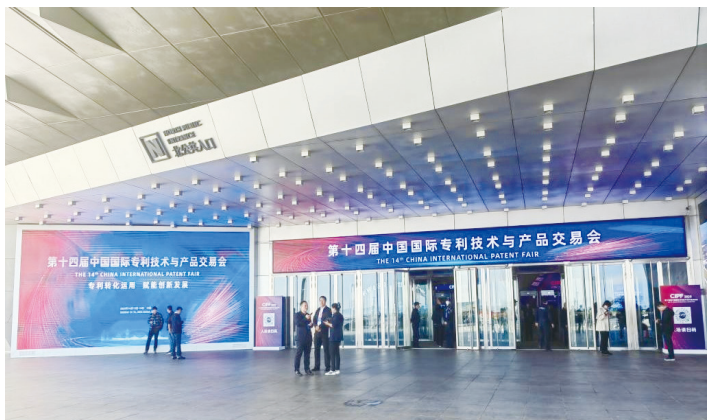


破解转化难！专交会交易额累计超百亿元



第十四届中国国际专利技术与产品交易会现场。徐鹏航 / 摄

10月13—15日，第十四届中国国际专利技术与产品交易会（以下简称“专交会”）在大连举行。自2002年创立至今，这一知识产权盛会，已吸引30余个国家和地区参加，形成交

易超百亿元。与此相呼应的，是我国知识产权转化运用迈上新台阶。国家知识产权局最新数据显示，国内发明专利有效量已超500万件。自2023年起，我国

开展专利转化运用专项行动，截至今年8月底，全国专利转让许可备案次数已累计达115.4万次，企业发明专利产业化率达53.3%。

科技成果转化不是一件容易的事，通过专交会上亮眼的“成绩单”，记者观察到一些破局之道。

聚焦社会民生需求，专利的质量越来越高——

当日颁发了第二十五届中国专利金奖，30个获奖项目，个个都实打实突破行业瓶颈。

中铁五院设计研发的“昆仑号”填补千吨级高铁箱梁运架一体设备的全球空白；集成式热管理系统，成功攻克电动汽车高低温续航难题；截短的人乳头瘤病毒16型L1蛋白，使国产九价HPV疫苗成为可

能……知识产权“量”“质”齐升。

积极“摸底”对接，唤醒“沉睡”的专利——

近年来，国家知识产权局为创新“牵线搭桥”，对全国高校和科研机构134.9万件存量专利“摸底”，开展各类对接活动1.6万余次。截至9月底，实现产业化的高校和科研机构有效发明专利数量近6万件。

本届专交会上，来自全国高校院所的50余项前沿专利技术现场“寻亲”，大连理工大学智能水母捕捞作业平台技术成果及应用服务项目等多个项目与相关企业现场达成意向。

加速商业应用，更多专利从“书架”走向“货架”——

“随着全球竞争的加剧，专利商业化是将新技术推向市场、推动增长和改善生活的关

键。”欧洲专利局局长安东尼奥·坎普诺斯在开幕式上说。

获得本届中国专利金奖的“一种视觉伺服切换控制方法及系统”，提高了空间位置和姿态重复定位精度，目前已有百余家企业采用该专利技术，应用于高端智能装备和机器人系统等，实现高速高精度视觉定位及装配控制。

国家知识产权局局长申长雨表示，将继续下大力气盘活存量专利，千方百计做优增量专利，实现精准施策、靶向攻坚，做好专利转化运用工作。

从实验室到生产线，用好专利转化这座“金桥”，必将连接起创新与市场的无限可能，为高质量发展注入不竭动力。

（据新华社记者 / 徐鹏航、张博群）

“百元入团”“万元买单”：畸形低价团何以屡禁不绝

“从百元泰国游被迫买上万元药品，到980元越南游被强制消费32万元”……今年以来，媒体曝光多起老年人参与低价游遭遇“天价消费”陷阱的案例。社交平台上，网友分享家人“低价入团、高价买单”的受骗经历，引发上万人跟帖评论。

记者调查发现，随着文旅市场竞争加剧，低价引流诱导游客高价消费的乱象愈发突出，且已跳出单一“强制购物”的老模式，呈现出紧盯老年群体、向海外蔓延、合伙“杀熟”等新动向，导致监管难度更大。

业内人士及受访专家建议，未来应进一步强化执法及监管力度，规范行业准入标准，推动旅游市场健康有序发展。

套路迭代翻新

“家里老人躲过了电信诈骗，避开了保健品套路，没想到却栽在了‘低价旅游团’上。”这是今年年初一名网友在社交平台分享的一则帖文，引来无数有过相同经历的网友转发评论。直至今年暑期，还有人在评论区跟帖诉苦。

“千元泰国游被强制消费三四万元买玉”“导游主动借钱给爸妈购物，回来后疯狂催债”……还有网友分享了自己家人在越南旅游，被忽悠花费10多万元在当地买了3条手串，后经检测鉴定为假货。

近年来，所谓的低价旅行团以“零团费”“百元游”“千

元看世界”为噱头揽客，再通过密集安排购物点、导游威逼利诱等方式，迫使游客消费的案例屡见不鲜。

文化和旅游部日前公布了新一批旅游市场强制消费问题典型案例，此次公布案例共16宗，其中多数案例与低价旅游团相关。

受访业内人士表示，近年来，随着文旅市场“内卷”加剧，“低价旅行变天价消费”乱象在以下3个方面出现新动向：

——目标转向老年群体。甘肃黄河三峡旅游投资开发有限公司总经理宫晓雯认为，部分老年人尤其是退休人群“有钱又有闲”，容易成为违规低价团瞄准的目标群体。“不足百元的国内游”“不足千元的海外游”，这些远低于市场价

的数字，精准击中了部分老年人贪图便宜的心理。加之老年人缺乏对旅游信息真假的辨别力、维权意识不强，不良商家通过打感情牌以及组织话术，使其落入“量身定制”的套路中。——加速向海外蔓延。兰州市公安局刑警支队八大队大队长贾礼堂表示，近年来，国内多部门联合开展多次专项行动整治“不合理低价游”，挤压了这一乱象在国内的生存土壤。而东南亚等海外市场因监管体系尚不完善，加之相关部门跨境执法难、消费者跨境维权难，为不法分子提供了“钻空子”的黑色空间。

——与保险公司合伙“杀熟”。多名业内人士表示，部分保险公司与旅行社联手坑顾客成为业内熟知的“潜规则”。保险公司借旅游拉近与客户的距离，趁机发掘其潜在投保需求，进而推荐产品及服务；旅行社则瞅准“老带新”的拓客机制，借机深耕游客“朋友圈”。“两头吃”实现“双赢”：保险公司“拉客”后会收取返点，旅行社也会在游客购物达到一定金额后吃回扣，进而实现获利“闭环”。

背后问题重重

受访专家认为，执法不严、监管不足、市场准入门槛低等导致低价游乱象花样不断翻新、套路频频升级。

——违法成本低。甘肃政法大学法学院副教授白海娟表示，虽然我国已出台《中华人民共和国旅游法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等一系列法律法规，对相关主体的经营行为和消费者权益保护做出了明确规定，但在实际执行过程中，依然存在执法不严的情况。“按照《中华人民共和国旅游法》规定，旅行社在旅游行程中擅自变更旅游行程安排，严重损害旅游者权益的，可处3万元以上30万元以下罚款，但在实际处罚中，往往罚款金额较低，很难形成强有力的震慑。”

——监管存在薄弱环节。兰州大学经济学院副教授邓金

钱认为，旅游市场的监管涉及文旅、公安等多个部门，但在实际监管过程中，各部门间存在信息壁垒，沟通不畅，未形成有效合力。不良商家恰好游走于监管缝隙，导致监管乏力。此外，东南亚等海外市场监管体系不完善，游客在境外遭遇强制购物时，国内相关部门跨境执法难，消费者维权渠道受阻。

——行业准入门槛低。宫晓雯等认为，由于目前行业准入门槛普遍较低，让不少商家钻了空子。“这类旅行社大多没有线下实体门店，且爱‘打游击’，一旦公司因投诉、违规被盯上，便立刻注销原公司名称，再注册新主体。”宫晓雯说。还有相当一部分通过社交媒体宣传吸引游客的所谓“领队”，实际往往没有注册公司，也未向文旅部门备案。为了说服游客增强“专业度”，会P图制作相关资质的假证书背书。一些客户为了省钱，贪图低价产品，最后轻则经历“买家秀卖家秀不一致”的旅游体验，重则陷入天价消费陷阱。

呼吁加大惩治力度

舆论呼吁：提高违法成本，完善监管机制，规范行业准入，推动构建现代化旅游治理体系，有效规范旅游市场秩序。

白海娟等专家建议，未来应进一步完善相关法律法规，加大对旅游市场违法违规行为的处罚力度。对于组织不合理

低价游的旅行社，可提高罚款金额，并吊销其旅行社业务经营许可证；对于强制游客购物的导游，可依法吊销其导游证，并列入行业黑名单。此外，还可探索建立旅游市场信用体系，将违法违规企业和个人的信息纳入信用记录，对其进行联合惩戒，使其“一处违法、处处受限”。

甘肃省临夏回族自治州文化广电和旅游局局长马建霖等呼吁，进一步建立健全文旅、市场监管、公安等多部门联合执法机制，加强信息共享和协同配合，形成监管合力。明确各部门在旅游市场监管中的职责分工，避免出现监管空白和推诿扯皮现象，形成共建、共治、共享的旅游市场监管态势，提升监管效能。

邓金钱等建议，要从严审核旅游行业经营主体资质的合法性与真实性，从源头上遏制不正规机构入场，把好市场准入关。一旦发现经营者存在违法行为，应立即依法整改，不让违规行为有扩散空间。同时，还应持续完善用户评价与投诉机制，确保游客投诉能够得到及时受理与反馈。

“广大消费者对于明显低于正常市场价格的旅游产品，一定要擦亮双眼仔细辨别，坚决远离价格低得离谱的旅行团，不给骗子可乘之机。”邓金钱说。

（据《经济参考报》记者 / 马莎、刁慧琳）