

甄若宏,羊杏平,王强盛,等. 农业科研院所科技成果转化统计分析[J]. 江苏农业科学,2016,44(5):581-583.
doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2016.05.164

农业科研院所科技成果转化统计分析

甄若宏¹, 羊杏平¹, 王强盛², 郑建初¹

(1. 江苏省农业科学院, 江苏南京 210014; 2. 南京农业大学, 江苏南京 210095)

摘要:农业科技成果转化轻则转变农业生产方式,重则诞生一个新兴行业。立足江苏省农业科学院,源于考核系统数据资料,统计近5年作物品种审(鉴)定以及知识产权转让情况,评判成果转化现状及特点,从江苏省农业科学院角度提出加快农业科技成果转化的对策建议,以期为其他单位开展相关工作提供理论参考。

关键词:农业科研院所;科技成果转化;转化对策

中图分类号: F323.3 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002-1302(2016)05-0581-02

农业科技成果转化是农业科研单位形成的具有潜在应用价值的,经过后续试验、应用、推广等熟化、规模化、产业化阶段转化成采用者可直接利用的新技术、新品种、新模式、新农药、新机械等,从而提高原有产业的规模、效益和活力^[1]。一项农业科技成果的转化,不仅可以促使农业生产方式发生大的转变,创造出巨大的效益;甚至可促使农业产业发生质的飞跃,或是诞生新兴行业^[2]。由此,农业科技成果转化俨然成为促进城乡统筹发展的主要推动力、转变农业发展方式的主要突破点、提高农业效益的根本途径。江苏省农业科学院作为省级农业科研单位,担负着科技支撑江苏省现代农业发展的重任,加快自主研发农业科技成果转化为现实生产力是其关键抓手。促使日渐增多的农业研发成果得以启用,提高农业效益极为迫切。本研究从江苏省农业科学院农业科技成果转化现状出发,探讨提高农业科研院所成果转化的对策建议,以期为其他单位开展相关工作提供理论参考。

1 数据来源

本研究农业科技成果数据来源于江苏省农业科学院考核系统、近年来知识产权转让部分数据。由于填报时间、受理时间不一,按专业研究所布局,仅统计2010—2014年经济作物、蔬菜、园艺和农作物研发品种及转化情况。本研究所指转化统指合作开发、技术转让、实施独占许可等。

2 农业科技成果转化现状

2.1 品种审(鉴)定情况

根据考核系统数据资料,整理了2010年以来专业研究所在农作物、蔬菜、园艺植物和经济作物4大类的新品种审(鉴)定情况,由图1可知,2013年为5年来品种通过审定或

表1 作物品种统计情况

类型	种类
经济作物	油菜、棉花、高粱
蔬菜	辣椒、番茄、西瓜、甘蓝、豆类、茄子、南瓜、丝瓜、胡萝卜、西兰花
园艺植物	桃、油桃、蟠桃、山核桃、梨、草莓、杜鹃、槭属、三角枫
农作物	水稻、小麦、玉米、甘薯

鉴定的最佳年份,共通过审(鉴)定的品种数达44个;2011年最少,仅13个,这主要与年度科研资料积累及品种培育周期有关。

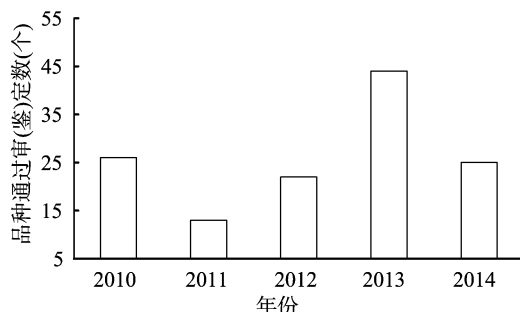


图1 2010年以来品种审(鉴)定情况

图2为2010年以来不同作物品种审(鉴)定情况,蔬菜品种通过审(鉴)定数一直遥遥领先,这主要归结于蔬菜品种多、繁殖周期短、出新率高。其次是农作物,甘薯每年都有新品种通过审定;水稻2010、2012年没有新品种通过审定,2013、2014年分别有4、3个新品种通过审定;玉米相对比较平稳,除2011年外,每年都有1~3个品种通过审定。

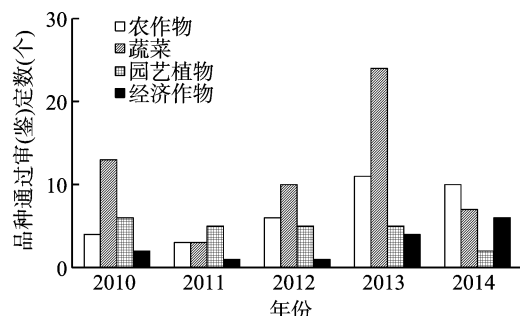


图2 2010年以来不同作物品种审(鉴)定情况

收稿日期:2015-12-10

基金项目:江苏省农业科学院基本科研业务专项[编号:ZX(15)3020];江苏省教育科学“十二五”规划重点项目(编号:B-a/2013/01/018);江苏省农业科技自主创新资金[编号:CX(2014)4034]。

作者简介:甄若宏(1978—),女,河北石家庄人,博士,副研究员,主要从事农业生态和区域农业研究。E-mail:zhenruohong@163.com。

2.2 品种知识产权转让情况

图3为2010年以来各专业研究所在农作物、蔬菜、园艺植物和经济作物4大类的新品种经过知识产权处转让情况,虽然2011年通过审(鉴)定的品种数最少,但通过知识产权转让的数量却最多,这主要归结于2011年转让的都是前几年通过审定、在市场上反响比较好的品种,如宁糯麦1号小麦、南粳46、南粳49等水稻品种,以及金陵美玉、金陵粉玉番茄等。虽然之后几年有所回落,但均保持在10个以上,总体效果良好,这主要也反映了所培育的新品种与生产、市场、习惯的相近性。

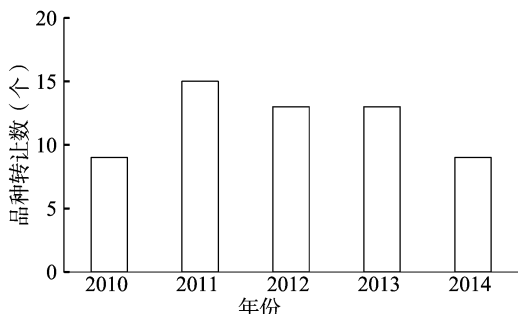


图3 2010年以来品种转让情况

图4为2010年以来农作物、蔬菜、园艺植物和经济作物新品种与企业等单位签订的合作开发、独占实施许可等情况。由此可知,以水稻为主的农作物知识产权转让情况一直领先,2012年达到最高值10个,最少的2010年也有4个。蔬菜其次,主要集中在番茄的品种转让。园艺植物转化率最低,仅有部分杜鹃花卉以及枫树。经济作物以油菜和棉花为主,2011年最多,达到5个,其他年份1个左右。根据《中国农业知识产权创造指数报告(2015)》相关数据可知,江苏省农业科学院申请植物品种权共计416.4件,其中转让量8件,申请情况的转让率为1.92%;授权数是192件,转让量是5.5,授权情况的转让率为2.86%。

3 农业科技成果转化综合分析

从品种审(鉴)定和知识产权转让情况来看,2010年以来共审定130个品种,通过知识产权转让或共同开发的有59

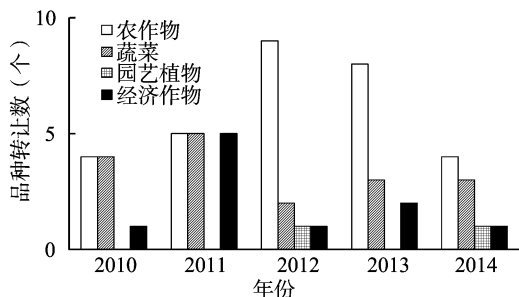


图4 2010年以来不同作物品种转让情况

个,转化率为45.38%,还有54.62%的成果没有被转化。从转化的成果来看,主要集中在农作物和蔬菜,尤其是南粳水稻系列,在江苏省全面覆盖,但值得注意的问题是后期的稻瘟病频发,将在很大程度上影响下年度的示范应用。苏崎茄子和秀玉苦瓜以及金陵系列番茄在各地的种植反响较好,但多数地方存在着免费提供种苗的问题,如果后续服务跟不上,可能会出现断档的情况。园艺方面转化率一直都较低,除了杜鹃和金陵黄枫外基本无转化。油菜1818在江苏省东台市等地的种植效果较好,但也是免费提供种子。根据《中国农业知识产权创造指数报告(2015)》,转让率则仅为1.92%~2.86%,虽然位居全国农业科研单位转化率榜首,但过低的成果转化情况仍然反映了培育的新成果更多留在了实验室层面,没有更好地转化为现实生产力。

4 加快农业科技成果转化的对策建议

综合上述农业科技成果转化分析,如何加快自有成果转化为现实生产力,为江苏省乃至全国农业产业发展作出更大的贡献,应从以下几方面考虑。

4.1 构建“一主多元”农技推广体系,完善成果转化链条

科技服务处作为成果推广与转化的职能部门,根据江苏省农业科学院工作统一部署,紧密对接主管推广部门,统筹协调院专业研究所、农业地区研究所、离退休人员和培养的社会力量,与基层推广单位建立良好的合作关系,以新型农业经营主体为载体,以示范户、园区、基地等为推广窗口,辐射带动农户,构建一条完整的成果转化推广体系(图5)。

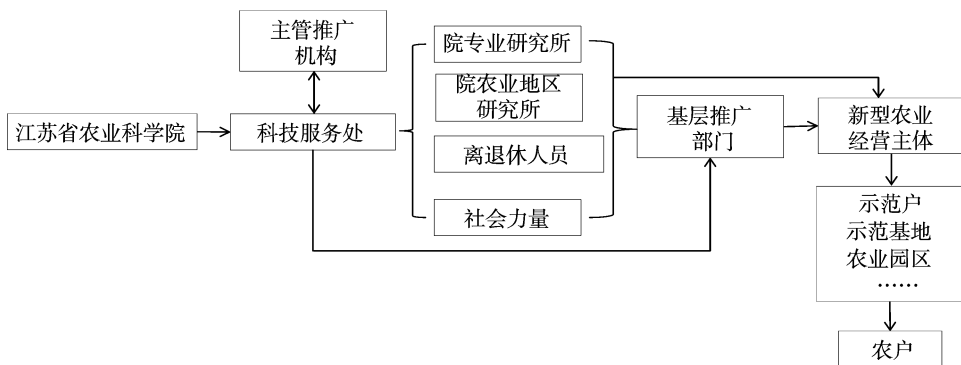


图5 “一主多元”农技推广流程

4.2 多渠道争取科研经费,研发需求型科研成果

农业科技成果转化的先决条件是农业科技成果本身是优质、先进、合理、可行的^[3]。因此,多渠道争取科研项目经费,围绕区域产业、现代农业发展趋势,结合地方经济发展设立科研

项目,培育实用型、适用型,能解决关键技术问题,能提升地方经济发展的农业科研成果,增强科技人员推广成果底气^[4]。

4.3 扩大知识产权工作范畴,健全成果转化运行机制

目前,成果转化多是满足科技人员自身需求,真正农业企

张晋科,韩纪琴. 基于选择试验法的有机食品信任偏好调查——以有机牛奶为例[J]. 江苏农业科学,2016,44(5):583-587.
doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2016.05.165

基于选择试验法的有机食品信任偏好调查 ——以有机牛奶为例

张晋科, 韩纪琴

(南京农业大学经济管理学院, 江苏南京 210095)

摘要:针对我国有机食品行业存在的信任危机,以江苏省消费者为研究对象,以有机牛奶为例,通过选择试验法(choice experiment)研究消费者对有机牛奶的属性偏好,以及不同信任度下消费者对有机牛奶属性偏好的差异。结果表明,消费者对媒体的信任度最高,对销售商的信任度最低。消费者对有机牛奶的安全、营养、新鲜度、品牌、价格、认证、可追溯属性均表现出显著偏好,并对有机牛奶的品牌属性最为重视,相对于国内品牌,消费者更偏好国外品牌。不同信任度的消费者对有机牛奶产品属性的偏好存在显著差异,信任度高的消费者更偏好可追溯属性,信任度低的消费者更偏好安全属性。

关键词:选择试验法;有机牛奶;产品属性;信任

中图分类号: F126.1 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002-1302(2016)05-0583-05

我国作为全球第四大有机产品消费国,每年有机产品销售额为200亿~300亿元,且仍在不断增长^[1]。作为高端消费品的有机牛奶越来越受到人们的重视,有机牛奶产业也在不断发展。在2008—2012年,有机乳制品产量由3 719 t增加至251 611 t,增加了66.7倍^[2]。然而,有机食品产业不断

发展壮大的同时也存在着鱼龙混杂、良莠不齐的现象,消费者无法鉴别牛奶是否有机,且屡屡发生的食品安全事件使消费者对有机食品持怀疑态度,有机食品陷入信任危机。

根据Nelson对商品的分类,有机牛奶属于信任品,消费者在购买后无法准确判断其品质,因此消费者是否购买的关键在于是否信任^[3]。为将有机牛奶从信任品转化为经验品甚至搜寻品,国内外学者进行了相关研究。食品的属性特征影响着食品安全信任机制^[4],如果食品具备质量安全信息、质量安全认证、可追溯性等表征信任属性,且这些信息可通过传递机制向消费者充分披露,则信息不对称引起的市场失灵将得以改善^[5]。消费者对产品属性了解越详细,信任度越高^[6]。目前的研究重点为有机牛奶众多属性中消费者更偏

收稿日期:2015-12-21

基金项目:国家自然科学基金(编号:71073081,71273137)。

作者简介:张晋科(1992—),女,江苏南通人,硕士,主要从事食品安全研究。E-mail:15151813328@163.com。

通信作者:韩纪琴,博士,教授,博士生导师,主要从事农产品供应链管理研究。E-mail:jhan@njau.edu.cn。

业等对成果的需求并不旺,缺乏有效地与科技人员、成果需求单位的有效对接。建议强化知识产权工作范畴,加强知识产权代理申请、商标权代理注册、知识产权价值评估、产权转让代理及咨询服务等方面的工作,建立产权清晰、利益合理分配的运行机制。同时,针对科技成果建立信息共享平台,准确、真实反映成果在行业内先进水平,尤其是对具有重大市场前景的自主研发成果,采取媒体宣传、现场观摩、集中展示等方式发布推广,以便使用者根据自身条件和风险承受能力作出合理的决策,使成果资源得到合理和有效的配置^[5]。

4.4 优化项目管理机制,鼓励科技人员参与成果转化

高效的组织管理机制是有效地整合科技、人才、信息等资源,促进单位出成果、出人才、出效益的基础,具体有以下几点。(1)出台科技服务管理办法,规定科技服务人员的权利和义务,以及在项目申报、职称评聘、职务晋升、考核优秀等激励措施,也要扭转科研单位对科技服务的考核导向,提高科技服务考核分值;(2)项目管理部门要肩负起统筹协调的责任,在示范基地选择、项目实施内容、对接方式等方面全局把关;(3)追踪各类项目,做好前期评审、中期评估、后期绩效评价

各阶段工作,真实反映项目实施效果,以期为下一年度项目立项实施提供参考;(4)鼓励科技人员将科研成果以专利、特许权、技术入股、咨询服务等形式商业化,分享特许经营收益、股权收益和咨询服务收益,提高科技人员参与科技服务与成果推广热情。

参考文献:

- [1]陈永.我国农业科技成果转化的途径及对策研究[D].北京:中国农业科学院,2008.
- [2]陈斐,康松,康涛.试论我国农业科技成果转化的问题和对策[J].科研管理,2004,25(1):23-28.
- [3]苏泽胜,罗志祥,施伏芝,等.关于农业科技成果转化几个问题的思考[J].中国农学通报,2003,19(4):159-161,196.
- [4]甄若宏,郑建初,刘华周,等.农业科研院所科技服务项目运行机制研究——以江苏省农业科技自主创新资金模式创新项目为例[J].江苏农业学报,2014,30(4):890-895.
- [5]何娅丽.建立多样化的科技信息平台推进科技领域的信息共享[J].内江科技,2014(7):9-10.