

## 知识产权犯罪严惩治 “老品牌” “新潮牌” 同保护

# 杨浦检察发布 2020 知识产权检察白皮书

□ 通讯员 张敏 记者 贺梦娇

知识产权，一头连着创新，一头连着市场，是市场经济运行营商环境评价的关键一环。近日，上海市杨浦区人民检察院召开新闻发布会，通报了《2020 上海杨浦知识产权检察白皮书》(以下简称“白皮书”)，对杨浦检察机关 2020 年所办知识产权犯罪案件进行全面梳理分析，剖析犯罪发展趋势，并介绍了杨浦检察机关加强知识产权保护、服务保障优化营商环境所采取的措施和机制以及今年办理的典型案例。

白皮书显示，2020 年，杨浦区检察院受理侵犯知识产权犯罪案件 65 件 159 人，其中审查逮捕案件 40 件 104 人，同比增长 122%，审查起诉案件 25 件 55 人，同比上升 150%。各类侵犯知识产权犯罪案件成倍增长，其中假冒注册商标案件增幅明显。案件呈现特点：涉案领域扩大渗透多行业，售假渠道涌现新模式，诸如 BOY LONDON 等一些“新潮牌”的售卖渠道从以往的商铺、网店扩展到朋友圈、直播等社交平台，进一步、全方位渗透进百姓的日常生活。犯罪组织架构规模化，犯罪

方式手法隐蔽化，侵权环节分工更为精细，行为人通过货标分离、异地贴标、组装，异地储存、拆分发货、真假混售、掺杂刷单等方式逃避监管，加大了侦查难度。同时，“老品牌”遭侵权呈上升态势，社会影响不断扩大，诸如上海牌手表等，积累、沉淀多年的品牌文化因此受到冲击，不利于整个文化市场的创新发展。

2020 年，杨浦区检察院持续深入打击制售假冒伪劣商品等犯罪，突出打击链条式、产业化侵犯知识产权犯罪的同时，牢固树立“保护知识产权就是保护创新”理念，将严惩

知识产权犯罪与加强权益保护有机结合，不断深化创新知识产权检察工作机制，为服务保障优化营商环境提供了坚实的司法保障。

据悉，杨浦检察院依托核心团队，推进知识产权保护专项行动，于今年组建专业化办案核心团队，发挥人才集聚优势，开展系列“老品牌”知识产权专项行动，深挖公益诉讼线索并积极向第五检察部移送，目前相关公益诉讼移送线索已被采纳并立案，为本土品牌企业提供更高质量检察服务。

发布会现场，还邀请了人大代表、政协委员参与观摩并交流发言。

## 金山老年基金会组织老年人登高



金山区老年基金会与东林寺联合开展“登高远眺享重阳，九九重阳祈健康”老年人重阳登高健身活动，金山各街镇及金山工业区共有 200 多名老年人参加了登高活动。

通讯员 袁露萍

## 奉贤区第五届围棋棋王预赛举行



由奉贤区体育局主办，弈海围棋俱乐部承办的“悦动贤城”2020 年奉贤区第五届围棋棋王预赛日前在奉贤区体育中心举行，参赛选手小的 5 岁，大至 65 岁共 210 人，经过激烈角逐，李炎波、杨润麒、胡睿获得前三名。

通讯员 王菊萍

## 长篇小说《灿途》读书分享会举行

□ 通讯员 夏敏

10 月 18 日下午 2 点，上海文艺出版社联手傅雷图书馆在该馆的四楼会议室，举办了一次由浦东本土的中国作家协会会员倪辉祥创作的长篇小说《灿途》的分享会。

分享会由该书的责任编辑崔莉女士主持，由作者倪辉祥同与会者分享了这部由原型人物与真

实场景为依据创作而就的《灿途》的经历与体会。作为嘉宾应邀出席的浦东作协副主席宗廷沼与作家、评论家邵天骏、何国胜等相继发言，盛赞了这部被出版社列为向浦东开发开放 30 周年献礼、讴歌浦东电力建设的现实题材的作品。会后作者与宗廷沼还向部分听众签名赠送了《灿途》与《浦东作家小说精选》等书籍。



□ 通讯员 刘运杰

推进乡村振兴战略，产业兴旺是关键。产业兴旺、农民增收短板在销售，关键也在销售。农产品丰收后，农产品有销售渠道，让广大农民卖得好、卖得快、实现增产又增收是个值得探索的问题。

### 一、新时代农产品需求侧分析

随着居民生活水平的提升，消费者对农产品的需求从饮食层面上升到安全、健康层面，出现有机、绿色的高端需求。同时，除了农产品的生产功能需求外，农产品的生态、生活功能需求日益凸显，三大需求相互交织，引领农产品的生产经营活动，影响农业经营主体的业态和经营模式。具体而言，消费者需求体现在以下三个方面：

1. 农产品的健康需求。目前，消费者的消费观念从“吃得饱”向“吃得好”转变，市场上对有机农产品的热度日益提升。部分消费者对市场销售的有机、绿色产品信任度不高，更倾向于到农产品产地直接采购。

2. 农产品的生态需求。居住在“钢筋水泥”中的广大市民渴望回归自然、回归田园。农村的稻田白鹤、田野阡陌、河湖港汊提供了优美的自然风光，也是广大市民渴求的生态产品。

3. 农产品的生活需求。从文化根源上，中国人骨子里都有对田园生活的向往，对耕读文化的追求。居有书，耕有田的生活场景是城市白领的人生理想。农居里读书喝茶、窗外耕种采收，农村耕读度假、创意工作对都市人具有较大的吸引力。

### 二、祝桥镇新农村农产品供给销售状况

新农村村位于祝桥镇东南部，占地面积 3.45 平方公里，耕地面积 2950 亩。现有农业合作社 6 家，土地较为平整，大部分实现流转，规模效应较好。以水稻为主

打产品，水果和蔬菜为辅，产品结构在浦东地区极具代表性。

水稻面积 1200 亩左右，年产量约为 600 吨，品种为花优 14、南粳 46，大米品质较高。

水果种植以葡萄、皇冠梨、8424 西瓜等为主，蔬菜种植以时令蔬菜为主。

农产品主要依靠老客户、熟人销售，少量依靠休闲采摘销售，一定程度上存在销售难的问题。

### 三、浦东农产品供给销售状况

全区耕地面积 39.94 万亩，2018 年种植业产值为 33.85 亿元，种植业产值占全市 22.6%，粮食作物产量占全市 10.3%，水果占全市 20%。

农业经营体系较为健全。农产品生产经营主体是合作社和家庭农场，现有家庭农场 546 家，国家级示范合作社 15 家，市级示范合作社 13 家，国家级农业产业化龙头企业 5 家，市级龙头企业 17 家，农业产业联合体 15 家，产业联合体、企业及合作社提升了浦东农产品生产、供应和销售的规模化、标准化水平，提高了农产品的经济效益。

浦东特色瓜果种植形成规模。南汇水蜜桃面积 2.6 万余亩，占全市的 40%，年总产值约 3.7 亿元。西瓜种植面积 2.5 万亩，年产量 5.8 万吨，占上海市产量 33%，产值 2.7 亿元，占市总产值 38%。

区域农产品电商发展较快。盒马生鲜、清美鲜食引领农产品销售新业态，网上下单，线下配送，足不出户逛菜场，打造农产品销售新模式。区农业部门建立的“浦东农鲜”微信公益商城，搭建农产品电商平台，有力促进了农产品销售。

### 四、拓展农产品销售的建议

农产品销售是一个整体工

程，需要统一规划设计。为提升生产合作社、家庭农场农产品销售能力，夯实抗风险能力，提高农民收入，建议如下：

#### (一) 强化要素培养以销售合力促进销售

1. 开拓农产品销售渠道。“农民不怕种田，就怕没有销售渠道。”稻米种植户如果有大米销售渠道，卖“稻谷”变为卖“稻米”，每亩增加销售收入 800 元 - 1000 元。

在充分利用现有家庭农场的销售渠道基础上，建议采用“市场”加“政府”两种方式拓展销售渠道。一是积极发展大客户。村里生产合作社、家庭农场努力发展稳定的大客户，形成农产品销售的“压舱石”。比如企业后勤供应、集团采购。二是区、镇政府吸引、推动龙头企业、新型零售企业落户乡村。龙头企业采用订单农业、产业基地等形式实现集中收购、统一加工，品质销售，构建高效的现代农业体系。比如清美在宣桥、泥城设立蔬菜种植基地，盒马在航头建设盒马村，建立“订单式”种植模式，有效带动周边农村农产品销售。三是打好线上销售组合拳，助力农产品销售。相关政府部门通过统一搭建线上平台，政府搭台，农户唱戏，协会监管与农户自律相结合，助力农民增收。村里家庭农场应当提升产品质量，积极争取入驻“浦东农鲜”，推动农产品销售。大力开展农产品直播卖货，进行电商直播培训，推动田间直播助力销售，拓展抖音直播销售新渠道，促进农民增收。区相关部门代表广大农业合作社开展物流企业集体谈判，统一商定物流配送价格，降低电商销售物流成本。

2. 统一宣传推广。考虑到合作社、家庭农场宣传能力有限，针对不同农产品的上市时间，建议区、镇相关部门统一进行宣传推

广。突出产品特点、卖点，统一文案设计，在政务微信、电视台、报纸等媒体进行投放。比如水蜜桃的销售，政府公益广告在浦东发布、浦东三农等微信公众号进行宣传，较好地促进了销售。区、镇政府可对大米、皇冠梨等品种及重点推广品种葡萄挖掘卖点，增加文化内涵和体验宣传，讲好浦东农产品故事，增加浦东农产品知名度。

3. 细化认证检测。农产品销售拓展，必须取得相关部门的产品质量检测报告。食品加工、销售许可和绿色认证，是农产品进入超市、菜市场的必备条件。村居合作社要实现销售升级，检测认证需要全力突破，加强生产管理，按照要求满足检测认证要求。

4. 推行包装补贴。村内农产品需要总体规划，重新定位和包装。对家庭农场改良包装，满足个性化、小重量、设计精美且有一定销售量的包装，建议相关部门探索推出农产品包装推广补贴，降低成本，提高合作社改善包装的积极性，形成以包装促进销售，以包装提升品质的良性循环。

#### (二) 优化产品品质，以高品质带动销售

1. 优化种植结构。为实现农产品增产增收，需要不断探索优化种植结构。以品种优化实现品质提升，以品质提升拓展销售。一是通过品种优化实现人无我有，开辟蓝海市场。比如稻菇轮作，利用收稻后空档期发展大球盖菇，提升土地地力，增加经济效益。据统计，种植大球盖菇，每亩消耗稻草 10-15 吨，产量 2500 千克，实现销售收入 2.5 万元。二是通过品种优化实现人有我优，优质优价，实现较好的经济效益。优质稻米销售价格每斤 7-10 元，一般稻米销售价格每斤 3 元，

销售价格相差一倍多。三是实现错峰上市，打好“时间差”，扩大销售份额。比如泥城镇马厂村引进“冬桃”，在冬季销售，避开夏季“卖桃”高峰，每亩年产量 1500 公斤，亩产值达 3.6 万元。

2. 运用先进技术。为发展“三高”农业，引进、采用新型农业技术，提高农产品品质，提升农产品的经济价值。一是采用新型治虫技术。在蔬菜、水果病虫害防治方面，采用新型治虫技术，实现绿色灭虫，提高蔬果品质。桃咏农业合作社采用臭氧杀虫技术，效果良好。二是发展绿色循环农业。尽量减少农药、化肥的使用量，结合区域品牌和自有品牌积极试行无化肥、无化学农药的“两无化”生产模式，提高农产品品质。三是发展冷藏技术，延长农产品保质期，提高经济效益。例如水蜜桃的保质期短，从上市到结束只有半个月左右，影响桃农收益。通过引进、研发冷藏技术，拉长水蜜桃的销售周期，创造较好的经济效益。

(三) 深耕采摘休闲、以体验文旅实现“软”销售

1. 发展采摘休闲销售。通过蔬菜的品种规划，拓展农产品的采摘销售、休闲销售。村里的蔡欣蔬果合作社通过果树品类规划，以鲜果采摘、游园娱乐为特色，发展水果休闲采摘，带动大米销售。通过人气、口碑销售，扩大农产品的销售量，节约了人工、物流成本，提高了经济效益。

2. 以农耕文化体验带动农产品销售。农耕文化是现代回归自然、放松身心的有效方式。通过农宅统一设计、复古改造，屋内读书，院内劳动，体验静谧的耕读生活。以农耕文化放松体验、休闲游为主打产品，以农家集市、农家土菜等“软”方式为辅，潜移默化地销售农产品，以人流量增加推动销售量提升。

(作者为浦东新区祝桥镇新农村驻村指导员)