分析我国高校科研成果市场化转化的现状, 认为高校科研成果市场化转化并不理想, 并初步探讨了背后的原因。

关键词

高校科研成果市场化转化, 现状分析, 因素探讨

Copyright © 2017 by author and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

高校是国家科技体系中的重要组成部分, 在科研成果转化为生产力的过程具有重要的战略地位。加强高校科研成果与市场对接, 提高高校的科研成果市场转化率, 不仅能产生巨大的社会、经济效益, 而且对于完善市场环境、提高国家创新能力都有重要影响。目前我国高校的科研成果市场化的主要主体高校与企业, 在成果市场化中主要情况表现为: 一方面, 高校学科齐全, 研究人员具有扎实的理论基础和强大的科研能力, 近年来在国家大力经费投入与支持下, 产出了许多高质量的高校科研成果, 但是无法与市场、产业很好对接, 无法满足市场需求。另一方面, 作为市场主体的企业, 对知识创新和技术进步的依赖度日益增加, 自身自主创新急需科研支撑, 因此必须与高校紧密合作, 才能以最快的速度实现将高校海量高水平科研成果转化为生产力, 产生经济效益和社会效益。然而可以看到我国高校科研成果的市场化效果并不理想, 无论从国家层面, 还是高校与企业方面的对接都存在各种困难。本文主要分析和总结了我国高校科研成果市场转化的现状, 并初步探讨了各种现状后面的原因, 以期为推动我国高校科研成果市场化转化工作提供一定的参考。

2. 高校科研成果市场转化潜力巨大

近年来, 在中央创新驱动的发展战略指引下, 党和国家出台了一系列推进科技创新和科研成果转化的政策、法规, 高校作为科研成果产出的重要主体, 在高校科研成果数量呈井喷式增长, 随之而来的也就是高校的专利申请数和被授权专利数大幅增长。笔者通过查阅相关统计数据发现, 2016 年高校专利申请数约为 15,000 余件, 占全国申请总量的 8%, 高校专利授权数为近 9000 件, 占全国授权总量的约 8.03%, 且近年来呈逐年增长的趋势。从上述统计可见, 高校是我国国内专利申请各方仅次于企业的重要主体之一, 且高校专利授权数远高于其他申请主体, 其潜在的无形资产资源质量较高, 也增加了高校科研成果向市场转化的几率[1]。

3. 以市场机制为基础的高校科研成果转化环境日益改善

已有文献普遍倾向认为, 高校的科研成果转化率低, 发达国家高校科研成果市场转化率远远高于我国, 但这些文献甚至是官方材料中, 却并未明确数据来源, 也无法查证, 可以说至今为止有关“科研成果的市场转化率”并无权威的统计结果支撑。但我们可以确定的是, 从 2014 年甚至更早, 国务院及各部门密集出台了诸多推动科研成果转化的政策, 改革力度、深度前所未有, 例如 2015 年《中华人民共和国科技成果转化法》对科研成果市场定价机制、对成果转化有重要贡献的人员激励制度、收益分配等做出了明确规定, 力图完善科研成果转化的法律环境。2016 年教育部科技部专门针对高校出台了《关于加强高等学校科研成果转移转化工作的若干意见》, 强调在高校科研成果转化过程中要简政放权、建立健全的科研成果转化工作机制以及对收益分配、人事管理制度等各方面都有了较为明确的规定, 是相关部门

努力突破制约科研成果转化的体制机制障碍等所做出的努力。可见党和国家对科研成果转化的高度关注，在法律及政策层面上对科研成果转化工作给予了足够的保障。

4. 高校科研成果市场转化效果不理想

4.1. 法律及改革新政未真正落到实处

各种法律与政策的颁布与制定，极大改进了高校科研成果市场化转化的环境，对推进高校科研成果转化过程中起着至关重要的作用，但真正要落到实处还有很长的路要走，因为解除约束科研成果转化的各种体制、机制等障碍是一个长期的、不断探索的过程，需要在实践中不断发现问题，解决问题。一方面，有的问题是国家新的法律制度与政策出台后，其他各部门的相应配套制度并未及时跟上，出现新旧政策不一致甚至相互冲突的情况，例如国有资产制度与高校科研成果转化间还存在许多矛盾，均是由于这种配套制度无法即使跟上而造成的。另一方面在实践中，会不断涌现出更多新问题，在现有的法律、政策条文中未得以体现，在具体执行中则无所适从，例如税收问题、国有资产放权问题。综上，政策制定是关键，最重要的是国家各部门、地方政府等相关管理部门需要通力合作，在法律、新政出台后，加快制度协调、配套步伐，使得政策尽快落地。

4.2. 高校对科研成果市场化存在认识误区因而动力不足

受传统科研管理体制的影响，无论是高校管理者还是科研人员对科研成果市场化还存在一定认识误区，认为高校应该强化教学与科研职能，忽视高校的社会服务只能，认为科研成果转化是企业的事，抓科研成果转化会影响到高校教学与科研职能的有效发挥。因此关注的重点仍然是“论文”“职称”“双一流”等，毕竟高校需要“名分”，教师也需要“头衔”，专注于科研成果转化，服务于社会经济与发展只是附带之事，因此往往在落实国家实施科研成果转化政策、制定相应的配套保障机制、经费投入方面流于形式。高校教师迫于职称评定压力及在现有激励机制的导向下，更多关心成果质量与形式，无暇顾及成果是否能转化为现实生产力。更有高校教师思想保守，尽管取得了重大成果，害怕被人窃取成果，紧紧抓住不放，单靠一己之力又无法实现科研成果市场转化。

4.3. 科研成果数量导向及非市场导向仍然存在

国家每年投入大量的科研经费，以期促进高校产出大量能够产生巨大社会与经济效益的高水平成果。然而现实是，尽管高校产出了许多高水平科研成果，申请专利数及授权数也高，但许多专利被“束之高阁”，真正进入投产阶段的不多。高校科研成果考核及评判机制强调研究成果数量，注重理论研究，导致科研人员在投入研究时并不以市场为导向，甚至与市场严重脱节，主要以满足自身职称评定需求及为了完成某项科研项目或者获得包括个人荣誉在内的多种利益为研究动机，并非为了促进科技创新或产生社会、经济效益而从事研究，因此得出的科研成果理论性强，缺少市场可行性验证，无法与市场对接进入到生产阶段。

4.4. 高校科研成果市场化转化缺乏完善的服务体系及专职人才

科研成果市场化转化离不开有效的技术转化中介服务，事实上是科研成果转化中介是成果走向市场的重要桥梁[2]。然而，目前我国的中介机构机制并不完全，大多高校并没有设置专门的中介公司，而只是在其科技部门下属设置一个机构，工作人员也只是兼职负责科研成果转化工作，缺乏专业性。国际上主要采取专门设立咨询公司或高校中介公司，专职聘用一批懂技术、懂法律、懂经营管理的高度复合型精英人才，只有机构人员具有相应的法律和技术知识，才能极大的提高科技成果的转化效率[3]。毕竟高

校的科研成果更多只是早期技术，走向市场还需经历多个环节，如产品开发与设计、必要的知识产权保护、商业模式建立、市场营销等，没有专业人才做专业的事，进一步导致了科研成果转化难的困境。

4.5. 用于科研成果转化有效投入经费不足

科研成果市场化转化需要充裕的资金作为保障，但目前我对科研成果市场化经费投入总量少，结构比例欠，资金来源单一，主要依靠政府拨款，经费筹资渠道有限，经费融资制度也有待完善。可以看到，由于缺乏足够的科研经费延伸科研成果的转化，导致高校一些具有实用性价值的科研成果转化尽管走到了中试阶段，最后因为经费问题无以为继，令人惋惜。尽管国家科研经费投入大幅增长，但用于科研成果转化的经费却非常有限。众所周知，科研成果转化的每一环节都需要大量的资金投入，且随着一项技术应用于社会生产，其从开发、中试、产品商品化，资金投资需求是逐渐增加的，特别是到产品商品化阶段，对资金需求的甚至可以达到产品开发阶段资金投入的 100 倍。在这样的情况下，政府首先考虑关系到国计民生的重大基础性项目和高新技术项目的转化，对于许多具有市场潜力的科研成果，只能暂缓投入。企业由于自身研发投入有限，经费紧张，促进高校科研成果二次开发困难。高校自身的经费主要来自政府拨款，最终落实到科研成果转化的经费基本可以忽略不计，再加上高校市场筹资能力及筹资渠道的缺乏等，这些直接影响科研成果的推广与市场化转化。

4.6. 高校科研成果转化需要高校与企业明确各自主体地位

在科研成果转化为生产力的过程中，不同的阶段应该有不同主体。高校与企业各自具有不同的优势，双方在合作过程中应该进一步解放思想，在不同阶段发挥各自主体作用与特长。一方面，高校拥有大批理论基础扎实、科研能力强的科研人员，应充分发挥其在成果研发阶段的优势，毕竟高校比企业拥有更强的科研力量。但在中试阶段及后期产品市场化阶段，应该让位于企业，让企业充分发挥其优势，毕竟高校科研人员仅对自身科研成果熟悉，对于成果转化的技术配套标准、成果商品化推广并不再行。另一方面，企业研发能力有限，创新能力较弱，技术储备、人才储备都不足，对高校出来的科研成果“接不住”，因此在科研成果转化过程中，大多数企业更愿意接受拿来就能生产，就能投入市场的技术成果。”即使与高校联系实施科研成果转化，企业出于自身商业机密及防止同行恶性竞争，合作过程中会有意规避研发机密，往往导致关键问题得不到高校研究人员的鉴定，这也阻碍了成果的顺利转化。总之，高校与企业均要解放思想，在成果转化的不同阶段发挥各自的主导作用，共同努力成为联合创新的决策主体、投入主体、利益主体和风险承担主体，这样才能进一步促进高校科研成果转化。

5. 结语

总之，我国高校科研成果转化市场广阔，尽管成果市场化转化的环境在中央及各部门的努力推动下很大程度上得到了改善，但是科研成果转化的效果仍然不容乐观，还有很长的路要走，政府、高校、企业应该进一步在在科研成果市场化不同阶段充分发挥各自的主体作用，在“产学研用”链条上的共同努力。

参考文献 (References)

- [1] 郭军杰, 何梅, 黄甫宜月. 高校专利技术转化现状分析及其市场化[J]. 技术与创新管理, 2007, 28(3): 80-83.
- [2] 周玉玲. 高校科技成果转化问题及对策[J]. 江苏高教, 2007(2): 137-138.
- [3] 翟海涛. 美国大学技术转移机构探析及对我国的启示[J]. 电子知识产权, 2007(12): 32-36.

知网检索的两种方式：

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>
下拉列表框选择：[ISSN]，输入期刊 ISSN：2160-7362，即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>
左侧“国际文献总库”进入，输入文章标题，即可查询

投稿请点击：<http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱：mom@hanspub.org