

# 深港全方位对接，迈向深层次合作

新华社深圳 11 月 27 日电(记者周科、王丰)今年 9 月，深圳香港培侨书院龙华信义学校正式开学，迎来逾千名深港学子，这座学校的最大特色就是“深港融合”。

“这里既招港籍学生，也招内地学生，香港与内地的课程体系将并行且相互交融，不少教师也来自香港，我们致力于培养‘走向世界的现代中国人’。”深圳香港培侨书院龙华信义学校相关负责人李培垣说。

深圳香港培侨书院龙华信义学校的成立，正是深港合作不断深化的缩影。近年来，深港两地正迈向全方位和深层次合作。

今年 9 月《全面深化前海深港现代服务业合作区改革开放方案》公布，前海合作区面积由 14.92 平方公里扩展到 120.56 平方公里。“特区中的特区”前海又一次站在新的历史起点，这也是深港合作的新起点。

自 2010 年设立以来，前海已成为深圳与香港关联度最高、合作最为紧密的区域之一。截至今年 9 月，这里已累计注册港资企

业 1.15 万家，实际利用港资 226 亿美元，全国首家港资控股的消费金融公司、公募基金公司、合资证券公司等均落户前海。

根据方案，前海将着力创新现代服务业、科技发展、治理模式等体制机制，深化服务贸易、金融、法律事务等领域的开放水平，进一步拓展深港合作空间。

“前海可以说是我们服务大湾区、海内外业务的创新技术驱动中心，‘前海方案’将全面提升深港金融合作水平，也为香港金融业发展提供难得机遇。”香港金融科技公司 WeLab 汇立集团中国区总裁潘叙说。

而在深港交界的落马洲河套地区，河套深港科技创新合作区建设正加速推进。

引进重点项目 140 多个，涉及生命科学、信息科学、材料科学等领域；香港 6 所高校在此布局科研项目；在这里工作的港澳居民和外籍人员超过 5000 人……2018 年以来，河套深港科技创新合作区深圳园区一系列发展数据令人瞩目。

“我们依托香港高校资源开展基础科学研究，以深圳为总部研发中心，在佛山、东莞等地组装应用，充分发挥大湾区产研互补优势。”深圳显扬科技有限公司创始人丁克说。

从前海到河套，深港正合力唱响“海河相会”。“未来，前海和河套将是金融和科研的枢纽，是协同创新的区域，将促进深港两地的深度融合发展。”中国(深圳)综合开发研究院常务副院长郭万达说。

潮涌大湾，千帆竞渡。在交通领域，广深港高铁西九龙站口岸顺利实施“一地两检”，香港接入国家高铁网络；莲塘/香园围口岸货检开通，首次采用“一站式”通关模式，大幅提升车辆通关效率和智能化水平……

“自从有了高铁，往返香港快捷多了，我在港深两地正式融入了‘半小时生活圈’。”在深圳工作的香港青年吴舒景说。

今年 10 月 6 日，香港特区行政长官

林郑月娥发表任内第五份施政报告，首次提出建设“北部都会区”构想，以及“双城三圈”空间格局概念。“双城”即香港和深圳，“三圈”则分别为深圳湾优质发展圈、港深紧密互动圈和大鹏湾/印洲塘生态康乐旅游圈。

“‘双城三圈’空间概念的确立，有利于促进港深在经济、基建、创科、民生和生态环境等方面的紧密合作，产生‘一加一大于二’的效益；有助于香港把握国家经济稳步发展所带来的红利，为香港经济寻找新增长点。”香港经济学家、丝路智谷研究院院长梁海明说。

深圳市委大湾区办负责人何新红表示，下一步，深圳将携手香港共同推进粤港澳大湾区建设，继续谋划更多“中央要求、港澳所需、湾区所向、深圳所能”项目，争取更多政策支持，进一步促进深港市场开放、产业协同和政策对接，畅通人流、物流、资金流和信息流。

## 民生直通车

新华社北京电(记者王琳琳)近期，一些美食频频登上热搜，不是因为菜品，而是因为名称。

继“逍遥镇胡辣汤”事件后，潼关肉夹馍再掀“商标风波”。众多卖肉夹馍的小吃店因名带“潼关”二字，被潼关肉夹馍协会起诉并被要求收取数额不菲的所谓“加盟费”。另据网友在第三方征信机构系统查询，潼关肉夹馍协会最近半年开庭公告达数百起，案由多为“侵害商标权纠纷”。

舆论质疑，多地小吃协会起诉商户到底是合理维权？还是“敲竹杠”？

针对“逍遥镇”“潼关肉夹馍”商标纠纷，国家知识产权局 26 日给出回应：从法律上，“逍遥镇”作为普通商标，其注册人并不能据此收取所谓的“会费”。“潼关肉夹馍”作为集体商标注册的地理标志，其注册人无权向潼关特定区域外的商户许可使用该地理标志集体商标并收取加盟费。同时，也无权禁止潼关特定区域内的商家正当使用该地理标志集体商标中的地名。

那么，会费、加盟费、许可费到底是不是一回事？何种情况下可以收？何种情况下不能收？对此记者采访了业内权威专家，他们分析，“逍遥镇”“潼关肉夹馍”商标纠纷表面上看起来很像，但法律性质不同。

“潼关肉夹馍”作为集体商标注册的地理标志。其注册依据是商标法、商标法实施条例和《集体商标、证明商标注册和管理办法》。经查，原国家工商总局商标局于 2015 年 12 月 14 日核准注册第 14369120 号“潼关肉夹馍”图形加文字商标，核定使用在第 30 类“肉夹馍”商品上。原商标注册人为老潼关小吃协会，2021 年 1 月 27 日公告核准变更商标注册人名义为潼关肉夹馍协会。

记者查询翻阅该协会“潼关肉夹馍”地理标志集体商标使用管理规则了解到，在该地理标志集体商标的使用条件中明确表述了原产地地域范围在潼关县的六个乡镇。受访业内专家认为，只有在上述原产地地域范围内的商家加入潼关肉夹馍协会后，才能使用该商标；出了这些区域，即“潼关特定区域外”，不能使用该地理标志集体商标。

北京德和衡(上海)律师事务所联席合伙人宋晓阳表示，从这个意义上讲，如果“潼关特定区域外”的商贩使用了“潼关肉夹馍”这一地理标志集体商标，协会的成员是可以正当维权起诉的。但是，因为地理标志集体商标有严格的原产地限制，外地商家既不能入会，也不能异地加盟，自然不可以要求收取数额不菲的所谓“会费”“加盟费”。

“逍遥镇胡辣汤”事件则有所不同。国家知识产权局 26 日回应，经查，截至目前，逍遥镇胡辣汤协会有效注册“逍遥镇”商标 3 件，分别为原国家工商总局商标局 2004 年 6 月 21 日注册的第 3436143 号“逍遥镇”，2008 年 2 月 28 日注册的第 3436141 号“逍遥镇”，2009 年 4 月 7 日注册的第 4664367 号“逍遥镇及图”，核定使用在第 29 类“胡辣汤”商品或第 43 类“餐饮服务”上，均为普通商标。其中第 3436141 号、第 3436143 号“逍遥镇”商标，起初由个人注册，后逍遥镇胡辣汤协会通过商标转让取得该商标专用权。

据此，宋晓阳律师认为，作为普通商标，“逍遥镇”不可以收取会费，但可以依法许可他人使用，收取使用商标的许可费。

明晰了近期美食商标纠纷间的本质区别，业内专家呼吁公众理性做出客观判断，更呼吁相关被诉商户持续增强商标意识，有关协会合理维权。

对于商户，复旦大学法学院民事诉讼法专业教授段厚省认为，上百家小吃店涉嫌侵犯商标权被诉，某种程度上暴露出部分市场主体商标意识还比较淡薄，一旦被认定侵权，可能面临赔偿、罚款乃至门店关停的风险。多起商户被诉也是一堂“法治课”，在知识产权保护力度日益加强、维权意识不断提升的今天，法律知识和法治意识是经营者的“必修课”，增强商标意识既可以从源头上减少不必要的纠纷，又可以保障自身权益不受损害。

对于行业协会，段厚省表示，虽然维权合理合法，但收取加盟费不可任性。作为肩负着引导行业健康发展、维护品牌正面声誉责任的行业协会，行使权利需依法合规，既要理性、更要良性。单纯以牟利为目的进行所谓维权，不仅容易引发公众抵触情绪，还会伤人一千自损八百。

记者获悉，目前，国家知识产权局已责成地方相关部门深入了解事件进展，加强对各方保护和和使用商标的行政指导，积极做好相关工作，依法依规处理有关商标纠纷，既要依法保护知识产权，又要防止知识产权滥用，处理好商标权利人、市场主体和社会公众之间的利益关系。

## 亚洲最大海上枢纽

## 互通工程全面开工

据新华社北京 11 月 27 日电随着 720 根高梁桥海底桩基浇筑全部完成，亚洲最大海上枢纽互通工程——杭甬(杭州至宁波)高速公路复线宁波段一期滨海枢纽互通工程 27 日全面开工建设。

根据国家公路网规划，杭甬高速公路复线全长约 170 公里，预计将于 2023 年建成通车。滨海枢纽互通工程是连接杭甬高速公路复线与甬舟高速公路的海上互通立交桥，由 1 条互通主线桥和 8 条匝道桥组成，主线总长 1550 米，匝道总长 6387 米，建成后将是亚洲最大的海上互通立交桥。

# 维权要理性、收费勿任性！

## 国家知识产权局回应『逍遥镇』『潼关肉夹馍』商标纠纷

也要不断地开展“微创新”，使之更加符合老年人的需求。二是要了解老年群体的消费心理，做好供应链，把产品成本降下去。“当前老年消费市场不乏新奇、高端的产品，但高性价比永远是刚需，这要求企业在确保质量的同时控制好成本。”吕双勇说。

抓住菜场、广场、卖场这三大老年人聚集的高频“场域”，以银发无忧为代表的老年体验店、专卖店正在全国快速发展。“老年市场和婴童市场有很多相似性，比如轮椅和童车、老人鞋和学步鞋。对比婴童单一品牌百亿级的销售额，老年用品未来增长空间还很大。”吕双勇说。

——聚焦老年人“冲浪”需求，电商纷纷推出“长辈模式”。随着电商对人们生活渗透不断加深，线上购物成为银发群体的

“新潮流”。今年 10 月，一些主流电商平台首次推出“双 11 长辈会场”，并正式上线“长辈模式”，该模式有着信息简化、字体放大的特点，还有语音助手功能，充分满足老年人的多元需求。

相关机构发布的《老年人数字生活报告》显示，2017 年至 2019 年，我国 60 岁以上老年群体消费金额的年复合增长率达到 20.9%。中国人民大学副教授王鹏表示，老年人融入数字生活是大势所趋，信息技术向纵深发展也会让传统的养老生活与数字化、智能化相融合。

——通过“由卖改租”等商业模式创新，让优质产品和服务触达到更多老年人。比如，一款市场售价约 1.5 万元的老年用智能床，政府补贴后 6 个月租金只需 1500 元，相当于一天不到 10 元。在全国

不少城市，如今康复辅具都能租赁。

根据上海市民政局发布的相关通知，到今年年底，上海市将实现康复辅具租赁服务网络在全市街镇的全覆盖。符合条件的老年人还能享受一定的政策补贴。

发掘老年消费蕴含的新机遇，当前还有不少工作要做。意见明确提出“相关部门要制定老年用品和服务目录、质量标准”“维护老年人消费权益”。

上海市老龄科学研究中心原主任殷志刚表示，老龄化社会给养老服务带来了巨大挑战，这不仅是消费升级背景下的供给问题，也是社会转型期所必须解决的治理问题。政府、企业等各界应积极发挥各自效能，为老年人提供真正“看得见、摸得着、买得起”的优质产品和服务。



新华社记者林善传摄

# 互联网广告新规要来了！剑指各种乱象

新华社北京 11 月 28 日电(记者赵文君)市场监管总局 26 日公布《互联网广告管理办法(公开征求意见稿)》，为一个月向社会公开征求意见。办法回应社会关切，明确将以互联网直播等方式直接或者间接地推销商品或者服务的商业广告、跨境电商广告纳入监管。进一步强化对弹出广告“一键关闭”、植入广告等领域的制度规定，增加了对含有链接的广告、学前教育 and 中小学教育广告的专门规定。

办法是在 2016 年原国家工商总局制定的《互联网广告管理暂行办法》基础上进行的修订。2019 年，电子商务法、修订后的反不正当竞争法等相继施行，为互联网广告监管提供了新的法律依据和立法借鉴。为适应当前互联网广告监管工作新形势新任务，市场监管总局组织开展《互联网广告管理暂行办法》修订工作，更名为《互联网广告管理办法》并起

草了公开征求意见稿。

近年来，互联网广告在广告形式、经营模式、投放方式等方面不断发展变化，进一步从电脑端向移动端扩展，多样性、多元性、广泛性的特征更趋明显。据业内不完全统计，2020 年我国电商平台互联网广告增长 17.26%。

与此同时，互联网广告环节多、链条长、主体复杂、监管难度大，各类大型主流互联网平台企业的头部效应非常明显，客观上要求进一步压实各类平台经营者责任。

“您来，我们培养孩子的孩子；您不来，我们培养孩子孩子的竞争对手”“无创无痛安全有效，带给你舒适的变美体验”……当前，互联网平台各种弹窗广告、植入广告等令消费者不堪其扰。特别是在医疗、药品、保健食品、房地产、金融投资理财等关系人民群众身体健康和财产安全的领

域，一些互联网平台发布的虚假违法广告花样百出，损害了消费者合法权益，对于规范发展更是提出了迫切要求。

事实上，关于加强互联网广告规范管理的举措从今年年初早有端倪。今年以来，平台经济、互联网广告成为市场监管领域频频出现的“热词”，剑指各种违法乱象，一系列规范发展的举措密集出台。

今年 4 月，市场监管总局会同中央网信办、税务总局召开了互联网平台企业行政指导会，与会 34 家互联网平台企业签署了《依法合规经营承诺》。值得注意的是，这些互联网平台企业在签署的承诺中几乎都提到“自觉维护互联网广告市场秩序”，如依法规范广告经营活动、完善广告监测机制、加强平台内广告审核、严格规范广告发布行为、注意广告导向、杜绝虚假宣传和低俗内容。

今年 8 月，市场监管总局发布《医疗美容广告执法指南(征求意见稿)》，向社会公开征求意见。今年 10 月，市场监管总局发布一批医美领域不正当竞争典型案例，其中部分案例涉及通过互联网平台渠道发布违法广告宣传。今年 11 月，《医疗美容广告执法指南》正式出台，明确医疗美容广告监管重点，强调平台经营者责任。

今年 11 月，市场监管总局等部门联合印发《关于做好校外培训广告管控的通知》，要求全面清理校外培训广告市场，其中包括平台自查整改，进一步完善广告发布审核制度。对于未按期自行整改的，依法从重处罚。

专家表示，一方面要充分发挥互联网营销的创新优势，另一方面要营造公平竞争的市场环境，共同维护良好的市场生态系统，踏踏实实地服务国家经济社会发展。

## 为失能者家庭排忧解难 晋江探索『长护险』

日前，晋江市长护险社区护理服务机构幸福时光养老服务中心护理人员陈玉妹，在以康养为主的晋江市西滨镇养老服务照料中心帮助老人做腿部按摩。

对失能、半失能老人的照护一直是养老服务业的难题。2020 年 7 月，福建晋江在全省率先启动长期护理保险试点工作，通过村集体、老人会、企业及个人慈善捐助等多方众筹、互助共济方式，构建了机构护理、居家护理、社区护理和辅助器具补助、预防失能干预等服务体系，为长期

失能人员提供非治疗性护理、身体功能保健和家庭有能力开展的基本生活照料等服务，解决“一人失能全家失衡”的问题。

一年多来，该市长期护理保险参保人员突破 33 万，覆盖全体职工医保群体和 68 个村居的城乡居民，纳入待遇保障失能人员超过 1000 人。晋江长期护理保险“城乡一体化”和“医养康融合”实践模式，不断增加人民群众的获得感和幸福感。

新华社记者林善传摄