

# 在美国取得的专利数量 10年内增长 10倍 中国持续改写世界创新排行榜

过去,世界舆论还很少把中国和中国公司创新联系起来。而现在,世界有影响力的创新排行榜上都绕不开中国。1月22日,美国彭博社发布2018年世界创新指数,中国位居第十九位,比前一年提升两位。这个指数综合测算研发投入、研究人员集中度、专利申请等指标,从一个侧面反映出中国创新能力的稳步提高。

在国际著名咨询公司的创新排行榜上,中国和中国企业也都表现抢眼。海外媒体普遍认为,中国把创新作为优先战略,国家和企业创新能力同步得到大幅提升。

**中国企业在美国获得专利稳步上升**  
在波士顿咨询公司近日发布的2018年最具创新力的公司名单中,中国企业表现抢眼,阿里巴巴名列第十,腾讯位居第十四,华为也跻身前五名。

波士顿咨询公司的研究人员发现,最具创新性的领域都同数字化有关。而在数字化发展的过程中,中国企业成为不可忽视的力量,甚至实现弯道超车,站在世界创新最前沿。

企业的创新能力提升,最直接体现在专利数量和质量上。而美国商业专利数据库日前发布报告显示,美国专利商标局2017年批准的发明专利32万件,比前一年增长5.2%,再创新高。从国家和地区看,美国企业获专利14.8万件,占总数的46%,亚洲企业以近10万件

的数量排在第二,占31%,欧洲企业占15%。亚洲国家和地区引人注目,来自中国、日本和韩国的企业成为亚洲创新的重要主体。

从企业排名看,美国国际商用机器公司(IBM)新获批专利9043件,继续领跑,并25年蝉联第一。而从企业类型看,获得专利最多的前二十名中,除了丰田和福特,其余都属于电子信息类企业,这个领域的创新活力可见一斑。报告说,获批专利数前五名的企业展示了当今最具创新性企业和研发机构的竞争图景。

近年来,中国企业在美国获得专利也在稳步上升,受到业界关注。2017年中国公司获取专利数量比上一年度增加28%,达到11241件,成为仅次于美国、日本、韩国、德国的第五大专利申请来源地。

华为以1474件专利位列第二十二位,比前一年上升5位。京东方科技集团专利数量增长63%,达1413件,排名第二十一位。另一家中国企业华星光电技术有限公司获批专利708件,排在第四十五位。在机器学习、无人机、3D打印等科技热门领域,中国企业投资引人注目。美国科技网站“TechCrunch”分析,虽然专利同公司价值没有直接关联,不过专利数量无疑是创新能力的体现。

当前,美国仍然是全球最重要的创新基地和市场,获得美国专利对于获得美国市场乃至全球市场的人场券有重

要意义。位于华盛顿的斯特恩·凯斯勒律师事务所专注于美国专利申请,律师唐·费瑟斯分析,这些新专利持有者既有大型公司,也有初创公司。很多公司在美国发布了新产品,在美国设立市场部门,希望开拓美国市场,而专利让他们更加有竞争力。

**中国创新战略同步增强国内外竞争力**  
专利申请数量体现了企业的市场竞争力,也反映了一个企业乃至一个经济体的创新能力。此前,获得专利最多的前五名一直由美国、日本、韩国、欧洲等少数国家和地区的公司垄断,随着中国公司加大研发投入,创新能力提高,这一局面正在发生改变。

过去几年来,中国政府把创新作为优先战略,国内专利数量迅速增加。世界知识产权组织的一个报告称,中国国家知识产权局在2016年受理了130万件专利申请,这一数字是美国、日本、韩国、欧洲受理的总和。在创新集中的电子信息产业,中国电子制造商曾经只是为外国品牌组装的角色,现在发展了自己的技术,建立了自己的品牌,有的还拥有不错的口碑。

波士顿咨询公司的报告说,公司如果能够大数据分析、迅速采用新技术、开发移动产品、加快数字化设计等结合起来,有助于提高创新能力,在市场竞争中占得先机。而中国企业在这些领域表现尤为抢眼,创新能力增强,也

在不断积累竞争优势。

拿美国市场来说,2017年TCL集团北美市场交出了一份亮丽的成绩单,销售额同比增长131.5%,实现翻倍增长。截至2017年11月,TCL电视北美市场占有率为9.1%,排名第三,其他中国企业海信、创维、长虹、海尔也都跻身前十。美国家电市场成熟,竞争激烈,消费者权益保护苛刻,在美国市场夺得这么大的份额,显示TCL产品质量和品牌得到消费者认可。

彭博社刊登文章评论称,过去10年内,中国在美国取得的专利数量增长了10倍。这是中国作为世界第二大经济体从硅谷工厂向研发基地成功转型的又一个标志。

这些年,中国企业创新引起的国际关注,实际上是更深层面的。越来越多的中国企业家因为企业的创新能力,成为国际媒体关注的科技人物。今年1月,百度首席执行官李彦宏成为中国第一个登上《时代》周刊封面的互联网企业家,报道对李彦宏的定位是“创新者”。

美国《国会山报》去年的一篇文章惊叹,传统上,创新是美国等发达国家的核心竞争优势,近年来中国大力投资科技创新,建设了量子通信等国际领先的实验室。在新兴技术领域的成就,将让中国成为“世界下一个超级创新中心”。

人民日报

## 一带一路全面务实合作成果亮眼 去年我国与沿线国家贸易额达7.4万亿元

2017年,“一带一路”建设进入全面务实合作新阶段。商务部1月25日发布的数据显示,“一带一路”经贸合作取得明显成效,去年我国与沿线国家贸易额达7.4万亿元人民币,同比增长17.8%。

“这个增速高于全国外贸增速3.6个百分点。”商务部新闻发言人高峰说,其中,我国对沿线国家出口4.3万亿元人民币,增长12.1%;进口3.1万亿元人民币,增长26.8%。从投资看,2017年,我国企业对沿线国家直接投资144亿美元,在沿线国家新签承包工程合同额1443亿美元,同比增长14.5%。

“一带一路”合作倡议提出以来,得到各方热烈响应,许多重大项目落地生根,扎实推进。东非铁路网起步阶段肯尼亚蒙内铁路竣工通车,中老铁路首条隧道全线贯通,中泰铁路一期工程开工建设,匈塞铁路、卡拉奇高速公路等项目进展顺利。中国—白俄罗斯工业园、埃及苏伊士经贸合作区等成为“一带一路”经贸合作的典范。

自贸区建设取得新突破。与格鲁

吉亚、马尔代夫签署自贸协定,与摩尔多瓦、毛里求斯正式启动自贸协定谈判,推动区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)谈判取得积极进展。

“一带一路”给沿线国家带来实实在在的获得感。去年,我国启动“共筑援助之桥,畅通‘一带一路’”行动,落实重大援助举措,积极为沿线发展中国家提供力所能及的援助;稳步推动改善民生的援助项目建设,开办南南合作与发展学院,举办专题培训班,帮助受援国增强自主发展能力。

党的十九大对推进“一带一路”建设做出了新的部署,商务部将继续坚持共商共建共享原则,积极推进“一带一路”国际合作,努力实现政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通,打造国际合作新平台,增添共同发展新动力,与“一带一路”有关国家共同推动开放型世界经济建设,实现互利共赢、共同发展。“今年我们将继续为企业参与‘一带一路’建设营造便利、稳定、可预期的环境。”

人民日报

## “华龙一号”全球首堆压力容器成功吊装

1月28日17时左右,“华龙一号”全球首堆,中核集团福清核电5号机组反应堆压力容器顺利吊装入堆。该设备是我国首个具有完全自主知识产权的三代核电工程压力容器,此次顺利吊装将为“华龙一号”机组的后续安装工作开展创造良好条件。

反应堆压力容器是核反应发生的核心设备。此次安装的设备于本月中旬从辽宁大连运抵福建福清,并顺利引入福清核电5号机组反应堆厂房16.5米平台。在28日吊装就位以后,工程团队将进行压力容器管嘴保温安装及侧部垫板测量加工,而后全面展开反应堆主管道焊接工作。

中核集团福清核电有限公司工作人员介绍,与二代改进型核电机组相比,“华龙一号”示范工程压力容器的制造标准更新为RC-CM-2007,采用全新的177堆芯结构设计,设计寿命由40年延长到60年,同时在堆芯、堆顶实现多处设计改进,这一系列重要创新提高了机组安全性和寿命。

此次安装的压力容器由中国核动力研究院设计院自主设计,中国第一重型机械股份有限公司承制,历时四年制造完成。设备的顺利安装也意味着我国核电设备设计、制造技术水平已步入世界前列。

新华网

## 2017国内长线游消费报告: 80后、90后是“消费担当”

伴随着消费升级,以度假、观光、避暑(暑)游、主题游为主的国内长线游受到越来越多消费者的青睐。日前,驴妈妈旅游网发布的《2017国内长线游消费报告》(以下简称《报告》)显示,2017年,选择国内长线游的出游人次同比增长28.9%;23-37岁群体为出游主力军,占比达45%;国内长线游出游最高峰是在春节、暑假和十一期间,游客平均提前16天预订相关产品;以中高端酒店及民宿为中心的高品质亲子、情侣游产品成为年度国内长线游“爆款”,纯观光的景点逐渐遭受冷落,轻奢型酒店已成为主要度假目的地;三亚、厦门、珠海、成都、丽江、广州、白山、大连、青岛和重庆成为国内长线游十大热门目的地。

**80后、90后是“消费担当” 家庭亲子人群热衷长线游**  
《报告》显示,2017年,国内长线游的出游人次同比增长28.9%,其中,23-32岁的游客占比45%,33-37岁的游客占比33%,两者合计高达78%,以绝对优势领跑其他年龄层消费人群,很多年轻人会将旅游作为工作后送给自己的一份礼物,80后、90后是国内长线游的“消费担当”。

根据单个订单中的游玩人数统计分析,双人游比例为39%,三人游、四人游的比例合计高达40%,可见家庭亲子人群以及情侣依然是国内长线游的主力军,年轻父母带小朋友“快活慢耍”、海滨度假或是雪地撒欢都是亲子游客热衷的出游之选。而5人及以上组团出行的比例为12%,公司组织出游或大家庭一同出游亦正在兴起热潮。

“国民旅游已进入全域旅游时代,随着消费的升级,纯观光的景点逐渐遭受冷落,酒店正在成为最受喜爱的度假目的地,以酒店为中心的高品质亲子游、情侣游是2017国内长线游的爆款产品。”驴妈妈旅游网公关部总经理李秋妍说。

《报告》显示,2017年消费者偏好的国内亲子游、酒店为中心的品质度假产品为主,驴妈妈旗下品牌“驴悦亲子”产品全年预定人次同比增长1.36倍。从具体产品来看,驴悦亲子多款围绕海滨度假、主题乐园等打造的“机游产品”最受欢迎;例如,“三亚双飞5日大暖自由行”、

“珠海双飞4日3晚自由行含3晚隆鑫企鹅酒店”等产品,全年都热度十足。

**节假日大众旅游需求集中爆发 改善供给、错峰游是发展方向**

从2017全年出游时间分布来看,春节、暑假(7月、8月)和十一黄金周期间是游客出行的最高峰。驴妈妈平台游客通常提前16天预订国内长线游产品,1月、6月、7月、8月和12月是全年的预订高峰。纵观2017年,每逢法定节假日,大众旅游需求集中爆发使得旅游需求和景区供给出现严重失衡,改善供给失衡,四季游和错峰游是未来中国旅游发展的方向。

从国内长线游的出游天数来看,过半游客选择“5日游”,而选择“4日游”和“3日游”的游客分别占比31%和12%。在出行方式上,绝大部分游客搭乘飞机出行,利用高铁出游的游客数量占比不足10%,显然,长线游的游客更注重“游玩效率”。

**个性化旅游受到青睐 三亚是最热门长线旅游目的地**

《报告》指出,用户在国内长线游机酒方面的人均花费是2590元,订单平均花费为7586元,两者分别同比增长12.5%和13.2%。在不断升级的旅游需求推动下,2017年,游客更关注旅游品质,高星级酒店、可以满足更多个性化需求的客栈民宿也进一步获得游客的青睐。随着消费者旅游口味变得更多样化、个性化,定制旅游、体验性旅游消费未来将持续增长。

《报告》还显示,三亚、厦门、珠海、成都、丽江、广州、白山、大连、青岛和重庆是国内最受欢迎的十大长线旅游目的地。阳光、沙滩、比基尼,还有众多国际五星级酒店可供选择,迷人的三亚连续多年问鼎榜首,实力让人艳羡;依山傍海又文艺气息十足,连路边的供电箱上都画着美丽涂鸦的厦门,以长隆国际海洋度假区闻名中外的珠海都是这些旅游目的地的地人气居高不下的原因。此外,上海、北京、南京、杭州、成都、天津、无锡、广州、武汉和西安的居民最喜爱国内长线游,这些一、二线城市都具有发达的交通设施(机场、高铁、高速公路四通八达),居民收入相对较高,成为长线游出游主力军并不意外。

人民网

## 17岁男孩半夜随手把自行车送路人 没想到价值5万

事情发生在1月6日晚,小光家住西岗区某小区,当晚他与父母闹了点别扭,便骑着自行车出来散心。他骑了差不多10公里后,有点体力不支了。当时,他已经骑到了菜市桥附近。小光准备打车回家,把自行车放到后备箱里。可是,受后备箱空间限制,自行车放不进去。

此时,已经是晚上9点半了。小光看到,前方驶来一辆送餐的摩托车。匆忙之下,小光干脆把自行车送给了送餐员。“因为事发突然,估计送餐员都没反应过来。”小光的父亲姚先生说,然后儿子乘着出租车就离开了。当时的,哥也没有阻拦,他不知道小光与送餐员是什么关系。

**那辆自行车价值5万元**  
出租车把小光送回家后,姚先生发现自行车不见了,一问才知道儿子把车送给了一个送餐员。姚先生一听就着急了,那辆自行车可价值不菲。发票显示,这辆德国Focus自行车仅裸车便价值4.6万余元。如果加上副件,价值能有5万元。

姚先生琢磨了一下,要想找到自行车,必须找到那名送餐员。可是,当时小光根本没留送餐员的电话。这可咋办呢?此时,小光表示,他应该能联系上送他回家的那位的哥。的哥师傅提供线索称,那位送餐员年龄有50多岁,中等身材,很有可能就住在事发地附近。对于其他信息,林师傅也记不清了。

**家长辗转寻回自行车**

根据模糊的体貌特征寻人,无异于大海捞针。姚先生琢磨着,查看事发地附近的监控,可能会发现一些有用的信息。1月17日,姚先生在菜市桥附近的一幢居民楼打听时,无意间得到一个消息。有居民称,“有个送餐员带回来一辆自行车,说是一个孩子送的。”姚先生赶紧按照居民提供的方位,来到了送餐员的住处——沿海街13号楼。

当时,送餐员并不在家。在好心居民的帮助下,姚先生电话联系到了送餐员。送餐员表示,他在外送餐,送完立即往家赶,然后把自行车还给了姚先生。20分钟后,姚先生终于见到了苦寻多日的送餐员王先生,后者把自行车交到了姚先生的手里。

**送餐员:一直盼着有人取车**  
王先生说,这几天他也挺着急,盼着自行车的主人赶紧把车取走,还把自己的电话给了邻居,怕自己不在家有人来拿车。王先生回忆说,当时他正在用手机查看是否有送餐的任务,小光过来问,“能不能送我回家,我需要帮助。”王先生一瞅,眼前的男孩神情正常,可他也不能凭空收下别人的自行车。王先生告诉小光,他自己还骑着一辆摩托车,没法送他回家。就在王先生琢磨着,怎么才能让孩子带着自行车回家的时候,小光匆匆忙忙地坐车离开了。

“后来知道那辆自行车挺贵,给我急死了,想怎么给还回去,可是又没有联系方式。”王先生今年51岁,一家人从黑龙江来大连打工多年,虽然收入不多,但他自始至终都没打过卖掉这辆自行车的主意,而是一直在等待失主的到来。

中国青年网



人民网

## 张艺谋揭秘平昌冬奥会“北京8分钟”

将于2月25日(正月初十)举行的平昌冬奥会闭幕式交接仪式上,北京将奉献一个什么样的“北京8分钟”?总导演张艺谋在接受记者采访时给出了答案。

**昌平练兵 直指平昌**

2018年冬奥会在平昌举行,而“北京8分钟”表演团队的排练场地则在听起来和平昌很相似的北京昌平。过去近两个月,表演团队进行了密集排练。由于需要灯光,排练基本都在夜间进行。冬天的北京非常寒冷,而据了解,平昌冬奥会期间当地室外温度或将低至零下20摄氏度,而且还会伴有“怪风”。因此,对于演员来说,健康是第一位的。“首先不能生病,其次要防寒,要健康,要完成这个任务。”张艺谋说。

需要防寒的不仅是演员,演出的各种设备也要经历抗冻、抗风试验。“我们提前几个月就在冰库里把所有设备放到零下20摄氏度进行抗冻试验。”张艺谋说。

将举行闭幕式的平昌奥林匹克体育场为五边形露天体育场,为了尽可能地贴近实景,在昌平排练的场地全部按照1:1模拟实际场地布置,包括观众席的高度、舞台的整个尺寸以及通道的材料等。

据张艺谋透露,表演团队要一直排练到2月15日,并于2月16日启程前往韩国平昌。目前,演出设备都已运到韩国前方。“因为我们是客场,前方条件有限,所以我们基本上所有东西都要从国内带过去,就连一个螺丝钉都要带。”

过去的几个月,表演团队几乎每个星期都有人去韩国,与韩国闭幕式导演团队、转播团队、技术团队、国际奥委会和平昌奥组委官员等方面进行沟通,确保万无一失。

**邀请世界 展现自信**

2004年雅典奥运会闭幕式“北京8分钟”通过红灯笼、茉莉花等中国元素,首次在奥运会闭幕式的舞台上集中展现了中国文化。那时同样担任导演的张艺谋回忆说:“2004年我印

象深刻的就是想要展现很多东西,那是第一次(在奥运舞台亮相),大家都很有很多欲望要表达,但由于客场受到很多限制,最后做了一个像拼盘一样的东西,而且起了一个非常大的名字——《从奥林匹亚到万里长城》。”

经过2008年北京奥运会的洗礼,世界进一步了解中国,中国也进一步了解世界。今日中国已经发展成为世界第二大经济体,日益走到世界舞台中央。

如今,第二次执导“北京8分钟”,张艺谋希望平昌冬奥会闭幕式上的“北京8分钟”可以“更纯粹地回到具体的节目上,就是一个创意,然后传递一个信息,这样也许艺术上能更有发挥”,要潜移默化地传递中国文化,而不是变成一个宣传片或者橱窗。因此,整个主创团队花费了很长时间在创意上面。

在张艺谋看来,平昌冬奥会的“北京8分钟”不仅希望传递出当今中国的发展,更要展现中国举办2022年冬奥会的信心,中国人欢迎世界朋友来作客的热情。“这是一个要表达的非常重要的信息。”

他说:“今天的中国和十几年前已经不可同日而语了,再加上我们也办过奥运会,向世界讲述了中国五千年的文明。这次我们不太想体现‘向后看’的东西,而是要反映一些当代中国的新成就。”

**科技助力 创新形式**

2008年北京奥运会开闭幕式、2009年国庆60周年联欢晚会、2014年APEC欢迎晚宴文艺演出、2016年G20峰会“最忆是杭州”文艺演出……即便抛开电影,在大型活动演出方面,张艺谋的经验也毋庸置疑。

对于“北京8分钟”,张艺谋用了两个“希望”。“首先我希望它,不是一套。其次我希望它有科技含量,用一些革新科技,跟我们传统的表演结合起来,其实挺有意思,会带来新气象。所以这次我想尝试这样的方式,展现当代中国的科技水平和中国的新发展。”

新华社