

已成功举办8届，直接参赛学生累计14.7万人，参赛企业300余家，近3000名获奖学生被企业优先录用

大学生科技节：擦亮山东“双创”服务品牌

□陈川



第八届山东省大学生科技节活动现场，参赛学生正在进行作品展示。

对山东工商学院应届毕业生刘海锐而言，2016年在他的青春中有着特别的意义。这一年，他离开校园步入社会，选择在青少年创新教育领域创业，并迅速在国内同行业占有一席之地。

这位刚刚走出校门才不到半年的年轻人，其项目团队特请了北京大学、山东大学知名教授作指导，还与北京大学、山东大学联合建设在线互动课程，为山东10余所中小学提供了5000余课时的创新课程，出版了6册青少年ICAN+创新创意指导丛书，中标烟台中小学综合实践基地和济南市青少年创客中心建设项目，为北京大学、东北大学、解放军理工大学、西安交通大学等全国20余所高校提供教学套件……

都说创新不易创业更难，缘何刘海锐就能在创业创新的大道上一路狂奔？

这个答案里，除了个人的才华和汗水，他还得益于一个好平台——山东大学生科技节物联网创造力大赛。仅2016年一年，就有3.6万名与刘海锐一样的大学生直接参加了山东省大学生科技节39项赛事，覆盖全省所有高校。自2009年山东省科协举办首届赛事至今，在前8届大学生科技节中，直接参赛学生累计达14.7万人，获奖选手2.38万人，直接参赛企业累计达到300余家，近3000名获奖学生被企业优先录用。大学生科技节已经成为山东省创新创业领域的一块金字招牌。

学生创新创业舞台

8年14万大学生才华绽放

“从大学生到步入社会的青年，这个过程需要学习很多，磨砺很多。如果有一个良好平台为依托，则可以少走很多弯路。物联网创造力大赛就是这样平台，在我创新创业的路上给我指明了正确的方向。”回顾自己的大学时代，刘海锐不禁感叹。他深刻体会到一个好平台的重要作用。从2014年开始，他持续参加物联网创造力大赛，“实验室中度过了近乎全部的大学业余时间”，最终收获了创业的喜悦。

有着相似经历的还有山东大学2016届毕业生邓瑞恒。从大二开始，他陆续注册成立了启涯教育和艺云谷科技两个公司，做过山大家教O2O小平台，也尝试做过网校技术服务商。尽管没有成就一家有持续发展力的好企业，但他并未放弃创业梦想。2016年上半年，他申请连任山大创业俱乐部理事长，并将俱乐部的宗旨改为创业服务。9月秋招季，他又牵头发起成立“岭鹿研习社”。如今，邓瑞恒还在筹建“岭鹿教育基金”和“岭鹿书院”。“成人达己”成为邓瑞恒新的创业方向和人生信条。

在过去的8年中，还有数以万计像刘海锐、邓瑞恒一样的山东大学生通过科技节这个舞台放飞创意、融入社会，在创新创业大潮中劈波斩浪。山东大学生科技节这一品牌作为省科协在全国范围内的创新，其涉及范围之广、参赛规模之大、影响之深，不仅出乎大众的期望，甚至超出了主办者的设想。

山东省科协学会服务中心负责人刘利印介绍，第一届大学生科技节开幕式是2009年4月在山东大学举行的。当时正值创新意识受到广泛关注，山东省科协顺势而为，以培养创新型人才作为时代赋予自己的职责，为培养大学生的创新意识做好服务。而此前，科协所属部分省级学会在组织高校学生竞赛方面已经有过自发探索，取得了一些经验。但单个学会单打独斗组织竞赛的方式，无论从主办单位的人、财、力等方面，还是对创新导向的把握，都存在一定的局限性。多方研究筹划后，山东省科协发挥横向联系广泛的优势，决定举办“山东省大学生科技节”，以此为抓手，对大学生进行创新创业教育。

8年时间里，主办单位从山东省科协独立

主办发展到联合省委高校工委、团省委、省发改委、省经信委、省教育厅等6家单位共同主办；赛事活动由创办伊始的8项扩大至2016年的39项，覆盖全省所有高校。大学生科技节的影响力不仅覆盖全省，还波及全国。以39项之多的齐鲁大学生服装设计大赛为例，2015年刚启动就吸引了31所省外高校参与进来，最终全国46所院校报送的136份作品入围决赛。

2016年12月29日，2016年山东省大学生科技节工作座谈会在济南召开。会议在总结成功经验的基础上，一致同意要进一步扩大科技节影响，打造科技节品牌。山东省科协学会服务中心副主任王晶介绍，山东大学生科技节已经名声在外，“这次我们受邀去日本考察，双方就交流了共同举办大学生赛事的可能性。”

产业人才选拔擂台

3000学子被企业优先录用

“我们已经把大学生科技节上的创意成果转化为了产品。”企业导师、山东征途信息技术有限公司副总经理许伟介绍，作为大学生科技节冠名企业，他们也真正受益于这个项目。目前，他们把大学生科技节上出现的传感技术应用到了污染监控和交通监控领域。通过应用学生发明的传感技术，可以准

确捕捉车辆到达位置以适时开启监控设备，同时也可以监测废气废水排放防治环境污染。许伟透露，目前这一传感产品已经应用到菏泽、泰安、聊城三地的环保监测中。

同时，也有一些好的创意由于缺乏保护未能顺利孵化成产品、产业。据了解，早在滴滴打车软件出现之前，高度类似的技术雏形就曾经出现在山东物联网创造力大赛的舞台上，可惜的是当时学生法律意识不够强，并未进行专利保护。如今，随着科技节上涌现的科技成果越来越多，各方也已经注意到专利技术和创新的产权保护问题。山东大学教授、山东省物联网创造力大赛主席、山东大学现代通信技术研究所副所长邢建平介绍，2016年600多支参赛队伍中有一半在赛前已经进行了专利保护。他认为，科技节能够提升学生的学习力、创造力、组织力、执行力和表现力，丰富了他们的情商、智商、灵商和行商。

在科技节惠及企业的同时，高校科研也从中受益良多。企业导师、积成电子股份有限公司智慧能源部长王萌介绍，通过参赛，公司投入巨资建设的自有物联网平台面向山东大学设备环境监测学科免费开放使用，大大促进了相关科研课题的推进。

据山东省科协党组成员、副主席纪洪波介绍，随着参与企业数量增加到300多家，与产业的更紧密结合正成为山东省大学生科技节的一大特色。2016年第八届大学生科技节融入了更多的创新创业教育及引导元素，积极探索将大学生科技节做成教育与产业、高校与企业共同培养应用型人才的平台。更加注重以企业用人需求为导向，合理设置大学生科技节赛事内容。

为了打造大学生科技节2.0版，他们还大力推广企业导师制度，聘请行业企业的领军人物直接做大学生的校外导师。以山东物联网创造力大赛为例，不仅多数课题方向来自企业一线，70多位大赛评委来自企业的占了三分之二，高校和学会的仅占三分之一，充分调动了企业的积极性。

与产业和企业的紧密结合，也大大提高了学生就业的成功率。2016年，大学生科技节项目举行，路演程序还没走完，几个学生团队就被在场的浪潮集团高层紧急“抢订”了。

科协搭建转型平台

学会服务创新活力迸发

回顾大学生科技节走过的8年，创新、转

型、改革成为活动越做越大、越办越好的关键词。

8年前，大学生科技节创办的背景和需求有了，但没有科协的学会优势，没有创造性地提出“板块组合”办会模式，再美好的设想很可能仍然是设想。2009年时，省科协所属省级学会数量已达130余个，分布于农、工、理、医、综合交叉学科各个领域。科协具有横向联系广泛的优势，而各学会具体承办各类赛事又具有权威性高、公信力强、号召力大的优势。但学会多了，也面临受众广、规模大、涉及单位和环节多的问题，山东科协最终将“科技节”的实施路径定位为板块组合的方式。即由科协组织申报、统一评估，确定当年“科技节”的赛事板块和相应承办单位，由省科协与各承办单位签订合同，对各板块的举办时间进行协调，对赛事质量进行控制。同时对大赛的背景风格、主题及logo进行统一。具体组织实施由各赛事板块的承办单位来承担。这样，确保了“科技节”分而不散、忙而不乱，使各参与方在良好的沟通和协作中顺利完成当年的整体赛事任务，并形成品牌和规模效应。

这8年也是科协组织加快改革的转型期。科协及所属学会为科技工作者服务，为创新驱动发展服务，为提高全民科学素质服务，为党和政府科学决策服务的能力全面提升。也正是在改革的背景下，在开放、共享的发展理念下，省科协一直以开放、合作的态度，与相关部门充分沟通，寻找合作契机。省委高校工委、团省委、省发改委、省经信委、省教育厅等陆续加盟，成为“科技节”的联合主办单位。这些单位形成合力，为“科技节”的持续举办、良性发展擦亮了品牌。

随着科协事业的不断创新，大学生科技节活动也一步步升级。2013年，省科协所属的科技培训中心更名为学会服务中心，重新定位学会服务，并负责大学生科技节的具体组织工作。各所属学会也纷纷展开服务转型，大学生科技节快速发展成为拥有39项赛事、覆盖全省所有高校的品牌盛事，再次展现了改革创新的精神力量。

山东省科协党组书记、副主席王春秋认为，实践证明，大学生科技节在全省高校和大学生中是具有影响力和凝聚力的活动。科技节为社会各界和企业用人提供了重要平台，为大学生就业创业提供了发展机遇，在全省高校中营造了崇尚科学、勇于创新的良好氛围，正吸引越来越多的社会各界人士广泛参与和关注。

省科协“创新争先行动”助力创新型省份建设

2月28日，由省科协制订的我省“创新争先行动”实施方案在当天召开的省科协八届四次全委会上获得通过。

方案明确提出，“十三五”期间，面向我省科技界特别是基层一线科技工作者，在前沿探索、短板攻坚、成果转化、社会服务4个方面，确立10个重点项目，采取政策引导、项目资助、以奖代补等措施，激励优秀个人和团队脱颖而出，使科技工作者在“创新争先”中实现自身价值、形成示范效应。

据了解，“十三五”省科协“创新争先行动”首要任务是搭建高水平学术平台。围绕我省重点学科和重点领域，每年择优资助一定数量的前沿高端学术会议在鲁召开，组织省内高校、科研单位的科技人才对口开展学术交流。推荐我省优秀科学家有组织、有计划地进入全国学会等科技组织担任职务；在重大基础研究成果奖励、搭建科技成果转化平台和建设开放型科技成果转化平台上，省科协也将做出努力，为科技成果转化引入市场路径。

在人才建设上，省科协将实施“青年人才托举工程”和“海智强鲁工程”。一方面推动青年科技工作者成长成才，造就一批进入科技前沿的青年学术带头人，一方面有计划、有针对性地引进急需的、有潜力的高端科技人才，并编制《科技人才引才目录》，将前沿领域顶尖科学家、最有潜力青年科学家、海外华人科学家等“高、精、尖、缺”人才录入数据库。

“十三五”期间，省科协还将组建山东省创客协会，重点培育创客空间，开展创新创业培训教育，孵化众创空间等专业化机构，促进高端科技创新成果在我省转化落地。另外，省科协还将搭建高层次科普平台，深入开展社会化科普活动；组建山东省创新战略研究院，设立决策咨询成果奖，激励智库专家及广大科技工作者，深入开展调研，为党委和政府科学决策提供人才智力支撑。（刘玮）

省科协明确

2017年八项重点工作

为推动科协深化改革和创新发展，近日，省科协主席办公会议研究确定2017年省科协8项重点工作，一是强化全面从严治党，从严管理干部；二是细化落实省群团改革方案、科协系统改革实施方案；三是扎实推进科技馆新馆建设；四是开展科技工作者日系列活动；五是实施创新争先行动；六是指导科技类学会做好承接政府转移职能工作；七是加强科普信息化建设；八是建设科技科普智慧库体系。

会议强调，省科协8项重点工作是在全省科协系统或全局工作中具有重要影响和引领示范作用的创新性工作，要充分发挥重点工作的引领作用，加强统筹协调，以重点工作带动科协整体工作上水平。要正确处理重点工作与其它工作的关系，在科协“一盘棋”思想指导下，既做好重点工作，又保质保量完成好其它工作任务。（刘玮）

保健品行业的“守塔人”

——记第6届山东省科普奖获得者田晓庆



□郭春雨

圆圆的脸蛋，大大的眼睛，一笑露出两个浅浅的小酒窝——这样一张娃娃气的脸上，却长着一双“火眼金睛”。市面上琳琅满目的保健品，不管包装多么高大上，只要经她一瞧，真假立刻显现。她就是山东省保健科技协会秘书长田晓庆。她表示，现在行业内确实还存在着很多乱象，而保健科技协会，就是要在行业的迷雾中树立起灯塔，而她，就是灯塔上的一名“守塔人”。

从“初生牛犊”到行业“大拿”

天气好的时候，随便在哪个小区里遛遛弯，不难感受到老人群体的日渐增大。

一组数据更说明问题：“十二五”时期，中国60岁及以上老年人口占比达到16.1%，劳动年龄人口趋于老化，到2030年，45—59岁大龄劳动力占比将达到36%左右。未来15年是中国老龄化的加速时期，平均每年新增596万老年人人口。而随着家庭小型化和人口老龄化趋势的加快，独居老人的数量也呈增长态势。

庞大的老年人口带动了保健品行业的快速发展，目前已有上万亿的体量，且仍以20%以上复合增长率持续增长。行业的快速发展总是带着不可避免的阵痛，保健品行业成了很多人眼中“扑通一下见不到底”的“深水区”。

而田晓庆却非要在“深水区”里扑腾出浪花来。

2008年，从中国海洋大学食品科学与工程专业毕业，田晓庆带着一身初生牛犊不怕虎的倔劲展开了人生的画布：“希望能够通过协会这样的第三方平台，为保健品行业树立标杆，为消费者科普健康知识。”

都说“理想很丰满，现实很骨感”。成立于2006年4月的山东省保健科技协会，是山东省民政厅批准，由山东省医学科学院主管的全省专业性社会团体，虽然有了前期积累的20家企业代表，但作为一个年轻的社会团体，如何“号令群雄”仍是个不小的难题。

“我就从网上查、从行业打听、从电视广告上一家家地搜集保健品企业，经过反复勘查

和排除，锁定了口碑好、成立时间长的10多家保健品企业后，那一家企业跑。”田晓庆至今还记得2009年那个炎热的夏天：

扎马尾辫，穿着牛仔褲、白T恤的田晓庆，抱着一堆协会的资料，紧张地站在济南一家保健品集团的门口。心里反复地温习着已经说了很多遍的自我介绍。

这是一家在业内颇有名望的保健品公司，将其吸纳入协会，对协会将来吸引会员、开展工作都具有非常的重要意义。在此次拜访之前，田晓庆已经反复来拜访了4次：从对公司前台的接触开始，一直到今天可以面见其董事长，田晓庆紧张得不啻于面对一场学校大考。

发展到现在，保健科技协会已经拥有企业会员单位50多个，全部都是资质健全、口碑良好，且企业发展年限超过13年的行业资深企业；吸纳了100余个团体会员单位，包括全省医学科研机构、高等医药院校、医院、保健科技企业；拥有会员600余人，主要包括从事保健政策、保健科学研究、健康相关产品研究开发的专业技术人员，从事医学保健的临床专家，从事保健食品、化妆品、消毒产品、涉水产品、保健器械、保健用品等健康相关产品生产经营的科技工作者等等。

随着行业“大牛”的陆续加入，保健科技协会真正变成了在行业内拥有话语权、有价值、有影响的标杆性协会。随着协会一起成长，田晓庆也逐渐退去青涩，从初生牛犊成长为行业“大拿”，更练就了一双识别保健品真假的“火眼金睛”。

用科普点亮一盏“明灯”

对于很多年轻人来说，谈及隐于街头巷尾的保健品销售店，往往觉得它们巧言令色，是专门骗取老年人金钱的“大忽悠”。其实不然，真正的保健食品本身是为了调节身体机能维护身体健康的食品，需不需要吃、怎么吃、吃多少，确有一定之规。一句话，保健食品不是包治百病的仙丹，但也不是专门骗钱的“忽悠”，正确认识、有针对性地食用保健食品，才能真正受益。

田晓庆做的，就是利用协会的聚集和宣传平台，宣传、普及这个保健品的“一行之规”，为消费者和行业点一盏明灯——联合正规的保健品企业，规范他们行为的同时为他们

正名、发声；引导消费者树立正确的健康观念，助其选用真正合适的保健品，少花钱、多受益。

从进协会之初，田晓庆就负责科普宣传工作。看似挺闲散的岗位，田晓庆却非要在自己身上加鞭子：32开的厚厚一摞《山东保健科技协会》，里面满满都是“干货”：保健品行业的新法规、新动向；会员企业的好做法、优秀事迹；科学课题的评价……五花八门，丰富多彩。田晓庆创办的这个协会内刊，现在已是行业内传阅率极高的内参性资料。

对于一个干事业的人来说，对待事业的精神态度和具体行动决定了工作的高度和深度。工作几年来，改版协会官方网站，编审校对每一期会刊内容、自主无偿撰写并投稿刊登宣传稿件累计达百余篇、创办山东省保健科技协会微信公众平台……经田晓庆牵头全新打造的“保健科普宣传平台”，包含协会官方网站、协会内刊、协会微信公众平台在内，内容囊括了行业法规、企业需求，更不乏老百姓关心的热点话题，已经成为行业“正能量”的聚集地。

实际上，做科普宣传工作，一方面考验脑力和笔头，另一方面，还是个体力活。

在2015年的全国食品安全宣传周上，协会与省食药监局联合编印《保健食品科普手册》6000册，在全省各厅局老干部处组织开展13场保健食品安全宣传活动先后发放，并在部分单位开展爱心公益光明行动，为离退休老同志提供了保健产品咨询和现场专家指导服务；在“2016年济南市食品安全宣传周启动活动”中，协会通过设置咨询台、真假辨别台、专家坐诊台三个区域为消费者带去最直观的科普内容。其中劳苦，冷暖自知。

公益活动，也是田晓庆工作的一项重要内容：2016年1月份，组织多家会员单位开展“百岁快乐”爱心图书捐赠活动。对菏泽市鄄城旧城镇黄河完小进行图书援助，共向学校捐赠图书4000余册、书包500个。同年5月，在济南舜耕山庄组织举办“社区健康大讲堂”，联合漱玉平民大药房社区网点，根据实际需求，举办规模不一的健康养生讲堂。

著名演员濮存昕曾这样评价公益广告：“我相信一条公益广告就好像一盏灯，灯光亮一些我们身边的黑暗就少一些，并且我更相信每个人的心灵就像一扇窗，窗户打开光亮就会进来……”作为保健品行业里的“形象宣传大使”，田晓庆对公益活动有着类似的认识。多年来，她把本职工作和公益活动一肩挑，通过