

政策链接

2024年9月,《贵州省促进科技成果转化条例》修正,明确技术转让可提取不低于70%净收入奖励完成人;作价投资提取不低于70%股份奖励。

2024年9月,《贵州省科技成果转化中试平台管理办法(试行)》印发,明确建设补助按仪器设备(不含场地、厂房)投资额的20%,一次性最高1000万元后补助。

2025年3月,《贵州省促进科技成果转化创新改革措施》印发,明确职务科技成果赋权,成果完成人所有权不低于70%或10年长期使用权。



从实验室走向生产线,科技创新对我省经济增长贡献率达28.9%

科技成果“落地生金”

贵州日报天眼新闻记者 张凌 摄影报道

“高强度镀锌铝稀土合金主缆索股制造关键技术”在世界第一高桥“花江峡谷大桥”实现工程化应用,总用量19万吨,销售收入262亿元;

“高性能非公路宽体自卸车轮胎专项技术”重大成果转化新增销售收入已达7.5亿元,打破了矿用轮胎尤其是巨型轮胎的国外技术壁垒,产品销往全球135个国家,应用该技术的产品在国内市场占有率35%、排名第一;

贵州医科大学省部共建药用植物功效与利用国家重点实验室与贵州益佰、神奇、新天、同济堂、威门、信邦等60多家制药企业建立产学研合作关系,实现成果转化30项,1000万元级以上成果转化3项;

从2022年起,我省每年遴选10项以上重大成果面向全省推广应用,推动产业转型升级。目前,全省已累计实施重大成果转化项目50项,投入专项经费2.88亿元,有力推动了科技成果从“纸上”落到“产线上”。

近年来,贵州锚定“特色科技强省”建设目标,聚焦科技成果转化“最后一公里”堵点,以政策创新破局、以机制改革提效、以产业融合赋能,推动了一批高质量科技成果从“实验室”走向“生产线”。2024年,全省技术合同成交额615.82

亿元,较2020年增长147.2%;科技创新对经济增长贡献率提升至28.9%,拉动GDP增长1.5个百分点。

“不敢转、不愿转、不能转”,是在科技成果转化过程中困扰科研人员和企业的共同难题。近年来,《贵州省促进科技成果转化创新改革措施》等一系列政策出台,在赋权模式、激励手段、国资管理等关键领域对上述难题实现了精准破解。

截至目前,全省已累计完成职务科技成果赋权超500项,作价投资总额达9亿元。为促进政策落地,我省还创新建立了由省科技厅统筹、19个部门参与的政策协调机制,形成了问题征集、研判、解决的闭环流程,累计解决各类政策问题100余个,确保了改革红利的充分释放。

科技成果转化过程环节多、链条长,中试阶段是科技成果转化中最复杂也最具价值的环节。2024年9月印发的《贵州省科技成果转化中试平台管理办法(试行)》明确,对新建平台按仪器设备投资额现值的20%给予最高1000万元后补助支持。

当前,我省聚焦重点产业集群需求,系统布局建设中试平台,已在数智、新能源新材料等重点产业布局省级中试平台15家,累计服务283项成果熟化,直接产生经济效益42.67亿元。

同时,以贵州技术交易市场为核心,我省着力构建“1+9+N”覆盖全省的技术

转移服务网络体系,形成“六步工作(挖掘、匹配、推送、对接、撮合、签约)+两项加持(政策、金融加持)”的技术转移工作规范,显著提升了技术转移服务效能。目前,市场已入驻服务机构72家,展示发布科技成果4762项,挖掘企业真实需求600余项,成功促成110项技术合作与成果转化。

11月下旬在贵阳举办的中国科学院院所成果贵州行活动上,来自中国科学院的8项科研成果与贵州签下产学研合作之

约。这场以“科技引领未来 创新筑梦贵州”为主题的产学研对接活动,正是贵州持续深化科技成果转化、推动创新链与产业链深度融合的一个生动缩影。

随着“科技入黔”战略的深入实施,推动了人才、项目、科研机构等优质创新资源的加速集聚、融合、转化。据统计,2024年,共有164所省外高校、科研院所入黔开展科技合作,179名两院院士来黔开展技术指导、战略咨询、学术交流,引进176项省外科技成果在黔转化落地。



贵州医科大学省部共建药用植物功效与利用国家重点实验室科研人员正在查看相关检测数据。

“悦·遵义”带动全域缤纷出彩 千场文旅活动覆盖千万人次

贵州日报天眼新闻记者 谢国欢

桐梓“村晚”的欢声笑语响彻全城,汇川“星期六音乐汇”的旋律唤醒老厂房生机,正安“村Rock”的吉他声点燃城市烟火……今年以来,遵义市以“悦·遵义”为核心文旅IP,统筹15个县(市、区)打造“一县一品”群众文化品牌,构建“核心IP引领、子IP支撑”的全域文旅发展新格局。

在桐梓县,“村晚”从单一的文艺演出,升级创新为“小村晚+大联欢”模式,预计全年举办活动308场,线下观众突破100万人,网络曝光量超4亿次。今年夏季

“村晚”,主会场九坝镇实现避暑旅居收入38亿元,秋季“村晚”盘活闲置街区葫芦城,签约商户57家,让乡村小舞台成为撬动产业发展的引擎。

在汇川区,“星期六音乐汇”以“露天为幕、音乐为媒”,在1964文化创意园常态化开展27场活动,创新“音乐+非遗市集+咖啡赛事”融合模式。活动推动文创园门店出租率升至96%,新增入驻商家7家,周边商户营收倍增,全网话题阅读量近6000万,让昔日老厂房焕发新生机。

一名专程从重庆赶来的乐迷感叹:“老

厂房玩出新花样!在这里,老工业记忆与现代音乐的融合,感觉特别酷。”

正安县则立足“吉他之乡”特色,打造“村Rock正安文旅吉他SHOW”,举办全国“村Rock”吉他弹唱大赛,吸引24支乐队竞技,累计53万人次观赛,带动餐饮业营收激增330%,酒店入住率峰值达97.2%。“看到我们正安的吉他被这么多年轻人喜欢,作为制琴师,我感到无比自豪。”参赛乐队的吉他手李师傅说。

此外,余庆“贵州斗舞会”成为全国“村舞”赋能乡村振兴等案例;新蒲新区

“群音会”36场活动覆盖20万人次,单场最高带动商圈消费6218万元;红花岗区“烟火红城”系列活动全年引流超350万人次;湄潭县“村歌赛+徒步城”双IP联动,带动民宿入住率从26%提升至85%;务川“村光大道”58场活动线上总浏览量超1亿人次,盘活67家餐饮住宿业态……

从“一县一品”到“全域精彩”,遵义市锚定“红色圣地·醉美遵义”城市定位,通过顶层设计与资源整合,推动各县(市、区)深挖本土文化禀赋,15个县(市、区)各具特色的群众文化品牌,共同构筑起遵义文旅的强大引力场。

文化“搭台”,旅游“唱戏”。2025年,遵义市以千余场群众文化活动为引擎,成功引爆文旅市场,覆盖超千万人次。最新数据显示,2025年1至10月,遵义接待游客总量高达1.29亿人次,同比增长13.72%;实现国内旅游总花费1548.88亿元,同比增长16.63%。

截至目前,肇兴服务区今年营收同比增长108.87%、龙宫服务区入区流量提升32%、服务区充电桩总体投运量同比增长104.58%……

贵州高速集团的这份亮眼“成绩单”彰显出“交通+”模式的显著成效:高速公路服务区成功实现从传统休息区向多元业态综合体的转型升级,路衍经济发展迈出坚实步伐。

在全省44条高速公路上,该集团经营着132对服务区。在创新发展战略推动下,一个个特色服务区打造出炉。比如肇兴服务区,融合苗侗文化、“村超”“村BA”等元素,走上“服务区+文旅+体育”融合之路;天星桥服务区推出非遗展演及传统手工艺体验活动,吸引近万名游客参与;龙宫服务区通过升级改造构建商业综合体,营收增长53.77%……

在服务区功能与品质提升方面,该集团同步推进硬件升级与智慧赋能。比如,充电设施建设提速,截至9月底已完成57对服务区的充电桩提质扩容,提前达成充电车位占比目标;国庆期间投入运行的充电枪达1250把,同比增长超一倍,极大提升了新能源服务保障能力。同时,“服务区+”数字化管理平台的应用使应急处置效率提升30%,危化品车辆违停智能检测准确率96%。该平台还作为“全国数字交通典型范例”向吉林、河北等省份输出。此外,57个“司机之家”和149个母婴室完成升级改造,优化了司乘的出行体验。

在能源供给方面,服务区正向油、电、气、光多能互补升级,毕威高速早莲花服务区零碳试点项目获评交通运输部零碳试点。在桥旅融合上,依托坝陵河桥梁博物馆开展系列活动,并联动景区打造研学线路与文创产品。此外,成功培育“贵高速·山地房车”旅游品牌,推动了服务区向仓储物流转型,并首创自营咖啡品牌、开设“全国高速甄选专区”及“兴业强县富民专柜”,助力黔货出山。

贵州高速集团相关负责人表示,将继续深化现代化基础设施体系建设,推动“交通+”产业融合发展。

贵阳海关无纸化退税 首单业务完成

本报讯(记者 冯倩)近日,华夏航空股份有限公司通过国际贸易“单一窗口”向贵阳海关所属筑城海关发起退税申请。海关工作人员通过线上审核,仅半天时间华夏航空就收到了退税税款,标志着海关退税“无纸化”正式在我省落地。

据了解,线上“无纸化”方式办理的进口货物税款退还业务,可以将退税信息在海关、国库、银行之间电子化流转,充分利用与税务部门的共享信息,实现海关退税业务全流程线上办理,纳税人直接通过“单一窗口—税费办理—退税申请”模块即可办理,整个业务流程最快一天之内即可完全办结,真正做到了让数据“多跑路”,群众“零跑腿”。

“一区一策”精准营销 仁怀开展产区+产品全国推介行动

本报讯(记者 陈颖)近日,“仁怀酱香·醉美江城”武汉站推介会举行。至此,仁怀市产区+产品全国推介行动已相继登陆上海、宁波、银川、成都、佛山、乌鲁木齐、武汉以及巴黎8座省外(境外)城市,一张覆盖长三角、西北、华中区域,联动海内外的推广网络已然成型。

武汉站推介会是仁怀酱香在华中市场的重要亮相,聚集了黔鄂两地政企代表、行业协会负责人及40余家赋码认证酒企代表。活动现场,每瓶参展酒品均搭载“数字身份证”,消费者扫码即可查询生产工艺、质检报告、储存记录等全生命周期信息。中国酒类流通协会会长秦书亮表示,这一“品质通行证”的推广,让酱香酒消费从经验判断转向了数据佐证。

据了解,在产区+产品全国推介行动中,仁怀采用“一区一策”的精准营销策略,比如在长三角市场主打高端宴请系列,适配商务消费需求;在西北市场强化口粮酒供给,突出高性价比优势;在武汉站则兼顾宴席用酒、小瓶品鉴装等多元场景,全面覆盖不同消费层级。这一策略背后是“赤水河谷 中国酱香”区域品牌的坚实支撑,这也是工业和信息化部首批“中国消费名品”中唯一的酒类区域品牌。目前,仁怀29家企业组成了该区域品牌的核心矩阵梯队。

在全国化布局的同时,仁怀酒企的出海步伐同步提速。比如仁怀酱酒集团在香港澳地名酒馆,首发采用“陶坛+橡木桶”双藏工艺的酱香威士忌,以创新工艺打通东西方味觉壁垒,加快仁怀从“产品输出”向“产区IP输出”的战略跨越。

责任编辑:胡卡妮 刘杰 版式设计:查雨施 张睿

公益广告

全民消防 安全至上

安全用火 点亮生活 规范用电 照亮明天