

跨部门跨区域治理,监管更重信息化

——新形势下打击侵权假冒意见解读

■ 于佳欣

国务院近日印发《关于新形势下加强打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品工作的意见》,要求到 2020 年基本形成行政执法、刑事执法、司法审判、快速维权、仲裁调解、行业自律、社会监督协调运作的打击侵权假冒工作体系。

专家认为,意见强化重点领域集中整治,对侵权假冒商品的生产、流通、销售形成全链条打击,将有效遏制侵权假冒商品高发多发态势。

2016 年,我国打击侵权假冒工作取得明显进展,共查办违法案件 20 余万件,抓获犯罪嫌疑人 2 万余人。然而,我国依然面临着侵权假冒手法不断翻新,一些制度难以适应互联网经济发展需要,全社会知假买假现象依然存在等严峻局势。

为此,意见明确了治理的关键领域,即以关系生命健康、财产安全和环境保护的商品以及知识产权领域突出问题为重点,强化对互联网、农村市场和城乡接合部及进出口环节等的监管。

“随着我国成为全球最大的网上零售市场,以及对外贸易的大发展,互联网成为侵权假冒的重灾区,需要重点监管。”全国打击侵权假冒领导小组办公室副主任柴海涛说,农村市场十分广阔,但执法力量相对薄弱,且农村消费者识假辨假能力较弱,更容易受到侵害,因此也是关注重点。同时,还要加强执法国际交流合作,斩断跨境制假售假链条,提高知识产权保护的国际化水平。

围绕这三大领域,我国去年打假工作取得显著成绩。据全国打假办数据,2016 年,工商部门检查网站网店 191.8 万个次,责令整



改网站 1.95 万个次,查处案件 1.34 万件。农业部门对农资制假售假查处案件 1.9 万起,为农民挽回损失 4.8 亿元。海关加强重点航线监控,查获侵权商品 3073 万件,案值近 1.5 亿元。

打假方式有何特色?意见明确,要推进跨部门跨区域综合治理。包括坚持线上线下治理相结合,加强部门间、区域间执法协作,对侵权假冒商品的生产、流通、销售形成全链条打击等。

“这是顺应违法犯罪活动呈现链条化、组织化、跨行业、跨区域等新趋势、新特点而提出的。”柴海涛说,去年,商务部在长三角地区、京津冀及周边地区、泛珠三角地区 18 个省(区市)开展了试点。其中,在长三角地区

开展的打击网络侵权假冒“云剑”行动中,捣毁生产、仓储窝点 417 个,抓获犯罪嫌疑人 474 名,查处网店 1200 余家,成效明显。

面对侵权假冒的新形势和新特点,意见提出要提高市场监管和预警防范能力。包括强化大数据、云计算等信息化技术的应用,推进部门间执法监管和信息共享;加快推进信用体系建设,提高违法失信成本等。

北京市集佳律师事务所律师李洪江认为,侵权假冒行为线上线下一体、身份更加隐蔽、手法不断翻新,因此要突出大数据等技术的研发运用支撑。同时,由于打假涉及质检、工商、公安、通信等多个部门以及电商平台,部门协同、电商平台与执法机构协作的打假机制也亟待建立。

“互联网再大,大不过法网。新形势下打击侵权假冒行为,更需要建立诚信体系。”中国人民大学法学院教授刘俊海说。他认为要做到三点,即让失信成本高于失信收益,维权收益高于维权成本,守信收益高于守信成本,这样才能避免劣币驱逐良币。

打击侵权假冒是一项系统工程,离不开全社会的支持,意见还提出构建多方参与的共治格局。

“这是一项基础工作,需要长期开展。”柴海涛说,意见突出社会共治。一方面要建立健全社会组织参与预防侵权假冒违法犯罪等工作机制,企业落实好主体责任。另一方面,要鼓励企业和公众举报投诉侵权假冒违法行为,营造抵制侵权假冒的良好社会氛围。

闯关东的“劲儿”又回来了

——老工业基地黑龙江积极探索振兴之路

■ 陈国军 邹大鹏 李建平

“一座座山、一道道岭、一片片川……为了希望我们永不放弃”的《闯关东》主题曲,唱出了 300 多年前闯关东人开创新天地的豪迈;300 多年后的今天,龙江儿女又攻坚,以闯关东的劲儿和精气神,瞄准“发展短腿”,闯出一条滚石上山期振兴的希望之路。

理念之间:“投资不过山海关”渐成过去时

亚布力阳光度假集团副总经理和慧杰正忙着扩建建新酒店,就在 3 年多前,这家集团甚至决定干脆放弃前期投资“裸撤”。“发展环境涉及方方面面,不是一个企业能协调改变的,如今见到‘亮’了!”和慧杰说。

“重塑发展环境必须碰硬,”新官理旧账。”参与协调此事的黑龙江省企业创业投诉中心督察专员邢新宇介绍说,2014 年黑龙江成立省政府企业投诉办理机构,3 年来公开通报了 27 批 174 件典型问题,一批责任人被处理。

栽不下梧桐树,就引不得凤凰来!黑龙江省 2015 年、2016 年连续两年出台《关于进一步优化全省发展环境的意见》,各地市各部门也纷纷出台措施,以“明规则”破“潜规则”。

与此同时,一系列向政府自身权力“开刀”的改革也紧锣密鼓地推进:省级行政审批项目下放 50%,政府权力清单精简了 70%,省本级非涉密行政审批事项实现网上一体化限时办理和电子监察……“我们把全国的行政审批材料都梳理遍了,这些流程图都是自己精编的。”黑龙江省政府一位工作人员指着政府网站上的“政务服务”专栏告诉记者。

栽树引凤,引得大量“山海关”外的资本也再次“闯关东”。统计数据显示,全省近三年 1 亿元以上产业项目 3420 个,其中东北区域外企业投资 1100 个,占比接近三分之一。

改革之间:国企从“老大难”到“浴火重生”

凌晨 3 点多,当人们还在睡梦中时,30 岁的张志刚便来到自己的包子铺烧水备餐。作为龙煤集团的一名修理工,去年他在改革中分流自主创业,小店每月八九千元的收入是矿上收入的三倍多。

“为推进龙煤改革,省政府去年以来召开大小会议不下 20 次,材料摞起来有一尺高。受益于改革,2016 年龙煤同比减亏 23 亿多元。”一位改革参与者说,龙煤集团是东北最大的国有煤炭企业,在册职工达 22.4 万人,如今通过企业剥离办社会职能和减员分流等系列改革,下降到 15.4 万人。“没有破釜沉舟的勇气和智慧,改革是难以推进的。”

东北国企改革难,难在体制机制的“计划高残留”,包括“等靠要”思想、“求稳怕乱”心理以及“以拖应变”思维等。黑龙江省社科院副院长王爱丽说:“龙煤改革的突破具有标志性意义,国企改革不破题,老工业基地就难振兴。”

振兴的难点就是改革的突破口。去年以来,黑龙江省“刀刀向内”打响国企改革“攻坚战”,出台了理顺管理体制、规范企业改革审批程序等一系列国企改革实施意见,并将国企改革与兼并重组、淘汰落后产能和“僵尸企业”退出结合起来,闯出了一条龙江特色的国企改革路线图。

改革方向对了,红利也逐渐显现。2016 年,全省地方国企主要指标由降转升,实现同比减亏 98.8%。

供给侧之间:从“大粮仓”到“绿色粮仓”

2016 年,黑龙江农业实现十个全国第一。除粮食产量和商品量继续位居全国第一外,绿色产业融合发展能力、农产品质量安全水平以及土壤有机质含量等指标也高居榜首。

“第一”意味着付出,映照出龙江人在农业供给侧结构性改革中“吃螃蟹”的胆识。作为全国“产粮状元”,黑龙江长期是国家粮食安全的“压舱石”。当粮食市场由“吃得饱”向“吃得好”转变时,黑龙江人一时懵了:不愁销的粮食咋卖不动了,种粮就挣钱咋突然变得不挣钱了?

难题摆在了黑龙江省决策者面前,一场农业供给侧结构性改革的战役在黑土地上打响。2015 年,黑龙江省在全国率先启动“减化肥、减农药、减除草剂”的“三减”行动;2016 年,在全国率先建立首个省级绿色食品质量标准体系;2017 年,在全国率先禁种转基因粮食作物……

一条敢为人先的供给侧改革路径被闯了出来——把“大粮仓”打造成“绿色粮仓”,2016 年全省绿色有机食品认证面积发展到 7400 万亩,占全国五分之一。

政府的举措也让农民有了闯劲。“啥叫农业供给侧改革,就是市场缺啥咱种啥啥。五常市农民陈洪刚指着电脑上照片与记者唠嗑,“别小看这鸭稻、蟹稻啥的,可火了,价格比普通大米贵了几倍,但一放到网上就被疯抢,光我一年就能卖出 60 万斤。”

“闯关东的劲儿又回来了!”黑龙江省委主任王金会说,从原来的“靠国家”到现在“找市场”,从生产型主体到生产经营型主体,从土地扩张式开发到引领中国农业绿色安全供给,黑土地正扬鞭奋蹄。

从“三角洲”到“大湾区”

——中国打造世界经济版图新亮点

■ 周强

粤港澳大湾区——这个新名词今年 3 月 5 日首次在中国政府工作报告正式亮相后,学界、政界、业界、媒体均予以广泛关注。

“三角洲经济在内涵上更强调对内辐射、带动腹地发展;湾区经济则更强调对外连接、抢占全球产业链的制高点。”华南城市研究会副会长孙不熟说,“这意味着粤港澳正式从三角洲时代迈入湾区时代。”

湾区经济是以海港为依托、以湾区自然地理条件为基础,发展形成的一种区域经济形态,因具有开放的经济结构、高效的资源配置能力、强大的集聚外溢功能和发达的国际交往网络,成为带动区域经济发展的重要增长极和引领技术变革的领头羊。

“作为当今最具代表性的世界一流湾区,纽约湾区、旧金山湾区和东京湾区具有经济集聚功能强大、服务业高度发达、全球重要金融中心、创新能力领先、交通枢纽位置凸显等典型特征。”中国(深圳)综合开发研究院常务副院长郭万达说。

实际上,由广州、深圳、珠海、东莞、惠州、中山、佛山、肇庆和江门,以及香港和澳门两个特别行政区组成的粤港澳大湾区已具备打造世界一流湾区的条件,具备建设比肩世界三大湾区的大体量、高密度、高产特征。

“庞大的经济体量是湾区经济的决定因素。粤港澳大湾区这一范围占全国土地面积不足 1%,人口数量不足全国总人口的 5%,

却于 2015 年创造了全国国内生产总值的 13%。”深圳市政府政策研究室主任吴思康说,早在 2014 年,这一区域的生产总值就达到 1.3 万亿美元,这是旧金山湾区的 2 倍,接近纽约湾区水平;进出口贸易额约 1.5 万亿美元,是东京湾区的 3 倍以上。

改革开放初期,靠承接香港与其他发达国家和地区的制造业转移,珠三角成为“世界工厂”,并与香港形成“前店后厂”的经济格局。进入 21 世纪,粤港澳产业深度融合,已进入产业协同发展新阶段。

“打造以现代服务业为核心的粤港澳大湾区,将进一步重塑区域经济空间组织关系,挖掘出新常态下实现经济增长中高速、产业结构中高端目标的新动能。”深圳市发改委区域处处长卢文彬说。

湾区经济因港而生,依海而兴。“粤港澳港口群是世界上通过能力最大、水深条件最大的区域性港口群。”长期关注粤港澳大湾区的广东省交通集团总经理刘晓华说,未来特别是深中通道、港珠澳大桥等大型基础设施建成,将极大促进沿线经济要素的流动,形成规模和集聚效应。

与此同时,正在加速发展的中国也需要一流湾区提供强大动力和有力支撑,推进粤港澳大湾区建设必将推动中国重大国家战略加速落地。

“粤港澳大湾区地区具有强大的经济辐射能力,已成为中国构建对内对外开发战略格局的重要支撑。”卢文彬说,粤港澳大湾区



具有侨乡、英语和葡语三大文化纽带,是连接 21 世纪海上丝绸之路沿线国家的重要桥梁。

亚太创新经济研究院副院长郑天祥表示,作为中国三大增长极之一,将粤港澳大湾区建设成超级湾区,有利于形成北有京津冀一体化、中有长江经济带、南有粤港澳大湾区的区域经济发展新格局,从而带动华南地区加快发展,为打造中国经济升级版提供有力支撑。

从粤港澳大湾区出发,往东,是海峡西岸经济区;往西,是北部湾经济区和东南亚;往北,是湖南、江西以及广阔的中国中部城市群。“内强腹地,外接东盟,重塑周边经济。

粤港澳大湾区崛起,不仅加快广西、湖南、江西等地的产业梯度转移,而且其产业要素将加速通达北部湾和南宁等地,形成面向东盟的海、陆国际大通道,成为‘一带一路’重要战略枢纽。”郭万达说。

在不远的将来,港珠澳大桥将全线贯通,珠江口东西两岸将形成一个完整的闭环,一个比旧金山湾区还要庞大的经济体正在吐故纳新,粤港澳大湾区作为世界经济版图的新亮点雏形初现。

广东省发改委主任何宁卡表示,目前粤港澳大湾区建设已提上重要日程,广东将对标国际一流湾区和世界城市群,把粤港澳大湾区建设成为全球创新发展高地。

品牌建设让中国经济展现“活力”和“韧性”

■ 何瑛

全球最大传播服务集团 WPP 和旗下的市场调研机构凯度华通明略 20 日发布 BrandZ 2017 年最具价值中国品牌 100 强榜单,为观察中国企业品牌建设提供了一幅生动图景。业内人士指出,依托品牌建设,中国经济正在展现“活力”和“韧性”。

中国品牌榜单彰显经济“活力”

榜单显示,2017 年中国 100 强品牌总价值比上年增长 6%,达到创纪录的 5571 亿美元;科技品牌继续领跑,腾讯蝉联榜首,品牌价值增长 29%;科技、旅游、教育行业企业推动整体品牌价值增长;中国经济正向消费导向型经济转变,中等收入人群消费升级成为推动品牌成功的关键。

得益于中国政策和营商环境的有利条件,中国企业在品牌建设的历程中正不断绽放更多“活力”。拥有丰富中国市场经验的奥美中国区首席执行官克里斯·赖特曼(中文名韦荣棠)表示,中国政府的政策举措受到民众的支持并能得到贯彻实施。

指出,中国正成为一个科技大国,中国企业的“品牌力”首次超越跨国公司对手。他指出,“品牌力”代表了消费者选择指定品牌的倾向性,并预计这一趋势在未来将会加速呈现。

全球化浪潮助推品牌建设

谈到全球化浪潮中中国企业“走出去”,WPP 旗下的奥美集团全球首席执行官约翰·塞弗特(中文名苏腾峰)认为,中国企业已经意识到自身价值,这有利于它们更加自信和大胆地走出国门拓展业务。他认为,尽管中国市场本身很大,但中国企业“走出去”可以实现“双向发展”,既能“走出去”,又能“走回来”,这个过程会更有利地促进创新,从而提升中国的产品和服务水平。

凯度华通明略全球 BrandZ 总裁王幸观察到,随着中国国际地位不断提高,海外消费者对中国品牌的接受度也在提升,世界各地的年轻消费者对中国品牌越来越认可,有创业精神的中国企业在海外拓展,并回到国内市场大放异彩。王幸发现,“走全球化和‘走数字化’是中国企业品牌建设展现的趋势。

力,中国日益成为世界经济增长的“引擎”,这是包括塞弗特在内的不少业界高管的看法和预测。“我对中国经济的看法非常积极。”塞弗特说。

不确定性因素凸显经济“韧性”

客观来看,中国经济近年来在不确定性增强的世界经济大环境中也面临一些困难和挑战,经济放缓和就业压力等问题引起关注。

WPP 旗下全球零售业务公司高管戴维·罗思表示,中国经济已经进入了“新常态”,但对于品牌来说仍有大量机会可挖掘,为股东创造卓越价值。他说:“今年我们所看到的强劲品牌价值增长分布在科技、旅游和教育行业,这表明能满足特定消费者群体的品牌未来将蓬勃发展。”

从某种意义上来说,在当前世界经济充满不确定性因素的大环境下,中国经济展现了更多从不确定性当中把握确定性机会的“韧性”。包括 WPP 集团首席执行官苏铭天和雀巢公司董事会成员、候选董事长保罗·薄凯等在内的高管均在 20 日的业界讨论会上表示看好中国经济前景。

他们普遍认为,中国企业不仅拥有国内巨大的市场,而且在海外拓展当中也获得了很多机遇,填补了空缺并拥有很大的发展空间;中国企业具有长远的目光,同时也抱着积极进取的态度,能够以开放的姿态与外部世界接触并建立密切关系。

中国品牌建设追寻“智造+质造”

毋庸置疑,中国经济过去 30 多年的长足发展创造了“奇迹”,同时也经历了自身的成长过程。在全球化的浪潮中,中国经济抓住了改革开放的机遇,展现了发展和腾飞的活力。

经过 2008 年国际金融危机的冲击,中国经济变得更加成熟,不断增强自身对外部环境的适应能力,通过结构调整和转型发展,从倚重出口和投资更多转向消费驱动,从而激活了更具内生动力的经济发展模式。

如今,依托顶层设计的“中国制造 2025”和供给侧结构性改革等新思路和新举措,中国经济在放缓形势下展现了更多“韧性”,创新和企业品牌建设正在发挥力量。品牌专家王幸观察到,“智造+质造”将是中国品牌建设的趋势和方向。