

生鲜包裹不能只比拼速度

吉蕾蕾

深度观察

炎炎夏日，冷链寄递需求高涨。从茂名荔枝到阳山水蜜桃，从马迭尔雪糕到昆明玫瑰花……越来越多的农产品和生鲜货品以快递包裹的形式，行销大江南北，抵达千家万户。这不仅得益于近年来我国寄递服务网络不断完善，网络联通性有所增强，更离不开冷链服务的保驾护航。

快递包裹是城乡产销衔接的桥梁，特别是在调节农产品跨季节供需、跨区域流通等方面，发挥了至关重要的作用。得益于冷链服务的普及，更多农产品、生鲜货品顺利出村进城。国家邮政局数据显示，今年上半年，农村地区快递包裹收投量达219亿件，支撑农产品网络零售额突破2900亿元，同比增长12.4%。可以说，快递物流的冷链服务既满足了城市消费者的消费需求，又拓宽了生鲜农产品销路、助农增收。

经常网购的消费者肯定有体会，生鲜货品往往十分娇嫩，怕磕碰，易腐烂。特别是在盛夏时节，如何避免生鲜货品坏在路上，

快递物流的冷链服务既满足了城市消费者的消费需求，又拓宽了生鲜农产品销路、助农增收。目前，次日达、限时达成了很多快递物流企业比拼高效服务的重要指标。不过，生鲜包裹比拼的不仅仅是速度。要提升生鲜包裹的寄递体验，就要满足全渠道的冷链需求，特别是要做好两个“一公里”衔接。

对包装、运输、末端派送的考验很大。以阳山水蜜桃为例，采摘后一般只能保鲜2至3天，这对寄递时效的要求很高。

市场有需求，企业往往就会有行动。这几年，在相关部委的倡导下，快递物流企业不断延伸网络，在揽收、转运、派送等环节持续发力，提高生鲜产品运输时效。有的深入田间地头，为农户提供从采摘、包装到寄递的全方位服务；有的针对县域优质农产品，开通全货机航线；有的还对网购雪糕推出“化冻包赔”的定制化服务。次日达、次日达、限时达成了很多快递物流企业比拼高效服务的重要指标。这无疑为生鲜农产品的寄递时效加了一份保障，也让消费者切实感

受到快递之快。

不过，生鲜包裹比拼的不仅仅是速度。包装对于生鲜货品转运的重要性不言而喻。比如，水蜜桃皮薄汁多，热不得，冷不得，包材得柔软透气些；杨梅最怕碰撞，包装时每颗都得有独立的空间。这就要求快递物流企业提供专项定制服务方案，针对不同生鲜农产品的生产储存需要，不断研发和创新不同品类的专属包装。对价值较高、温度要求较严的品类，要安排专人跟进，最大程度降低因各种异常情况而发生的损失。

有了适宜的包装后，在理想状态下，从产地预冷、冷库存放、冷链运输到末端配送，每一个环节都不能少了对温度的控

制。而现实情况是，“田头冷柜”普遍不足，冷库、冷藏运输车严重短缺，末端网点冰柜要么太小，要么没有。因此，要提升生鲜包裹的寄递体验，就要满足全渠道的冷链需求，特别是要做好两个“一公里”衔接。在“最先一公里”方面，要继续延伸服务触角，有条件的企业可以根据实际需求建设中小型冷链仓储；在“最后一公里”的派送问题上，快递物流企业要不断完善城市末端冷链物流设施，增设冷藏接驳车，提前电话通知并优先派送生鲜包裹，确保每一件包裹及时无误送达。

快递物流行业更是服务业。《“十四五”冷链物流发展规划》提出，到2025年，初步形成衔接产地销地、覆盖城市乡村、联通国内国际的冷链物流网络。可以预见，完善的冷链服务体系，将是各大快递物流企业核心竞争力的重要体现。快递物流企业应抓住机遇，不断优化升级配送方式，围绕消费者下单、仓储调配、冷链运输等关键环节，提供最优算法，给电商卖家、广大消费者带来更好的服务体验。或许，这正是生鲜包裹未来比拼的重点所在。

近期，国家知识产权局公布了上半年我国知识产权工作情况，截至今年6月底，我国发明专利有效量为390.6万件，同比增长17.5%；有效注册商标4054.5万件，同比增长20.9%。总体上看，我国知识产权发展态势稳中有进、质量提升。

当前，我国已经成为知识产权大国，正在向知识产权强国迈进。我国知识产权实现了历史性突破，专利和商标申请量持续居于世界第一，国际创新力排名不断提升。知识产权保护更加有力，构建了体系完备的知识产权制度，形成了独具中国特色的司法执法衔接保护；运用效益显著提高，企业与企业竞争力得以增强；公共服务效能不断提升，审查授权与信息服务平台不断优化；国际合作与竞争有序开展，深度参与了知识产权多边条约和区域条约治理。

知识产权对于创新型国家建设起决定性作用。保护知识产权就是保护创新。一国知识产权水平的高低，直接反映了该国经济社会发展水平的高低。知识产权是伴随科技革命和市场经济发展起来的制度，催生了以创新为代表的经济新业态。无论是专利、商标，还是版权，乃至商业秘密等其他知识产权，都在经济社会发展中扮演着越来越重要的角色。我们正在进行创新型国家建设，应将知识产权作为强国战略举措，准确把握并有序实施。

尽管我国知识产权事业高速发展，但仍存在需要改进和完善的问题。总体上，我国知识产权呈现出“大而不强，全而不精”的特点，知识产权大国特征明显，强国特征有待形成。此外，知识产权战略及其推进计划、政策、法治之间的协调配合与作用关系不够清晰，决策、执行效率有待进一步提高。具体而言，突出表现为高水平、高质量知识产权不足，企业知识产权运营管理能力不足，相对落后地区的知识产权发展不足，市场主体的知识产权国际化实践不足。

迈向知识产权强国的关键是修好内功，在大而全的基础上实现强而精。应发挥制度优势，遵循国际一般规律，在高价值专利、国际品牌商标及特定领域知识产权上加强产业链布局与掌控。进一步优化知识产权保护制度，建立层级明晰、精准到位的知识产权规则体系，促进知识产权在成果转化、授权许可方面取得机制性突破。通过企业、行业、政府协作联动，实现知识产权管理水平与效益的显著提升，明确权责、利益边界，建设好知识产权公共服务机制。以市场主体为主导、以国家支持为后盾，结合重点项目扶持和长效机制建设，提升知识产权跨境保护与海外维权力度。

除了常态化知识产权建设机制，还应考虑建立特殊性的知识产权制度安排，以实现特定的经济社会发展需要。数字经济是未来国际竞争的制高点，谁赢得了数字知识产权，谁就占据了国际经济的先机。目前，我国已经在数字知识产权领域取得一定进展，下一步，制定与此相关的专门性知识产权政策和法规，应成为我国知识产权强国建设的重点专项之一。另外，在疫情防控等特殊时期，可通过探索知识产权费用优惠、投融资实践和服务机制优化等制度安排，为困难行业和创新企业提供帮扶。对关系广大群众公共健康的知识产权项目，因地制宜利用好既有知识产权规则，充分保障民众健康福祉。对于部分少数民族地区，可针对其传统知识资源和文旅项目采取特殊的知识产权扶持政策，提升带动经济社会转型和经济结构优化。

需要注意的是，修好内功绝不是闭门造车，而是应以开放的视野和国际化的方式进行科学实践。知识产权的国际化是其天然属性，国际经贸实力决定着各国的知识产权实力。知识产权强国建设，必须与国际形势密切结合起来，以客观务实的态度开展国际合作竞争。未来一段时期，我国可在国际公共健康、数字经济和传统知识等领域积极发挥引领或带动作用，为全球知识产权治理提供助力，推动我国知识产权强国建设目标实现。

（作者系华东政法大学知识产权学院院长、教授）

丛立先

中小家电企业绿色转型正当时

潘 煊

近日，多部门联合发布《关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》，推动家电产业进入新一轮换挡期。此前，受疫情影响，家电产业承压，大企业通过减少人工成本、增加研发投入、拓展多元品类等“组合拳”自救，但部分中小企业抗风险能力较差，自救难度大。《通知》的出台，有助于开辟家电产业绿色智能新赛道，对于中小家电企业转型升级具有重要意义。

不难发现，不少中小家电企业转型需求强烈，转型方向也比较明确，但仅依靠企业自身力量，往往“转不动、转不好”，这也和中小企业创新能力不强、资金实力较弱、管理理念落后等因素有关。政府应重视中小家电企业在绿色智能家电供给方面的作用，加大力度支持企业转型升级。

一方面，要优化创新生态，提高企业研发设计能力。目前，我国家电市场处于存量阶段，必须依靠科技创新加速产品升级，用绿色化、智能化新产品培育消费新增长点。应围绕关键技术、行业共性技术以及科技成果的产业化应用，积极发挥政府、龙头企业、行业协会等多方力量，实现创新资源高效配

置，降低创新成本，用良好的创新生态赋能中小家电企业自主创新。要积极打造研发设计孵化中心、知识产权中心等公共创新服务平台，鼓励行业协会、产业集群促进机构、产业联盟等主体建设大中小企业融通发展服务平台，向中小家电企业开放高水平的科研与创新资源，共享科研与创新能力，构建起开放式创新体系。

另一方面，要支持数字化转型，提高企业低碳运营能力。“双碳”背景下，绿色和智慧理念不仅体现在产品端，还贯穿于生产制造环节。目前，我国不少中小家电企业还采用家庭作坊模式，生产过程中能耗大、污染重、效率低，数字化转型势在必行。应支持数字化承包商为家电行业提供基础数字应用场景，满足企业建设数字化车间、工厂的共性需求，同时为中小家电企业提供个性化应用场景，满足不同规模、不同发展阶段的企业的实际需求。进一步打造家电行业工业互联网平台和产业大脑，提升平台化服务能力，以线下轻量化改造与线上云服务相结合的方式，推动中小家电企业数字化改造。还应配套相应奖励措施，调动企业数字化改造的积极性。

合力划下

近期，多个网络平台先后上线IP属地功能，网络空间内一些借助虚假地址、虚假信息、虚拟人设等非法牟利的“李鬼”，在阳光线下现出原形。由此也催生出一门见不得光的生意——付费IP代理网络黑产，应当引起人们警惕与重视。

为营造清朗有序的网络环境，一段时间以来，各大平台依法依规显示IP属地，此间，打着海外代购旗号贩卖假货的“海外博主”现出真身、以旅途内容为噱头收割流量的“旅游博主”露出马脚、冒充真实用户漫灌好评的“水军”浮出水面……没承想，非法IP代理服务随之“粉墨登场”。每月花费数元到数十元不等，网络“李鬼”们即可任意修改真实IP属地，藏起本已显形的真面目，继续施行见不得人的勾当；还有部分群体因保护个人隐私的需要购买非法IP代理服务，以隐匿账号真实身份。无论出于何因，这一举动不仅具有一定的违法违规风险，更将购买者置身于隐私泄露、安全失守的隐患中。

付费IP代理等网络黑产肆意生长，不仅不利于净化网络生态、稳定线上秩序，而且直接损害广大网络用户的切身利益，甚至削弱网络空间对用户的吸引力。划下“李鬼”IP的假面，必须对非法IP代理、伪造服务场景、刷屏刷好评等乱象进行有效治理，着眼根本、多方参与、多措并举破除网络黑产滋生的土壤。

破除网络黑产，首先要完善数字法治体系，加大网络空间监管。近年来，职能部门持续织密法治网，发布了一系

列法律法规，8月1日起正式施行的《互联网用户账号信息管理规定》，细化了IP地址归属地公开、实名制等方面规则，为各方更好落实要求提供了明确依据。同时，监管部门对网络黑产的打击整治力度持续加大，公安部网安局近日召开全国公安机关网安部门“百日行动”视频推进会，要求重拳打击、重拳整治动态IP代理等属雷雨易滋生违法犯罪的互联网重点应用。

破除网络黑产，重点应从业内人员行为，强化社会引导。凝聚人心、达成共识，筑牢面向网络黑产的群防群控网络，是防范网络黑产危害市场的有力武器。一方面，互联网行业要进一步提升平台及从业人员的社会责任，明确树立从业行为规范，形成以遵纪守法、创新创造为荣，以从事黑产、投机取巧为耻的职业荣誉感，让造假售假的“李鬼”们无所遁形。另一方面，社会各界应各尽其责，充分宣传网络黑产的危害，培养广大用户自觉抵制网络黑产的意识。

破除网络黑产，离不开行业企业合力封堵，聚力发展数字安全。互联网业态内各企业应通力配合，比如，电商平台加强识别，及时下架网络黑产服务或产品，搜索引擎重点监控、精准封禁网络黑产营销关键词等。作为数字经济行稳致远的基础，数字安全应当引起社会广泛重视，只有构建起一张行之有效的安全防护网，对网络黑产露头就打、连根拔起，才能更好遏制其层出不穷、禁而不绝的乱象。



徐 骏作(新华社发)

严厉查处新型网络诈骗

日前，江苏省披露一起涉案金额高达1.4亿元的新型网络诈骗案。涉案团伙以“无门槛开店”为诱饵广撒网，继而以辅导开店之名诈骗“辅导费”，甚至还与被害人签订合同。随着互联网的快速发展，各类新型网络诈骗层出不穷，存在较强的隐蔽性和迷惑性，侵害人民群众的财产安全，破坏行业健康发展。网络空间并非法外之地，多年来，相关部门联手严厉打击网络诈骗行为，取得积极成效。各方还应进一步加大平台监管力度，创新监管手段，加大典型案例普法宣传，揭露新型网络诈骗手法，让犯罪分子无所遁形。

（时 锋）

外商对华投资步伐并未放缓

王静文

从近两年的情况看，尽管有一部分外资撤出中国，但并未成为主流，更多外资仍然选择投资中国。从基本面来看，我国是世界上工业体系最健全的国家；从政策面来看，我国坚定不移扩大对外开放，营造法治化、国际化、便利化的营商环境。基本面和政策面对外资产生双重引力。

市场也在不断扩大，2021年人均GDP达到1.25万美元，中等收入群体规模超过4亿人。持续推行扩大内需战略，将使外资企业进一步享受我国广阔市场的红利。

从政策面来看，我国坚定不移扩大对外开放，持续打造世界大市场、外商投资热土。外商投资法的实施，营造了法治化、国际化、便利化的营商环境，用法治保障外商合法权益，彰显了我国进一步扩大对外开放的决心。新版外资准入负面清单进一步放开了汽车制造等领域外资股比限制，有力带动了引资规模增长。各部门积极回应外资企业来华营商便利等诉求，出台了一系列政策措施，包括保障内外资平等参与政府采购、延长外籍个人所得税减免政策等，这些都稳定了外商投资的预期和信心。

从上半年情况来看，外商直接投资有几方面特点：一是外资来源地比较广泛。上半年韩国、德国等实际对华投资均有所增长，且保持在较高水平。

二是服务业成为投资主体，高技术产业增长较快。上半年服务业实际使用外资金额超过5000亿元，占比接近四分之三，远远超过制造业。外资对社保、健康、养老等新兴服务业的投资热情颇为高涨。与此同时，高技术产业实际使用外资增长33.6%，远高于整体增速。这说明外资敏锐地捕捉到了中国产业转型升级的机遇，同时也与中国在服务业等领域不断放宽准入、扩大开放密不可分。

三是中西部地区对外资吸引力增强。上半年中部和西部地区实际使用外资增长速度高于东部地区。国家鼓励出台力度更大的加工贸易梯度转移支持政策，以及扩大中西部外商投资制造业鼓励类目录，中西部地区通过税收等政策工具引导和支持外资有序转移产业，都对外资流入产生了促进作用。

近日召开的中共中央政治局会议对于外资外贸工作有新部署，要求“积极促进出口、扩大进口，做好技术、外资引进工作”“营造好的政策和制度环境，让国企敢干、民企敢闯、外企敢投”。这些部署，彰显了中国进一步扩大高水平对外开放的决心，也必将稳固外资企业“投资中国就是投资未来”的信心。

（作者系中国民生银行研究院宏观研究中心主任）