去年审结知识产权案超3.6万件,截至2023年底有效发明专利15.2万件

知识产权保护绩效 广州全国第一

去年广州在全国城市知识产权行政保护绩效考核中名列第一,多个知识产权关键指标再创历史新高。受经济发达、毗邻港澳等因素影响,广州的知识产权案件案多量大,去年审结知识产权案超3.6万件。

4月26日是"世界知识产权日"。4月25日,广州市政府新闻办举行专场新闻发布会,通报去年以来广州知识产权发展与保护状况。

■新快报记者 黄闻禹

知识产权创造、运用等指标创新高

"创新是发展的第一动力,保护知识产权就是保护创新。"广州市市场监督管理局副局长丁力通报,去年广州市获批首批国家知识产权强市建设示范城市、知识产权保护示范区建设城市、商业秘密保护创新试点城市,在全国城市知识产权行政保护绩效考核中名列第一。

知识产权在促进创新、促进技术交流和技术合作、保护创造者的利益以及文化多样性方面具有重要意义。丁力介绍,截至2023年底,广州拥有有效发明专利15.2万件,获得中国专利奖105项,广东专利奖40项。拥有注册商标230万件,地理标志证明商标15件,地理标志产品11件。全市作品著作权登记9万余件。

知识产权运用效益作用进一步凸显。2023年新增国家知识产权示范企业18家、知识产权优势企业35家。全市完成专利转让2.86万次,同比增长36%;专利许可885次,同比增长64%。推动知识产权质押融资和证券化,2023年全市办理专利和商标质押融资312.6亿元,惠及企业1000余家,融资模式获国家知识产权局肯定并向全国推广。

强化知识产权跨域司法协同保护

知识产权保护是塑造良好营商环境的重要方面。广州市公安局食药环侦支队政委李光日表示,去年以来广州公安聚焦人民群众密切关注、反映强烈的侵犯商标权、著作权、商业秘密等涉及知识产权违法犯罪,依法严厉打击知识产权犯罪。据统计,共侦破侵犯知识产权案件1345宗,进一步优化了广州市的营商环境。"广州公安将依法严厉打击涉及知识产权领域的各类违法犯罪活动,全力护航广州经济高质量发展。"李光日说。

"一直以来,受经济高速发展、地理位置毗邻港澳等因素影响,广州法院受理的案件以体量大著称,知识产权刑事、民事、执行案件相对于其他省市,也具有案多量大的特点。"广州市中级人民法院副院长吴筱萍透露,去年广州两级法院共审结知识产权案件36309件,其中刑事案件416件640人,判处罚金共计9300多万元;审结知识产权民事案件26746件;审结知识产权执行案件9147件,执行到位金额1.7亿元。此外,广州知识产权法院审结各类案件1.42万件。

广州中院从今年开始,组织、指导各区基层法院推进知识产权刑事、民事、执行"三审合一"的审判机制改革,着力发挥知识产权案件集中管辖的优势。吴筱萍表示,对于知识产权案件的审判,将注重宽严相济,强化办案社会效果。一方面将持续加大对重点行业、重点领域侵犯知识产权犯罪行为的打击,着力保护关键核心技术和新兴产业;另一方面将对侵犯知识产权犯罪情节较轻、具有救治价值的企业和个人开展涉案企业合规试点,通过合规整治,挽救部分涉案企业和个人。此外,强化知识产权跨域司法协同保护,进一步探索制定涉港涉澳诉讼程序和裁判规则,为大湾区创新发展和公平竞争注入更大司法动能。

典型案例

缴获盗版教辅图书38万册 涉案总金额超过5000万元

4月25日,2024"创意花城"广州版权宣传周主会场活动举行。活动现场发布了10个2023年度广州市打击侵权盗版典型案例,集中展示公安、文化执法、海关等版权执法相关部门查处侵权盗版工作成果。记者了解到,这10个典型案例主要集中在侵犯游戏著作权、网络培训课程著作权、教辅图书著作权、电影作品著作权等领域。

其中,广州市"4·10"侵犯教辅图书著作权案是全国青少年保护季专项行动典型案例,也是广州市提高版权执法效能的典型案例。本案中,广州市公安局食药环侦支队会同荔湾区公安分局开展收网行动,捣毁印刷、装订、销售侵权图书窝点8个,抓获犯罪嫌疑人33名,现场缴获盗版教辅图书约38万册,涉案总金额超过5000万元。随后快速深挖扩线,开展第二波收网行动,一举捣毁3个印刷、排版、仓储盗版书籍窝点,查获侵权盗版教辅书籍5万册,抓获犯罪嫌疑人4人。

该案扣押大部分是盗版教材教辅、少儿图书,存在采用危害健康的劣质纸张油墨印刷,以及空白、错漏、缺页等印刷质量差等问题。该案成功收网,有力打击犯罪分子的嚣张气焰,切实维护群众的切身利益,为企业挽回经济损失,有力净化了社会文化环境。

关注

折扣零售激活服饰消费 品牌折扣成穿戴消费新风口

放弃了市中心的shopping mall(购物中心),新中产女生转身走进了奥特莱斯的试衣间里。

昂跑、lululemon(露露乐蒙)、耐克、阿迪达斯、始祖鸟、安德玛……从中产女生最爱的"三宝",到再过十年也不过时的运动大牌,奥特莱斯一样都不少,女生们忽然发现,她们的衣柜不在市中心,不在大主播的直播间,相反,是在城市不起眼的奥特莱斯中。

线上线下的奥莱数据也是佐证,2023年,奥莱领秀的数据显示,我国奥特莱斯行业整体规模预计超1600亿元,近50家奥莱(不含港澳台地区)突破10亿元大关,创下新高。线上奥莱唯品会,衣服鞋子穿戴类的增速高达24%,超过其全站平均增速18.7%。

大品牌与低折扣,翻译给女孩们,是中产生活品质感仍在,但她们只需要付出更少的消费成本。性价比与品质兼得——这也是为什么女孩在奥特莱斯找到了买衣服的归宿。

■新快报记者 郑志辉

▲lululemon的奥莱店外,女生排起长队。

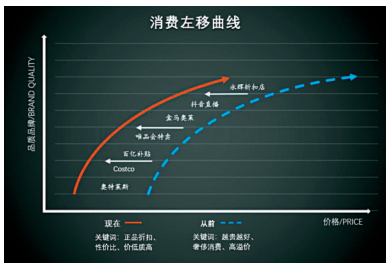
新中产女生的衣柜

家住广州、工作地在深圳、经常前往京津沪等地出差的李少娜解锁了新的生活方式:以往,她来回各地,总是免不了带一个超大的行李箱,里面装满了不同季节、不同场合下需要的衣服。但现在,她的行李箱缩小了好几个尺码,相应的,她开始熟悉每个城市里最大的奥特莱斯的位置。不管是临时性的着装还是日常穿搭,李少娜几乎都能从奥特莱斯里挖到宝藏。

李少娜是标准的新中产女生,她从事跨境电商,每年定期买衣服既是工作需求,也是她"人生的乐趣"。去年年初,在北京的燕莎奥莱,她在UGG店里用一双的预算买到两双雪地靴;转过头来,12月,她在唯品会上刷到三折的国际大牌羽绒服;今年春天,在天津佛罗伦萨小镇lululemon店内,她看到原价1000元的瑜伽裤,折后只有300元出头,如果买多件还有折上折的优惠……

奥特莱斯正在逐渐变成李少娜与无数新中产女生的衣柜。

无独有偶,最近的流行穿搭趋势也从侧面验证了奥莱的火爆程度:陈青青在深圳一家奥莱特斯的运动品牌店工作。多巴胺流行的时候,她观察到,周末有大批穿着黑白色调的女生来到奥莱,出门的时候衣服颜色就明显鲜艳起来。



同样,在广州万国奥特莱斯,冲锋衣是去年年底最流行的品类,工作人员介绍,"最夸张的时候,运动品牌店里都排起了长队,冲锋衣不在试衣间就在试衣间前的队伍里"。

新中式成为顶流之后,唯品会数据显示,春节前后一个月,以新中式为主题的服饰销量相比去年1月翻倍,其中新中式女装销量增长近2倍。

品牌折扣的风,终于吹向了服饰消费。

品质、性价比与买衣服的快乐

"1件8折,2件7折,3件以上5.5折;奥莱价折上再7折,满500再减100……"

如果是第一次去逛奥特莱斯,会让在电商大促中狂摁计算器或在大商场旗舰店前踌躇的女生刷新认知:真正的品牌折扣往往就是这么朴实无华,直降到底。

这也成为李少娜与闺蜜们从市中心的大商场里转向奥特莱斯的原因:好品牌、大折扣与快乐。

新中产女生逐渐开始理解了"消费左移":如果把社会消费趋向看做是一个坐标轴,横坐标是价格,纵坐标是品质品牌,每个女生希望纵坐标品质品牌不变,横坐标价格向左移动减少。

这才是奥特莱斯爆红的秘密,既帮助中产女生找到了和旗舰店一样品牌的衣服,同时也帮她们把价格打下来,性价比与高品质成为新中产女生在买衣服中必不可少的两个元素。根据《2023-2024中国奥特莱斯行业白皮书》,大部分消费者会在1-3月内购买一次奥特莱斯商品,每次购物的金额大多在1000-3000元之间。

更重要的是,深度折扣与多元化选择,给予了新中产女生更多情绪价值:线上线下奥特莱斯的寻宝体验,带给消费者的不仅有性价比极高的货品,还有挖到宝藏的满足感——这种快乐,就像是当你已经准备原价买下服装店橱窗里那件连衣裙,却不小心发现,特卖电商上,这件裙子打了3折。

毕竟,在当下,想让新中产女生花钱,就一定要打破零售行业的不可能三角:"体验、品质、折扣",她们全部都要。