

数说经济

扩内需是经济回升向好关键

创新是发展的第一动力，保护知识产权就是保护创新。加强知识产权保护，是完善产权保护制度最重要的内容，也是提高我国经济竞争力最大的激励。不久前，国家知识产权局会同中宣部、最高人民法院、最高人民检察院等八部门联合印发《知识产权保护体系建设工程实施方案》（以下简称《实施方案》），对于加快建设支撑国际一流营商环境的知识产权保护体系、全面提升我国知识产权保护效能具有重要意义。

当前，知识产权在我国发展战略全局中的重要性进一步凸显，知识产权保护格局不断扩大，保护力量的队伍不断壮大，正努力朝着政府履职尽责、司法机关公正司法、执法部门严格监管、经营主体规范管理、行业协会自律管理、社会公众诚信守法的现代化知识产权保护治理体系演进。与此同时，经营主体知识产权保护需求呈现出差异化特点，这意味着不同保护力量之间应发挥优势互补、合理分工布局。如何根据不同产业领域的特点实现各种保护力量之间的有效协同配合，成为新时代知识产权保护的关键问题。

例如，在纺织服装、农产品加工等传统制造业领域，仍存在侵权易发多发以及侵权易、维权难的现象，需要充分发挥行政保护低成本、高效率、严保护的优势；在高新技术领域，知识产权侵权违法行为呈现新型化、复杂化、高技术化等特点，需要发挥司法保护的高水平、专业化优势；在电子商务领域，产生了不少商业维权案件，需要充分发挥调解、平台自治等社会力量的作用，统一协调部署和明确分工。

此前出台的一系列政策，对于知识产权保护力量的壮大也起到了积极有效的作用。中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于强化知识产权保护的意见》提出，优化协作衔接机制，突破知识产权快保护关键环节；《知识产权强国建设纲要（2021—2035年）》要求，健全统一领导、衔接顺畅、快速高效的协同保护格局。国家知识产权局还分别与最高人民法院、最高人民检察院、司法部印发了有关强化知识产权协同保护的意见建议，旨在加强知识产权管理部门与司法机关、司法行政机关合作，优化协作配合机制，强化协同保护力度。未来，要多措并举，进一步贯彻落实相关政策的精神，高效协同保护好知识产权。

全面优化知识产权司法与行政保护的协同度。在保护标准层面，加强行政与司法在发布典型案例、制定司法解释、政策文件过程中的交流机制，促进知识产权行政执法与司法裁判标准相统一；开展专利行政执法与侵权纠纷行政裁决案件联合审理、加强侵权民事诉讼与侵权确权程序相衔接，有效解决知识产权侵权确权与维权程序的不协调问题。制定实施知识产权行政保护工作方案。《实施方案》指出，研究制定著作行政保护指导意见，加强重大案件督办。推动重要行业和重点领域软件正版化工作制度化、规范化。严厉打击进出口知识产权侵权违法活动。加强知识产权行政执法记录仪、移动服务系统等设备装备配备。

优化快速协同保护机制。适应产业发展需要，完善快保护机构产业领域动态调整机制，建立专利预审情况监测和质量反馈机制。优化快速协同保护业务结构，探索开展资源调配共享、纠纷快速处理、复审无效案件多模式审理等试点工作。延伸知识产权维权援助网络，健全维权援助工作机制。推广使用知识产权维权援助指引，鼓励各地积极开展公益性维权援助，提供面向中小微企业的维权援助服务。

加强知识产权保护专业队伍队伍建设。推进知识产权硕士专业学位建设，培养高层次、复合型、应用型人才。《实施方案》指出，加大专业人才培养力度，提高知识产权保护队伍专业水平。推动建设知识产权纠纷调解培训基地，支持技术专家、法律顾问和律师等参与知识产权纠纷调解、仲裁。此外，还应加强知识产权涉外人才培养。

（作者系中国科学院大学知识产权学院院长、特聘教授）

马一德



马一德

我国仍处于经济恢复和转型升级的关键期，经济指标在月度之间的变化有些波动是正常的。中国经济韧性强、潜力大、活力足，“稳”的基础不断夯实，“进”的力量持续积聚，这是读懂中国经济为何能持续回升向好的大逻辑。

7.5%，增速连续10个月高于全部规模以上工业平均水平，占规模以上工业增加值比重连续15个月保持在30%以上。绿色低碳转型扎实推进，升级类商品消费需求快速释放。

未来，政策效力还将进一步显现。以大規模设备更新和消费品以旧换新为例，自3月份国务院正式印发以旧换新行动方案以来，资金支持逐步落实，标准制定加快推进，31个省份也都分别印发了本地地区的实施方案。这一政策对工业、投资和消费都有较为明显的带动作用。1月份至5月份，设备工器具购置投资同比增长17.5%，比全部投资高13.5个百分点，对全部投资增长的贡献率达52.8%；主要电商平台家电以旧换新销售额增长超过80%。

需求牵引供给，供给创造需求。巩固和增强经济回升向好势头，要统筹推进扩大内需和优化供给，打通两者结合的断点堵点卡

点，充分发挥我国超大规模市场和强大生产能力的优势。

扩内需。全力促进工业经济平稳增长，加快改造提升传统产业，巩固提升优势产业领先地位，积极培育新兴产业和未来产业，增强产业链供应链韧性和安全水平。

扩内需。抓紧落实超长期特别国债支持“两重”建设、推动大规模设备更新和消费品以旧换新等政策，加快中央预算内资金下达和地方政府专项债券发行使用进度，有力有序推进“十四五”规划重大工程项目建设。更好统筹政府投资和民间投资，充分激发民间投资活力。加大力度培育打造消费新场景、新业态等新增长点，增强消费能力，改善消费条件。

畅通循环。优化就业、收入分配和消费全链条良性循环促进机制，进一步推动各项稳增长促改革的政策落地见效，进一步推动各

最新发布的5月份经济数据显示，多数指标相比上月有所改善，也有个别指标出现波动。总的来看，我国经济延续回升向好态势，但经济恢复还存在不同步不平衡的情况。国内有效需求仍然不足，宏观政策需要在扩大有效需求、增强内生动能、激活经营主体活力等方面持续发力。

从主要经济指标运行情况看，经济恢复的不平衡性主要体现在供给端恢复好于需求端、服务消费好于商品消费、大型企业恢复好于中小企业。这表明，有效需求不足仍然是经济运行面临的主要挑战。当前物价指数的低位运行也是这一矛盾的体现。推动经济持续回升向好，扩大内需是关键。

同时还要看到，我国仍处于经济恢复和转型升级的关键期，经济指标在月度之间的变化有些波动是正常的。应结合发展阶段变化，用全面、辩证、长远的眼光看问题，既看当下之“形”，更看长远之“势”，既看增长之“量”，更看发展之“质”。

当前，我国产业结构持续优化升级，向“新”向“优”向“绿”的特征进一步显现。5月份，规模以上高技术制造业增加值同比增长10.0%，快于全部规模以上工业4.4个百分点。规模以上装备制造业增加值同比增长

治一治短视频虚假摆拍乱象

李彦臻

近日，一网友在参观上海短视频中心时称“短视频拍摄场景都是假的，每一扇门后都是一个主题”；江西旅游广播官方微信公众号不久前刊播视频新闻《短视频拍摄场景竟然都是假的》，揭秘短视频拍摄皆为固定剧本和场景内创作。这些举措，引发了社会各界对短视频虚假摆拍的关注。

第53次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2023年12月份，我国短视频用户规模为10.53亿人，较2022年12月份增长4145万人，占网民规模的96.4%。短视频涉及休闲娱乐、教育、科普、新闻等多方面内容，大大拓展了内容创作者的表达形式与空间。不过，在商业化、娱乐化大潮推动下，短视频利用虚假人设、场景、情节、道具进行摆拍的现象层出不穷。之所以如此，主要还是因为相关方想获取流量和利益。

短视频行业急速扩张带动了相关产业链发展，为摆拍者提供了便利条件。从视频脚本、人设、场景、道具到后期制作，每一步都有专业人员的“精心设计”，通过专业拍摄和剧情表演，编造出有冲突感的故事吸引公众观看，从而利用人设剧本获取流量牟利。同时，短视频创作门槛低，从业人员鱼龙混杂，大部分追求流量至上，缺乏自身独特的、有价值的内容输出。

在流量思维影响下，一些短视频创作者只会追逐社会热点，围绕有话题、有争议的事件进行拍摄，并隐匿其虚构意图，引导公众情绪以获取关注和流量。短视频摆拍场景多样，大多数是以生活痛点和社会热点为主题，过度摆拍可能引起争议，对于大众认知、社会秩序等都会产生严重危害。另外，摆拍还会对青少年价值观产生不良影响。

综上所述，不可任由短视频摆拍自由“生长”、任其发挥，是时候治一治、管一管了。对此，应多方合作、综合发力。加强互联网相关法律法规的制定和完善，明确网络短视频创作主体的责任，加大对传播错误观念、刻意制造争议、煽动公众情绪摆拍行为的监管和惩处力度。短视频创作主体应坚守创作底线，加强短视频拍摄内容的创新与提升，遵循正确价值导向，从而产出和传播优质的短视频。还要明确合理摆拍的边界，在虚构情节和剧情演绎中注明“虚构演绎，谨慎识别”“创意作品”等标识，帮助观众识别。相关短视频平台需要建立健全短视频摆拍的审核和标注机制，完善短视频发布、推流的标准，对虚假演绎短视频的内容认真审核，以维护良好网络生态。

精心培育

黑龙江鹤岗推进“一刻钟助老服务圈”建设，目前已服务辖区老年人4000余人次；天津市河东区银发经济产业园囊括康养服务、康复理疗、配餐服务、法律服务等多个业态；江西萍乡推出“养老服务+行业”行动，拓展旅居养老、文化养老、健康养老、养生养老等新型消费领域……目前，我国一批银发经济新模式新业态正不断涌现。

银发

中央经济工作会议和《政府工作报告》均明确提出，大力发展银发经济。根据国家统计局数据，2023年末，60岁及以上人口29697万人，占全国人口的21.1%，其中65岁及以上人口21676万人，占全国人口的15.4%。应看到，随着人口老龄化程度持续加深，不仅对经济社会发展带来新的挑战，同时也给发展银发经济带来新活力新机遇。据测算，目前，我国银发经济规模在7万亿元左右，到2035年将达到30万亿元左右。

新业态

银发经济是向老年人提供产品或服务，以及为老龄阶段做准备等一系列经济活动的总和。今年年初印发的《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，从发展民生事业、扩大产品供给、聚焦多样化需求、强化要素保障等角度提出4个方面共26项举措。发展银发经济，既能积极应对人口老龄化，促进事业产业协同，又能加快相关产业规模化、标准化、集群化、品牌化发展，培育高精尖产品和高品质服务模式，让老年人共享发展成果。

发展银发经济，应充分注重各类资源合理利用和保护，避免粗放式发展。充分发挥市场机制，出台优惠政策，扩大产品供给，增强供给能力，强化要素保障，提升服务品质。可积极引导企业建设银发经济产业集群，扶持培育龙头企业，拓宽供给渠道，多设立“银发消费专区”。还可发挥数字赋能功效，打造智慧康养新业态。还应多聚焦民生主题，围绕老年助餐、居家养老、老年健康、养老照护、老年文体、农村养老等领域，完善多层次养老资源，优化社区建设、推动基层医养资源共享，并积极引导企业参与老年民生事业，特别是在一些急难愁盼领域，破解供需关系难题。比如，针对养老护理人才的迫切需求，可构建养老护理人才培养、使用、评价和激励机制，促进养老护理员的职业发展。

一段时间以来，地方文旅频频“出圈”，从淄博烧烤到哈尔滨冰雪旅游，从贵州村超到天水麻辣烫……“出圈”的背后，既是文旅融合持续深化的生动体现，更是旅游新业态带动消费动能释放的有效彰显。文化和旅游部发布的信息显示，今年端午假期，国内旅游出游合计1.1亿人次，同比增长6.3%；国内游客出游总花费403.5亿元，同比增长8.1%。面对良好发展势头，如何进一步增强旅游产业竞争力，更好实现文化与旅游有机融合？整合利用好媒介资源是重要抓手。所谓文旅融合，是指文化和旅游产业相互渗透、交叉融合，创造出内容更加丰富、特色更加鲜明的旅游产品和服务。这不仅可以带给游客更高层次的旅游体验，也可以提升旅游目的地的美誉度和影响力，从而带动地方旅游产业提质升级。眼下，一个网络文旅热点就能带火整座城市的旅游产业，其成因不光在于热点本身的趣味性和代表性，更在于背后的动人故事和文化支撑，以及人们对当地淳朴民风民俗的情感认可和探索欲望。文旅热点爆火多少有一定偶然成分，想要热点能被长期关注，形



王 鹏作(新华社发)

严防中奖快递电诈

近年来，公众的反诈骗意识增强，接到诈骗电话，往往能第一时间挂断。但是如果收到一个姓名、电话、地址都正确的快递，里边有一张刮奖卡，你会试试运气吗？山西太原警方近日打掉一个利用中奖快递引流的新型电信诈骗犯罪团伙，抓获犯罪嫌疑人8名。该案受害人超千人，被骗资金达上亿元。当前，方便快捷的快递渠道成为骗子的诈骗工具之一，防范“不明快递”型骗局，既要人们擦亮眼睛，不贪蝇头小利，对来源不明的陌生快递保持警惕，不要轻易点击网站，也不要轻易扫二维码。相关企业也应严格落实相关法律法规，从源头上保护好用户个人信息。同时，相关部门也需加大对泄露个人信息的企业和个人的惩处力度，从法律层面保障用户权益。

（时 锋）

找好抓手推动文旅融合

范 梦

一段时间以来，地方文旅频频“出圈”，从淄博烧烤到哈尔滨冰雪旅游，从贵州村超到天水麻辣烫……“出圈”的背后，既是文旅融合持续深化的生动体现，更是旅游新业态带动消费动能释放的有效彰显。文化和旅游部发布的信息显示，今年端午假期，国内旅游出游合计1.1亿人次，同比增长6.3%；国内游客出游总花费403.5亿元，同比增长8.1%。面对良好发展势头，如何进一步增强旅游产业竞争力，更好实现文化与旅游有机融合？整合利用好媒介资源是重要抓手。所谓文旅融合，是指文化和旅游产业相互渗透、交叉融合，创造出内容更加丰富、特色更加鲜明的旅游产品和服务。这不仅可以带给游客更高层次的旅游体验，也可以提升旅游目的地的美誉度和影响力，从而带动地方旅游产业提质升级。眼下，一个网络文旅热点就能带火整座城市的旅游产业，其成因不光在于热点本身的趣味性和代表性，更在于背后的动人故事和文化支撑，以及人们对当地淳朴民风民俗的情感认可和探索欲望。文旅热点爆火多少有一定偶然成分，想要热点能被长期关注，形

成持续热度，离不开长效传播机制的构建。这就需要整合利用好媒介资源，让文化在旅游产业发展中更加充分地释放动能。为了进一步提升文化产品的层次和质量，应持续优化媒介的旅游信息输出，逐步实现从量变到质变的提升。比如，网络文旅热点的打造不能仅仅停留在对具体事物的包装，还需挖掘、提炼其背后的文化内涵和价值精神，做到“宜融则融、能融尽融，以文塑旅、以旅彰文”。因此，应多层次整合媒介资源，发挥新兴媒体尤其是自媒体的传播优势，增强文旅融合的广度和深度，努力打造高质量的创意内容和高品质的文旅产品，提高旅游目的地的吸引力。推动文化和旅游发展渠道相结合。文化传播对现场的依赖性较弱，便于线上传播，而旅游活动需亲临现场才能获得深刻体验，两个行业的传播规律差异明显。利用好两种渠道优势，一方面应依托旅游目的地的资源，加强文化创意产品的孵化和投放。以旅游业的蓬勃发展，高效带动文化资源的价值变现。另一方面文化资源要通过创意设计转变为文化

产品。应借助媒介平台，把文化创意融入旅游产品当中，打造经典IP，重视正面引导，提升文旅融合的经济效益和社会影响力。以文化资源的线上创意呈现，为旅游目的地的营销拓宽渠道。还应注重创作者、媒介平台、地方政府、企业等主体之间的互动。鼓励创作者细致梳理城市的人文地理核心要素，借助短视频平台等社交媒体，挖掘旅游热点、爆点。充分激发文化旅游企业等经营主体能动性，依据市场需求调整旅游产品和营销策略。地方政府应积极提升公共服务能力，提高行政效率，及时响应游客需求，抓住机遇促进城市发展，提升城市美誉度。此外，还要用数字技术拓展文旅融合场景。“科技+文旅”是产业未来的重要发展方向，通过搭建旅游数据库，在线上空间举办“不落幕”的展会、演艺，使更多人能够身临其境感受旅游目的地的独特魅力。运用人工智能等技术，打造线下沉浸式、体验式旅游转变。数字文旅也将成为助推前沿科技发展、培育创新人才的重要驱动力。