

向知识产权创造大国迈进

——国新办发布会聚焦我国“十四五”时期知识产权发展突破

新华社北京7月17日电(记者 宋晨 徐鹏航)“十四五”时期,我国知识产权强国建设迈出坚实步伐。

当前我国知识产权创新能力如何?转化运用成效如何?国务院新闻办公室17日举行“高质量完成‘十四五’规划”系列主题新闻发布会,国家知识产权局相关负责人介绍有关情况。

◆ 创新实力得到持续提升

当前,我国正在加快从知识产权引进大国向知识产权创造大国转变。

国家知识产权局局长申长雨介绍,近年来,国家知识产权局通过深入实施知识产权强国建设纲要,扎实推动高质量发展,在5G通信、人工智能、航空航天、新能源汽车、生物医药、量子信息等战略性新兴产业领域,研发培育一大批高价值核心专利,出现了一批凭借知识产权在国际竞争中站稳脚跟、赢得市场的跨国企业。

“‘每万人口高价值发明专利拥有量’是‘十四五’时期经济社会发展的主要预期性指标之一。截至今年6月,已达15.3件,提前实现‘十四五’规划预期的12件目标。”国家知识产权局战略规划司司长梁心新说,初具规模的高价值发明专利资源,既是我国创新实力持续提升的直接体现,也是促进经济社会高质量发展的有力支撑。

当前,我国企业创新能力不断增强,成为新技术产出的主阵地。申长雨介绍,国内拥有有效发明专利的企业达52.4万家,拥有的有效发明专利数量达372.7万件,占国内有效发明专利总量的74.4%,较“十三五”末提升6.1个百分点。

按世界知识产权组织划分的技术领域统计,国内有效发明专利增速排名前三位的领域分别是信息技术管理方法、计算机技术和医学技术,分别同比增长34.1%、22.7%和19.8%,远高于国内有效发明专利的平均增速,有效为产业数字化转型蓄势赋能,为人民生命健康带来福祉。

此外,专利密集型产业在促进创新、提升效益、稳定就业等方面贡献突出。国家知识产权局知识产权运用促进司司长王培章介绍,2023年我国专利密集型产业增加值达16.87万亿元,占国内生产总值(GDP)的比重达13.04%。

◆ 转化运用取得新成效

知识产权转化运用,是科技成果转变为

现实生产力的重要一环。

“我们深入开展专利转化运用专项行动,成功推动一大批专利实现转化和产业化。”申长雨介绍,国家知识产权局指导全国2700多所高校和科研机构完成了全部存量专利的盘点和价值分析,筛选出68万件发明专利纳入可转化专利资源库,组织45万家企业开展精准对接,做好匹配推送。

同时,国家知识产权局实施专利产业化促进中小企业成长计划,筛选出9000余家高成长性中小企业进行重点支持。

发布会上,一组数据展现新成效:企业发明专利产业化率从2020年的44.9%提升至2024年的53.3%;知识产权使用费年进出口总额从2020年的3194.4亿元提升至2024年的3987.1亿元;全球前5000个品牌中我国品牌价值达1.76万亿美元,位居全球第二……

此外,地理标志产品直接年产值也不断提升,已超9600亿元,实现“五连增”。“不少曾经的‘土特产’,现在变成了增收致富的‘金名片’。”国家知识产权局副局长胡文辉说,目前已有110个中国地理标志产品在国外获得保护,“保山小粒咖啡”“贺兰山东麓葡萄酒”等中国地理标志产品融入全球供应链。

◆ 国际合作取得新突破

知识产权国际合作,既有助于为在华外资企业营造可预期的创新环境,也有助于中国企业更好地“走出去”。

申长雨介绍,我国已与80多个国家和地区建立了知识产权合作关系,专利审查高速路(PPH)覆盖84个国家;深入推进“一带一路”知识产权合作,实现合作内容提质升级;中欧地理标志保护与合作协定正式生效,实现第一批清单产品互认互保。

对于出海企业,国家知识产权局主动加强知识产权保护。“截至2024年底,我们累计向企业提供指导服务2393次,咨询服务6885次,帮助企业降低应诉成本13.2亿元,挽回经济损失380.4亿元。”胡文辉说。

同时,我国深化绿色创新国际合作,推动“知识产权助力实现可持续发展”纳入金砖国家知识产权合作内容。我国企业已累计向世界知识产权组织绿色技术平台提供1.2万件绿色技术。

“下一步,我们将强化知识产权高质量创造、高标准保护、高效益运用、高水平开放,推动知识产权强国建设再上新台阶。”申长雨说。

天安门城楼维护检修后重新亮相



7月17日拍摄的天安门城楼。

北京市人民政府天安门地区管理委员会2025年4月28日发布通告称,天安门城楼自2025年5月6日起暂停对外开放,以进行设备维护和检修工作。目前,天安门城楼的施工围挡已经拆除,重新亮相,但恢复开放时间另行通告。

新华社记者 邢广利 摄

停产13年后,乐凯彩色胶卷重返市场

新华社石家庄7月17日电(记者 杜一方)17日上午10点,停产13年的乐凯彩色胶卷在第26届上海国际摄影器材和数码影像展览会上正式发售,承载几代国人记忆的经典产品将重返市场。其测试装日前已在河北保定的乐凯胶片股份有限公司生产车间复产下线。

此次发售的是乐凯C200彩色胶卷,延续经典的红盒白标设计,每卷36张,定位经济实惠的入门级产品,展会现场售价每卷52元,两卷99元。记者了解到,重返胶卷市场是企业关注到“Z世代”消费群体对摄影胶片颗粒感的需求回归,以及胶卷摄影多元化的成像效果,契合当下消费者对差异化表达、“拆盲盒”式创作体验的追求。

在乐凯展台旁,摄影爱好者方宏婧难掩激动:“最初学摄影用的就是乐凯彩色胶卷,没想到时隔多年能再次见到它。”作为国产

彩色胶卷开拓者,乐凯曾17年走完国际行业巨头几十年的技术路程,其产品成为不少国人的摄影心头好,是当时国内唯一可与柯达、富士竞争的世界三大彩卷制造商之一。2012年,受市场萎缩及关键化学品依赖进口带来的成本压力影响,乐凯彩色胶卷停产。

“这次发售的彩色胶卷是乐凯技术突破后的全新出发。”乐凯胶片股份有限公司副总经理陈焱介绍,乐凯胶片与有关高校通过18个月的联合技术攻关,让新的乐凯C200彩色胶卷不仅实现化学品材料国产化,更在纳米涂层、环保显影等关键技术性能上取得突破。

如今的乐凯,已转型绿色印刷材料、数字医疗材料等新材料领域。据悉,此次乐凯同步推出的还有一次性相机及可重复使用相机等配套产品,后续将根据市场反馈考虑拓展中高端系列产品。

国家邮政局:指导相关快递企业优化收费计重规则

新华社北京7月17日电(记者 叶昊鸣 张千千)新华社“新华视点”栏目7月11日播发《快递计重、停车计时等“向上取整”,合理吗?》,报道部分快递企业向消费者提供服务时存在“向上取整”计重现象,即“不足1公斤按1公斤计算”等形式。

稿件发出后,国家邮政局高度重视,迅速组织开展核查工作,指导相关企业结合自身实际,参照快递服务国家标准优化完善服务收费计重规则,即计费重量以千克为单位,保留小数点后至少1位。

据了解,目前多家企业已优化计重收费规则,并进行公示(公布)——

京东:首重不足1千克的,按1千克计算;续重以0.5千克为计费单位,不足0.5千克的,按0.5千克计算。

申通:使用秤、卷尺等计量用具测量快件的实际重量和体积,确定正确的计费重量。计费重量以千克为单位,保留小数点后至少1位。

德邦:续重以0.5千克为计重单位,不足0.5千克的,按0.5千克计;足0.5千克,向上进位至下一个1千克。

韵达:不足1千克按1千克计算;超过1千克的部分,计算续重费,重量精确到小数点后2位且不进位。

圆通:首重不足1千克的,按1千克计算;续重以0.1千克为计费单位,不足0.1千克的,按0.1千克计算。

中通:使用秤、卷尺等计量用具测量快件的实际重量和体积,确定正确的计费重量。计费重量以千克为单位,保留小数点后至少1位。

极兔:首重1千克,不足1千克按1千克计费;续重以0.1千克为计重单位,即1.3千克按1.3千克计算运费。

下一步,邮政管理部门将持续督促各企业按照已公布的收费规则开展经营活动,履行服务承诺。

超豪华小汽车消费税政策调整

新华社北京7月17日电(记者 申铨)记者17日从财政部了解到,财政部、国家税务总局当日发布公告称,调整超豪华小汽车消费税政策。

根据公告,超豪华小汽车零售环节消费税的征收范围由此前的“每辆零售价格130万元(不含增值税)及以上的乘用车和中轻型商用车”调整为“每辆零售价格90万元(不含增值税)及以上的各种动力类型(含纯电动、燃料电池等动力类型)的乘用车和中轻型商用车”。

“此次调整超豪华小汽车消费税政策,进一步强化了消费税引导合理消费的功能;将各种动力类型小汽车纳入政策适用范围,

有利于发挥税收调节效应,更好促进税制公平。”北京国家会计学院副院长李旭红说。

此外,公告明确,对纳税人销售二手超豪华小汽车,不征收消费税。所称二手车,是指从办理完注册登记手续达到国家强制报废标准之前进行交易并转移所有权的车辆。公告还明确了零售环节销售额,是指纳税人向购买方收取的与购车行为相关的全部价款和价外费用,包括以精品、配饰和服务等名义收取的价款。

李旭红表示,公告明确对纳税人销售二手超豪华小汽车不征收消费税,可避免重复征税;明确了二手车和零售环节销售额的定义,进一步提高了政策的确定性。

国家文物局发文规范国有馆藏一级文物借用管理工作

记者7月17日从国家文物局了解到,国家文物局近日印发关于规范国有馆藏一级文物借用管理工作的通知。通知强调,各级文物行政部门、文物收藏单位应当深刻认识馆藏一级文物的重要性、稀缺性和不可再生性,将文物安全放在首要位置。保存状况不佳、易因运输包装受损的馆藏一级文物不得出借。

通知提出,出借单位应当切实履行文物安全主体责任,充分评估出借文物的必要性,严格评估文物现状和场馆设施条件,加

强全流程监督管理。借用单位应当落实文物使用直接责任,按照有关规定、标准,完善安全防护设施和措施,确保文物安全。

通知要求,出借单位应当充分评估拟出借馆藏一级文物的保存现状,组织专业人员论证文物是否适宜展出和运输,针对性提出保管、展出、包装与运输建议。

通知规定,同一件文物连续借用给同一或不同单位的最长期限不得超过三年,不得通过连续借用给不同单位的方式规避时限要求。

新华社电

金龙鱼外婆乡小榨菜籽油携手天佑德酒业达成战略合作

本报讯(记者 王琼)7月11日,第十一届金龙鱼外婆乡小榨菜籽油油菜花节收官仪式在青海省互助县盛大启幕。在与土族传统村落交相辉映的千亩花田里,金龙鱼外婆乡小榨菜籽油的醇厚油香与当地酒企天佑德青稞酒的馥郁酒香巧妙碰撞,上演了一场融合河湟文化、民族美食与匠心工艺的沉浸式盛宴。

活动现场,金龙鱼外婆乡小榨菜籽油与传承百年的当地青稞酒企天佑德跨界携手,共同举行“寻味外婆乡,传承西北宴”战略合作签约仪式。这份合作让西北的豪情有了最鲜活的注脚——当油香与酒香在舌尖交融,既为消费者带来“小时候的菜油香”,更让人深切体会到西北饮食文化中“美食配美酒”的待客之道。

作为中国菜籽油销量第一的品牌,外婆

乡小榨菜籽油严选优质原料,传承传统小榨工艺精髓,历经物理压榨、控温炒籽等精细工序,以慢工出细活的匠心保留营养与纯香,呈现浓郁小榨风味。烹饪时,它不仅“去腥提味、上色增香”,更能充分激发食材本味鲜香,让每一道菜肴都浸润着“小时候的菜油香”,成为中国传统风味菜籽油的守护者。而天佑德青稞酒同样坚守百年酿造技艺,以高原青稞为基、雪山融水为魂,酿出口感清冽、曲香馥郁、醇厚悠长的青稞酒,深耕西北市场,积累了广泛影响力。

金龙鱼外婆乡小榨菜籽油与天佑德青稞酒的强强联合,不仅实现风味互补,更在标准化生产的时代里,以“守艺”之心为消费者带来穿越时光的情感共鸣。同时,两者的合作将带动当地农业产业发展,把饮食文化的影响力转化为乡村振兴的推动力。