



这个科技领域的职业风口正蓄势待发……

年轻人养生“新势力”崛起 打开康养消费新空间

“技术如何匹配公司产品”“具体怎么转化”……在中国科学院合肥物质科学研究院，技术经理人王辉深入解释某项激光雷达技术专利的适用性，并就市场运营给出建议，着力促成专利拥有者刘东教授和某环保企业合作。

不让科技成果“躺在图书馆睡觉”，帮助其转化为现实生产力，这是技术经理人的主要工作。

技术经理人的概念可追溯到改革开放初期。当时，来往于上海与长三角城镇企业之间对接技术需求的“星期天工程师”，便是其雏形。40多年来，这支队伍不断壮大。

既要“挖宝”也要“挖需”

服务科技成果转化，并非易事。王辉说，6月初，这家环保企业负责人找到他，希望找到能够测算碳排放的激光雷达技术。为此，他密集走访了中科院合肥物质科学研究院安徽光学精密机械研究所，耗时一个多月，才找到能实现该技术的刘东教授团队。

期间，王辉为双方安排了5次面谈。8月下旬，双方终于达成合作意向。若这项技术得到成功运用，有望给该企业带来超千万元收益。

一边在市场中“挖需”，一边在实验室里“挖宝”——王辉的工作正是技术经理人的日常。兼职做技术经理人2年多来，王辉促成了20多项科技成果转化落地。他所在的合肥市，技术经理人正以“加速度”促进科技成果转化。

来自国家技术转移人才培养基地安徽创新馆的数据显示，今年以来，安徽创新馆已组织700多名技术经理人，挖掘了140余项企业技术需求，促成成果转化项目签约金额超50亿元。

不只是在合肥。

在浙江杭州，技术经理人程行坤带领团队，连月走访杭州华澜微电子股份有限公司，促成其与杭州电子科技大学樊凌雁团队达成技术转让合作。基于樊凌雁团队研发的一种超大固态硬盘实现方法，公司研发出包含加密模块的集成电路芯片和技术方案，已实现创收超亿元。

在陕西西安，技术经理人孙卫增为西安理工大学教师李峰研发的一种新型复合材料规划了“运动用品”的转化路径，福建匹克公司以360万元购买了该技术……

据不完全统计，截至2022年，国家技术转移机构共420家，从业人员近5万人。其中，大部分从业者均为技术经理人，他们辗转科研院所和企业之间，为技术服务市场出谋划策。

助力跨越科技成果转化“死亡之谷”

技术经理人的多重角色？我们可以通过两组数字来理解：

在科技领域，从0到1，代表研发突破。从1到100，代表科技成果转化进入市场。但科技成果转化往往要经历漫长且复杂的对接、试错和迭代过程。这个中间过程，被形象地称为科技成果转化成为生产力的“死亡之谷”。

近年来，我国科技创新成果丰硕，但仍有相当部分成果难以跨过“死亡之谷”，无法实现产业化。

根据国家知识产权局4月份发布的《2023年中国专利调查报告》，2023年，我国发明专利产业化率为39.6%，虽较上年有所提高，但与发达国家相比还存在一定差距。

在中国科学技术发展战略研究院助理研究员王晓旭看来，究其根本，是供需信息不对称。很多科研人员不知道技术成果的应用价值，发表完学术论文或者申请专利成功后，就让技术

成果“躺在图书馆睡觉”，但其中一些成果恰恰是当时市场最需要的技术解决方案。

技术经理人正是帮助跨越信息盲区的关键力量。他们一头连着科研院所，一头连着市场和产业，有效解决了信息不对称、技术成果定价难等问题。

“和技术掮客不同，技术经理人不只是科研院所和市场之间的沟通桥梁，他们要介入科技成果转化全过程，提供筛选成果、对接融资等全周期的专业服务。”商务部研究院副研究员庞超然说。

对此，安徽大学物质科学与信息技术研究院研究员王绍良深有感触。

原来，王绍良研究团队和同事单磊教授去年自主研发的“量子计算用国产极低温稀释制冷机”技术，解决了量子计算等领域极低温稀释制冷机完全依赖进口的难题，却一度面临找不到市场的窘境。关键时刻，技术经理人黄叙新及时帮助团队申请帮扶政策，找到投资机构，设计股权架构。

目前，王绍良项目团队已成立公司，与北京、深圳等多所科研院所达成合作。“我懂技术，却不懂市场和经营管理。若不是技术经理人帮助，这项技术很可能难以得到市场应用。”王绍良坦言。

记者了解到，科研院所中科技成果转化潜力较大。以江苏为例，2017年以前，高校的科技成果转化收入仅占科研总收入的5%左右，大量科技成果尚未得到转化。

“作为连接创新链与产业链的关键纽带，技术经理人将有力促进科技成果转化落地，有效唤醒科研院所中‘沉睡’的科技成果。”庞超然说。

技术经理人正迎来发展“新风口”

未来，我们需要什么样的技术经理人，更好服务科技成果转化？

在浙江大学技术转移中心副主任徐啸看来，技术经理人要具备和企业、科研人员深度对话的能力。从长期来看，业内更需要能够懂政策、金融、技术、法律、营销等各个环节的“复合型人才”。

国家统计局数据显示，截至2023年末，全国有效发明专利499.1万件，比上年末增长18.5%。有效发明专利高速增长，为技术经理人施展才干提供了广阔土壤。

高素质的技术经理人正在成为地方争抢的“香饽饽”。

武汉提出未来3至5年力争培养1万名技术经理人，成都将用3年时间培养和引进300名中高级职称技术经纪（经理）人，杭州钱塘区部署用3至5年时间培养和引进1000名专业技术经理人，建立紧密合作型政校企关系，提升科技成果转化效能……

目前，超过10个省份将技术经理人纳入职称序列，许多省市将技术经理人才列入“十四五”紧缺人才开发目录，北京、陕西、成都等省市出台了推动技术经理人队伍建设的行动计划，认定工作指引等专项政策。

为吸引更多高素质人才投身技术经理人行业，王晓旭建议，建立技术需求发布、对接预约、项目签约等全流程留痕机制，为其佣金分配提供保障。推动科研院所建立科技成果转化与职称评审、岗位晋升紧密结合的考核评价体系，畅通晋升通道。

“随着新一轮科技革命和产业变革加速推进，技术经理人将迎来发展‘新风口’。”庞超然说。

新华社“新华视点”记者 魏玉坤 马琳瑞 李平



金秋收获忙

9月18日，河北省遵化市铁厂镇农民在果园采摘甜梨。金秋时节，瓜果飘香、田野金黄，农民抢抓晴好天气，收获劳动果实。

新华社记者 刘满仓摄

四川仁寿县：让群众实现“家门口”就业

中秋已过，国庆临近。在四川省眉山市仁寿县，四川省川卤相伴食品有限公司迎来“金九银十”订单旺季。生产车间里，35岁的工人廖文娟正在生产线上包装食品。

“在这里工作离家近，既能挣钱，又能照顾老人、孩子。”廖文娟说，她是仁寿县本地居民，当地不少人像她一样，实现了在“家门口”就业。

有120万人口的仁寿县，是四川传统的劳务输出大县。过去，很多群众到东部沿海地区务工。党的十八大以来，西部地区农产品加工业、制造业、服务业等产业加快发展，经济总量进一步提升，对群众就业的吸纳能力大幅增强，越来越多的群众在家乡、省内就近就业。四川省统计局数据显示，2023年四川省地区生产总值突破6万亿元，全省共转移输出农村劳动力2659.37万人，其中省内务工1547.59万人，省外务工1111.78万人。

越来越多的企业落户仁寿县，吸纳了大量本地劳动力就业。四川省川卤相伴食品有限公司负责人刘静介绍，公司生产300多种卤制食品，分拣、加料、包装、配货等许多环节都有用工需求，带动了200余人就业。

在四川省饼之源食品有限公司，正在打包饼干产品的仁寿县富加镇居民张建英说：“过去家乡经济发展和东部沿海地区相比，差距比较大，我们只有出去才能找到打工机会。现在家乡经济发展很好，工资待遇也和东部沿海地区差不多，还可以照顾家庭，我们完全可以在家乡务工。”

过去在外务工的农民工，开阔了眼界，学到了技术，也积累了一定资金。仁寿县顺势推动其返乡创业，以创业带动就业，不断汇聚成巩固拓展脱贫攻坚成果、助推乡村振兴的新动能。

今年49岁的仁寿县新店镇黄祠村村民董晓勇，因为在有东部地区做物流工作的经验，2019年在家乡成立了绿色原野农业专业合作社，通过电商售卖当地柑橘、李子等水果。村民只需在电脑上接单收钱，合作社负责品控、包装和物流，有效降低了村民的物流成本。他还当起了村里的“电商导师”，对有意愿的年轻人进行培训，经过5年发展，带动了一批村民积极发展电商。

目前，仁寿县有2.8万余人返乡创业，带动就业10万余人，已成为助推县域经济发展的重要力量。

帮助企业招工、促进群众就业，离不开政府部门更加贴心的服务。“企业引进来，我们要做的就是搭好台，将岗位送到群众家门口。”仁寿县就业服务中心负责人表示，相关部门精准掌握企业用工需求和岗位特点，通过举办线上线下招聘活动、

走村入户“送岗上门”等多种方式，促进用工企业和务工群众对接，实现产业发展和就业稳岗“双丰收”。

为提升务工群众的就业竞争力，仁寿县还根据群众意愿和市场需求，开展技能培训。在仁寿县陵州职业培训学校的“中式烹调师”培训班课堂上，培训老师正仔细地指导学员们烹制一道道川菜。

今年以来，仁寿县结合当地实际情况，指导就业培训机构收集群众意愿和市场需求信息，按照就近原则，将技能培训送到社区、送进乡村，让更多群众在“家门口”接受培训。截至目前，已开办电商直播、母婴生活护理、烹饪、养老护理等培训班。

“现在县城餐饮消费很旺，我们学习了厨师专业技能，以后找工作更有底气了。”参加“中式烹调师”培训班的学员王贵忠说。

新华社记者 陈健

电商平台上，年轻女性成为保健品消费主力军；中医医院里，百合红枣八宝饭、姜黄肉桂奶茶等“国潮养生品”广受年轻人欢迎；日常生活中，各类补剂成为许多年轻人“第四餐”……相关研究报告显示，2023年我国保健食品消费者人群中，25岁至40岁占比达39%，超过了51岁以上群体31%的比重。

年轻人缘何涌入健康养生市场？养生“新势力”又会激发哪些康养消费新活力？记者进行了调查。

年轻人掀起“养生热” 市场前景看好

透明的塑料袋子里，7个药片整齐排列。“紫色片剂是蓝莓提取物，能够补充眼部营养；软胶囊包含乳酰型DHA和羟基酪醇，激活大脑提升工作效率……”31岁的天津女职员李彤如数家珍，“这都是搭配好的，一天一包随餐吃，不容易忘，也很方便。”

随着健康经济、颜值经济兴起，越来越多年轻人尤其是女性消费者成为健康养生品的忠实消费者。《2024女性营养健康食品618消费洞察报告》显示，近5年淘宝天猫和京东平台女性营养健康食品的线上市场年均复合增长率高达15.5%，主要客群为“85后”已婚已育用户。

随着中医文化的广泛传播，“国潮养生”成为年轻人日常康养的新选择。

今年夏天，不仅晒背和三伏贴在年轻人中间“火”起来，“中医馆打败奶茶店”也冲上了微博热搜。针对年轻人的喜好，不少中药房推出特调的奶茶和酸梅汤，有的还搭配上药膳。山东省中医院均价2元一副的“中药茶饮”方剂，线上线下日均开方超3000副；浙江省中医院因“1元酸梅汤”线上订单过多服务系统崩溃，通过微博在线“求饶”。

成都市第一人民医院针对不同节气分别研发推出了特色中药药膳，“其中一款姜黄肉桂奶茶销售很火爆。”该院临床营养科副主任刘言说，“特色中药药膳非常受欢迎，年轻人也很喜欢。”

健康养生消费年轻化趋势，推动保健品行业向上发展。市场机构艾媒咨询的报告指出，中国保健品市场规模近五年来一直保持稳步增长，预计2027年有望达到4237亿元。

需求升级、供给提质激发年轻人康养消费活力

在传统观念中，“康养”一词似乎是“中老年”专属，年轻人为何纷纷加入“养生局”？

“《‘健康中国2030’规划纲要》等系列政策促进了全民健康意识的提升，年轻人对自己的身体状况有了更多、更为科学的关注。”中国社会科学院食品药品产业发展与监管研究中心主任张永建说，教育生活水平提升、科学健康信息的获取更方便，以及慢性疾病年轻化案例的警示等，让越来越多年轻人更加注重健康方面的自我管理。

国家统计局数据显示，2023年我

云南景迈山：千年茶事今更盛

雨后初晴的景迈山，云雾渐散去。翁基古寨从静谧中醒来，家家户户趁着出太阳，把茶叶拿出来摊晾。

景迈山位于云南省普洱市澜沧拉祜族自治县惠民镇。公元10世纪以来，布朗族先民发现野生茶树，逐步形成了对当地森林生态系统的独特认识，其后与傣族等民族一起，探索出林下茶种植技术。历经千年的保护与发展，茶山形成了独特的文化景观。

连日下雨，加上民宿生意好，村民扎约还剩最后一批秋茶顾不上采收。趁着天晴，扎约邀上寨里三五亲友，一同和他进山采茶。走出寨子没多远，就是扎约家的古茶园，在高大的乔木下，茶树高低错落与山林融为一体。

这种“山共林，林生茶，茶绕村”的独特景观结构见证着景迈山的千年茶事。2023年9月17日，“普洱景迈山古茶林文化景观”正式列入《世界遗产名录》，成为我国第57项世界遗产，也是全球首个以茶为主题的世界文化遗产。

“民宿加餐饮的收入已经超过卖茶叶的收入了，但春秋两季再忙也不忘采茶。”扎约和几位茶农在林中灵活穿梭，一会儿就采了满满几背篓鲜叶。

在景迈山，茶叶已融入村民的日常生活，婚嫁嫁娶、商讨要事、化解矛盾，都离不开茶。

扎约家的三层老屋经修葺，取名“约见茶餐居”开门迎客。“‘茶餐居’三个字就是住我家的三种体验，简单好记。”扎约说，大部分游客来到景迈山，都是来喝茶的。他将当地美食与茶结合，茶叶炒蛋、茶叶煮鱼、茶叶烩牛肉、茶糕……一桌丰盛的“茶餐”令游客赞不绝口。

随着申遗成功，景迈山知名度持续扩大。越来越多的茶友、游客来到这里，给景迈山的茶产业发展带来了新的增长点。当地数据显示，自2023年9月

国人均医疗保健消费2460元，同比增长16%。《2023中国新消费趋势白皮书》显示，超四成“00后”购买过功能性保健食品或保健仪器，三分之一的“00后”“95后”购买过营养补剂。

随着年轻人康养消费不断升级，健康产业头部品牌和新兴企业都在加大产品研发，在消费者服务上下功夫，从供给侧为年轻人提供多元化、高质量的产品和服务。

拜耳医药保健有限公司亚太跨境电商及中国区境内电商副总裁万妍婧介绍，年轻人生活忙碌，“零食化”“轻量化”成为年轻人选择健康养生品的重要方向。对此，安琪纽特、汤臣倍健等品牌都在加快布局，功能性食品品牌“美那那”推出的富铁软糖、叶黄素酯软糖等产品，受到年轻人普遍欢迎。

供需有效互动激发年轻人康养消费新需求的同时，各类社交媒体、短视频对生活话题的广泛传播，也助推年轻人康养消费渐成风尚。西南财经大学消费经济研究中心副主任叶胥说，年轻人喜欢追求时尚和个性化，有时候可能仅仅是为了追逐一个热点就去排队打卡。

规范行业发展 以高质量助推“产业旺”

当前，年轻人康养消费需求旺盛，市场蓬勃发展，但行业相关标准仍需进一步完善，监管也需不断加强。

中国消费者协会不久前发布的《健康产业消费趋势发展报告》指出，健康产业中仍存在一些为了追求短期利益，采取不正当竞争手段，侵犯消费者合法权益，扰乱市场秩序，损伤消费者信心的产业发展“蠹虫”。

该报告建议，建立完善质量管理体系，严守产品质量安全底线。从原材料采购到成品出厂，均经过严格的检验检测程序。利用现代科技手段不断改进生产工艺，提高产品质量，确保消费安全，不断向消费者提供高质量产品和高品质服务。

在万妍婧看来，年轻“专业消费者”“成分党”的不断增加，对行业提出了更高的要求。“许多年轻人不仅会从社交媒体上获取保健食品成分信息，还会查阅权威期刊论文，并十分关注服用保健食品后身体指标的改善。”万妍婧说，“这就要求企业必须生产出更多更有竞争力的产品。”

“年轻人‘花式’养生涉及的产品和服务种类繁多，在快速发展的过程中必须加强行业监管，不要让康养消费新场景变成消费‘新陷阱’。”叶胥表示，企业针对年轻人康养需求开展产品和服务创新的同时，监管部门也要持续发力，督促企业严守产品质量安全底线，不作虚假宣传、不夸大产品效果、不误导消费者，营造诚实守信的消费环境。

多位业内人士分析，行业规范化程度和准入门槛进一步提高，将对康养产业的长期发展和竞争格局产生积极影响，有助于相关产业做大做强。

新华社记者 梁坤 胡旭 董小红

云南景迈山：千年茶事今更盛

以来，景迈山共接待游客40.2万人次，同比增长33.52%，实现旅游收入3.38亿元，同比增长184%。

除了传统的品茶香、观茶山，在当地政府的支持和鼓励下，景迈山开启了茶旅融合的新赛道，以“庄园+体验+游学”的模式发展乡村旅游，更多围绕茶的新业态逐渐出现。

“只要提前预约，游客就能有原汁原味的采茶、晒茶、制茶体验。”澜沧景迈山傣茶业农民专业合作社代表尹一然说，这种模式提升了景迈茶的附加值，拓宽了销路，增加了收益，也让更多人能深度了解景迈茶文化的魅力。该合作社注册社员从多年前的34户发展到如今的86户，辐射带动村民超150户，2023年合作社总收入超300万元。

围着火塘吃烤茶，对布朗族人来说，是祖祖辈辈传承下来的生活方式，更是待客之礼。火塘边的茶事，如今也有了新发展。古寨里走不了几步，就有一个罐烤奶茶摊。

在女儿的建议下，58岁的布朗族奶奶们从今年3月开始，在家门口做罐烤奶茶。将甘甜的山泉水烧开，同时把炭火中的炭灰和茶叶放入葫芦瓢内摇动翻搅，待将茶叶烤香，捞出木炭，将茶倒入陶罐加入鲜奶，还可加入枸杞、红枣、蜂蜜、红糖、玫瑰花等配料在炭火上一同煮沸，一杯茶香四溢的罐烤奶茶就做好了。

“香气浓郁，配料纯粹，比城市里的奶茶好喝。”来自河南许昌的自驾客徐珂说，罐烤奶茶既能让游客感受传统茶俗、茶礼，口味也能让更多人接受。

夜幕降临，众人围坐火塘边。“春风吹来了布朗山，山茶花香飘万里……我要亲手采摘这茶叶，献给我心爱的人。”扎约手持小三弦，边弹边唱，用音乐向远方来客讲述着景迈山的千年茶事。

新华社记者 赵佩然