



冬奥特稿

北京冬奥组委详解『冰墩墩』使用规范 须依法依规使用『冰墩墩』形象或名称

□ 本报记者 侯建斌 □ 本报见习记者 刘欣

近期,北京冬奥会吉祥物“冰墩墩”受到极大关注。什么情况下“冰墩墩”可以依法依规使用,需要履行哪些手续,遵守哪些规则?针对这些问题,北京冬奥组委向大家进行了总结。

首先,吉祥物“冰墩墩”是北京冬奥组委的重要财产,北京冬奥组委对“冰墩墩”的形象依法享有著作权、注册商标专用权、外观设计专利权,对“冰墩墩”中英文名称还依法享有注册商标专用权。因此,任何人不得对“冰墩墩”形象或者名称的使用,都应当遵守《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国专利法》等相关法律法规的规定。

比如,“冰墩墩”的形象作为美术作品,北京冬奥组委的著作权是受法律保护的,未经北京冬奥组委许可,其他任何单位或者个人不得使用该作品,更不得将“冰墩墩”的形象进行歪曲、篡改等不当使用,当然按照法律规定合理使用的除外。同理,北京冬奥组委对“冰墩墩”的形象和名称享有的注册商标专用权、外观设计专利权同样受法律保护,对于违法违规使用,北京冬奥组委有权追究侵权人的法律责任。

其次,北京冬奥组委对“冰墩墩”的形象和名称除了享有传统的著作、商标、专利等知识产权以外,还特别享有奥林匹克标志专有权。对一些重要的奥林匹克元素采取特殊保护措施,是我国所特有的,也体现了我国对奥林匹克规则的尊重。目前,国家知识产权局已经公告总计63项奥林匹克标志。这里既包括可爱的吉祥物“冰墩墩”,也包括奥林匹克五环图案、北京冬奥会会徽等标志。

据悉,奥林匹克标志的使用可以分为商业和非商业两种情况。

一是商业使用。《奥林匹克标志保护条例》规定,未经奥林匹克标志权利人许可,任何人不得为商业目的使用奥林匹克标志。北京冬奥会吉祥物“冰墩墩”形象和名称属于我国法律法规确定的奥林匹克标志,未获北京冬奥组委许可,任何人不得为商业目的使用“冰墩墩”形象和名称。

目前,国际奥委会全球合作伙伴、北京冬奥会官方合作伙伴和官方赞助商可以依法商业使用“冰墩墩”形象和名称。

此外,北京冬奥会特许经营生产商和零售商可以依据北京冬奥会特许经营计划生产和销售“冰墩墩”形象和名称的特许商品。

二是非商业使用。机关法人、基层群众性自治组织法人、事业单位等非营利法人或者组织可以申请非商业使用北京冬奥会吉祥物“冰墩墩”。申请人申请非商业使用“冰墩墩”,应遵守《北京2022年冬奥会和冬残奥会组织委员会有关标志非商业使用规则》(冬奥组委发〔2019〕19号),登录北京冬奥组委官方网站,搜索“有关标志非商业使用规则”链接进入相关页面,按要求填报材料,进行申请。

获得许可的使用人应当按照许可的范围、签署的承诺以及北京冬奥组委制定的技术规范使用“冰墩墩”,不得实施任何侵害北京冬奥组委知识产权的行为,也不得协助任何第三方实施足以引人误认为其与北京冬奥组委、北京冬奥会等存在特定联系的混淆行为。

按照国际奥委会和北京冬奥组委签订的《主办城市合同》要求,北京冬奥组委将于2022年12月31日之前将“冰墩墩”所涉包括奥林匹克标志专有权在内的所有知识产权转让给国际奥委会。

北京冬奥组委呼吁,希望大家依法依规使用奥林匹克标志,用自己的行动守护可爱的“冰墩墩”。

河北筑牢冬奥知产“保护墙”

□ 本报记者 周育鹏 □ 本报通讯员 焦力强 牛雅超

为做好北京2022年冬奥会和冬残奥会奥林匹克标志知识产权保护工作,河北省政府、省市场监督管理(知识产权)系统积极作为,出台政策举措,加强宣传和执法检查,筑牢冬奥知识产权“保护墙”,塑造了河北知识产权保护良好形象。

为使冬奥会知识产权保护有法可依,夯实冬奥标志保护的法治基础,2019年1月29日,河北省政府常务会议通过《河北省奥林匹克标志保护规定》,于当年4月1日起施行。该规定共24条,就保护对象等内容对国务院新修订的《奥林匹克标志保护条例》进行了细化,针对广告管理、单位名称、网络侵权、募捐赞助等冬奥会标志容易发生侵权的领域拓展了保护措施,并对侵权纠纷设置了多元解决和协调处理机制。

上述规定明确了当事人协商解决、提起诉讼、请求市场监督管理部门处理相结合的侵权纠纷解决机制,规定市场监督管理部门有权直接依法查处侵犯奥林匹克标志专用权的行为,明确了省、市冬奥办对冬奥保护的职责。

河北切实加强冬奥会奥林匹克标志、冬奥会会徽、冬奥会吉祥物等奥林匹克常用标志保护和冬奥会各类知识产权保护的宣传,2021年9月,河北省市场监督管理局印发《关于开展奥林匹克标志保护集中宣传工作的通知》,各地市场监督管理部门纷纷开展形式多样的宣传活动,普及奥林匹克

知识产权相关法律法规知识,并通过警示教育、行政指导等方式进一步提升宣传效果。其中,张家口市市场监督管理局开展知识产权进企业走访活动,向企业宣传冬奥会知识产权保护知识,营造了浓厚的冬奥标志保护氛围。

河北省市场监督管理系统开展冬奥会知识产权保护专项行动,查处一批侵犯奥林匹克标志专用权案件。专项行动中,各地以全省各旅游景区、旅游纪念品市场、商品批发零售市场、城乡接合部、城镇小商品集散地及学校周边的商店、摊点为重点区域,以与冬奥会有关的纪念币、纪念章、毛绒玩具、体育用品、运动服装、鞋帽、文具等为重点商品,以冰雪用品销售、使用旺季的冬季和冬奥会标志、吉祥物、会徽发布为重点监管时间节点,以冬奥会特许商品生产领域、商品流通领域和商标印制领域为重点环节,强化日常监管,增加检查频次,规范经营秩序,大力开展专项整治行动。

河北省加强与北京冬奥组委的沟通,充分发挥北京冬奥组委在案件线索、商品真伪鉴定等方面的积极作用,确保执法及时、准确、高效。加强与北京知识产权保护部门的合作,京冀两地知识产权局签订《2022年冬奥会知识产权保护合作协议》,张家口市市场监督管理局与北京市延庆区、朝阳区、海淀区、石景山区市场监管局联合签署《2022年冬奥会赛区跨区域市场监管执法联动机制协议书》,开展案件协办、联合执法,构建全链条、全方位的知识产权保护网,不断加强对奥林匹克标志保护的合力。

冬奥一线

苏翊鸣:他真的会“飞”!

□ 本报记者 侯建斌 □ 本报见习记者 刘欣

铺满白雪的赛道在阳光照耀下熠熠生辉,首钢大跳台这只“水晶鞋”静候着即将开始的精彩,观众的热情早已被点燃。

今天,北京冬奥会单板滑雪男子大跳台决赛终于开始了!

第一轮,美国选手克里斯·科宁得到92分高分。这给之后出场的选手带来很大压力。

第8位出场的中国队选手苏翊鸣,顶住压力,不负众望,一气呵成,干净利落地完成了转体1800抓板尾动作,比之前单纯完成转体1800的选手多了一个抓板尾的难度,超稳落地,全场欢呼,连他自己也放声大笑!

第一轮,苏翊鸣获得89.50分,暂列第二轮,决赛中,每名选手将起跳3次,取其中两次最好成绩相加决定最终排名,也就是说之后还有两轮比赛,只要发挥稳定夺冠希望很大。

第二轮,苏翊鸣发挥稳定,再现高难度转体1800,完美落地,拿到93分的高分。而在第一轮中表现较好的克里斯·科宁没有再次能够拿到高分。两轮过后,苏翊鸣以182.50分的总成绩,暂列第一!领先暂列第二的选手17.5分。

第三轮,苏翊鸣最后一个出场,随着对手们的成绩逐渐出炉,已经提前锁定金牌。苏翊鸣轻松起跳,完成最后一跳,这场比赛的结果尘埃落定。

夺得北京冬奥会单板滑雪男子大跳台冠军后,苏翊鸣难掩激动,“我知道今天我父母来现场看了比赛,我也知道他们在哪,但我不能和他们近距离接触,我真的很激动,谢谢我的父母、教练和我的祖国,谢谢所有人对我的支持。”

很多人说苏翊鸣是“滑雪天才”,但其实他从暂停影视事业,到转身成为职业运动员,再到获得奥运金牌,苏翊鸣取得今天这样的成绩,离不开他的努力。

苏翊鸣一直把滑雪当做爱好,他曾说过:“如果走专业,我天天练,我觉得我会很腻,再也不想想着滑雪两个字。如果当业余爱好,我每天都想玩,就很开心。”

2015年,北京2022年冬奥会申办成功后,苏翊鸣有了新的梦想,代表中国参加冬奥会。他说:“滑雪和拍戏都是让我开心的事情,但当我决定当一名职业运动员,备战冬奥会以后,我必须把我百分之百的精力投入到我想做的这件事中。”

“一个新的难度动作,我每天练6个小时,一直重复练这一个动作,可能需要一个夏天才能去完成这个动作。”单板滑雪需要扎实的基本功和长时间的训练,苏翊鸣说,自己练得狠的时候,一周就练坏4块板子。即便如此,他也不愿意放弃滑雪。

去年12月,苏翊鸣以155.25分的总分成为中国首位单板滑雪大跳台世界杯冠军得主,作为中国历史上首个站上该项目领奖台的中国运动员,他的访谈感言仍然历历

在努力,努力让自己的成绩变得更好,努力让国歌在世界的每一个角落都奏起。

赛后,苏翊鸣在新闻发布会上表示,自己一直在准备转体1800的动作,训练的时候也在尝试。如果前两跳的分数不够,一定会尝试转体1800,但今天的第三跳,他只想享受那个瞬间,去做自己最想做动作,滑下去。

一路走来,披荆斩棘,越过“林海雪原”,滑进奥运赛场。从看着偶像的视频训练,到和偶像同场竞赛,共登领奖台,苏翊鸣一直在不断努力,书写属于他的传奇。

此前在北京冬奥会的单板滑雪男子坡面障碍技巧比赛中摘银后,苏翊鸣说:“希望大家可以尽自己最大的可能,去尝试一下想尝试的东西,因为努力永远不会欺骗你。”

苏翊鸣今天获得的这枚金牌,是在北京冬奥会收获的2枚奖牌,“一金一银”对即将迎来18岁生日的苏翊鸣来说,或许是最好的成人礼,而他也成为我国历史上最年轻的冬奥会冠军。

这枚金牌是中国代表团在本届冬奥会上获得的第6枚金牌,第12枚奖牌。目前,北京冬奥会中国代表团获得的金牌数和奖牌数均已创造历史新高。

本报北京2月15日讯



图① 2月15日,北京2022年冬奥会自由式滑雪女子坡面障碍技巧决赛在张家口云顶滑雪公园举行。图为中国队选手谷爱凌在比赛中。 新华社记者 肖艺九 摄 图② 2月15日,北京2022年冬奥会速度滑冰女子团体追逐比赛在国家速滑馆“冰丝带”举行,中国队获得第五名。图为中国队选手在比赛中。 CFP供图 图③ 2月15日,北京2022年冬奥会单板滑雪女子大跳台决赛在北京首钢滑雪大跳台举行,中国队选手苏翊鸣获得第五名。图为苏翊鸣在比赛中。 新华社记者 熊琦 摄 图④ 2月15日,北京2022年冬奥会花样滑冰女子单人滑短节目比赛在首都体育馆举行。图为中国队选手朱易在比赛中。 CFP供图

冬奥发布

本报北京2月15日讯 记者侯建斌 见习记者刘欣

今天上午,国际奥委会和北京冬奥组委举行例行新闻发布会,围绕“奥林匹克团结基金”等问题回答了中外记者提问。北京冬奥组委新闻发言人严家蓉表示,奥林匹克运动诞生之初就刻入了团结与友谊的基因。它因团结而来,因团结而兴。正是因为奥运“团结与和平”的理念与中国倡导的和平发展、合作共赢理念一致,国际奥委会通过奥林匹克团结基金和国家(地区)奥委会关系主任务詹姆斯·麦克劳德介绍,国际奥委会通过奥林匹克团结基金和国家地区奥委会关系部,在赛前和赛中通过不同项目来支持运动员。特别是团结基金有专门的预算来进行这项工作。对于北京冬奥会,团结基金投入了1750万美元,通过奖学金计划帮助运动员们。

“截至2021年,我们一共支持了236名运动员通过运动员奖学金项目来参加比赛,目前已经有7名运动员获得了奖学金获得者在此次冬奥会上获得了奖牌。”奥林匹克团结基金运动员和体育发展部主任奥列维娅·尼亚姆凯介绍说。

“我们希望通过奥林匹克团结基金,实现吸引全世界最好的运动员和更多人广泛参与奥运之间的平衡。”詹姆斯·麦克劳德说。严家蓉强调,北京冬奥会的口号是“一起向未来”,是奥林匹克“更快、更高、更强——更团结”格言的中国诠释。“一起向未来”其实也是“一个都不能少”,要让每个热爱体育、热爱运动的人都能实现他们的梦想。

此外,今天的例行发布会恰逢中国的传统节日——元宵节,严家蓉表示,前来参加北京冬奥会的人们相聚在北京,这正是元宵节“团团圆圆”的美好寓意,也是奥林匹克新格言“更团结”的精神所在。为了让大家亲身体验元宵文化,一些场馆也做了专门安排。

延庆赛区场馆全部达到绿色建筑三星标准

本报北京2月15日讯 记者侯建斌 今天,在2022北京新闻中心举办的生态文明建设专题新闻发布会上,北京市延庆区副区长甄永永介绍,作为北京2022年冬奥会三大赛区之一,延庆赛区以“绿色办奥”理念为指导,将“两山理念”贯穿场馆建设全过程,生态建设与冬奥工程建设一体化推进,历时6年将“山林场馆、生态冬奥”的设计理念由蓝图变成现实。

在生态修复方面,由清华大学、北京林业大学等单位的18位教授组成顾问团,完成赛区及周边2000公顷范围内动植物资源本底调查,全程监督指导完成赛区216万平方米的生态修复工作。在植物保护方面,坚持“避让第一、就地保护”原则,对于确实无法避让的,依据“近地、迁地保护”原则,建设就地保护区5处,原地保护树木313棵;近地、迁地保护区4处,移植灌木1.1万株,移植乔木2.4万株。在动物保护方面,通畅野生动物通道,恢复动物栖息地,及时收容救治野生动物。2021年,通过红外相机拍摄到的野猪、狗獾、斑羚等野生动物照片和视频1.4万余张(条)。在绿色低碳方面,赛区内的场馆全部达到绿色建筑三星标准;奥运历史上首次实现场馆全部由绿色100%电力供应;200多辆氢能大巴车投入到赛事交通服务保障。

在文物中读懂中国

中外记者访雪中故宫观开年大展

冬奥故事

□ 本报记者 侯建斌 浦晓磊

元宵佳节,更逢北京冬奥盛会,喜上加喜,一场瑞雪为北京这座“双奥之城”增添了浓厚的冰雪氛围。2月14日,2022北京新闻中心举办2022北京新闻中心媒体开放日活动,邀请百余位中外记者探访故宫,观赏开年大展,在全国30家博物馆精选出来的130余件文物中读懂中国。

步入穿越时空的皇家冰雪“赛场”

“惊喜盲盒”是冬奥会期间,2022北京新闻中心紧跟潮流,创新新闻新业态,精心打造的新闻品牌。

此次“惊喜盲盒”活动聚焦最新最美最好北京,组织中外记者到雪中故宫体验中华国宝重器,感受盛世文明,也成为2022北京新闻中心的“顶流”。“故宫·2022北京新闻中心媒体开放日”惊喜活动一经揭晓,120个参加名额“秒光”。

洁白的冰雪覆盖下,紫禁城尽显魅力,步入故宫,快门声此起彼伏,百余名中外记者难掩热情。放眼望去,身披“白纱”的宏伟宫殿,宛如“冰丝带”的金水河,平整无瑕的雪地,如同另一个穿越了时空的冰雪“赛场”。正如故宫博物院官方公众号所言,“正当时的瑞雪,也鸣奏着健儿们进取的凯歌。”

130余件珍贵文物展现中华文明

文华殿内,“何以中国——中华古代文明暨《国家宝藏》特展”正在举办,全国30家博物馆精选出来的130余件文物讲述中国故事。此次开年大展,由国家文物局指导,中央广播电视总台、故宫博物院牵头,联合全国30多家文博机构共同举办。

130余件珍贵文物,上起石器时代,下至清代,包括石器、陶瓷、玉器、青铜器、金银器、书画、古籍善本、印章等类别,包含何尊、长信宫灯、藏文《四部医典》等声名远播的国宝重器。展览将源远流长、博大精深的中华文明视作一条大河,以“源”“流”“汇”3个单元,展现中华文明的魅力。

器底有122字铭文,铭文中“宅兹中国”的意思是,在“中国”这个地方营建都城。这是已知最早出现的“中国”一词,不过当时所指的是洛阳和周边区域。另外两件重磅文物,分别是浙江省杭州市余杭反山出土的玉琮和故宫博物院藏玉龙。

值得一提的是,文华殿北侧的文渊阁,作为此次展览最后一件“展品”,与文华殿展厅结尾处的《四库全书》(影印本)遥相呼应。

除了重磅展览,2022北京新闻中心联合角楼咖啡为记者免费提供一杯热气腾腾的咖啡,出行前提示防寒保暖、小心路滑。当天精彩纷呈的活动安排,让中外记者纷纷为2022北京新闻中心的这份“惊喜盲盒”点赞。

多款“惊喜盲盒”报道成“爆款”

2022北京新闻中心向1770名中外记者提供符合奥运会举办城市规定、符合国际惯例的媒体服务,包括新鲜且有深度的新闻信息服务、周到且有温度的媒体公共服务,丰富且有厚度的文化交流活动,将“新闻+服务、新闻+文化、新闻+科技、新闻+形象”四大理念贯穿各项服务中。为给记者们带来优质的媒体服务体验,

2022北京新闻中心创新新闻服务业态,围绕最周到的服务、最厚重的文化、最顶尖的科技、最时尚的场景、最重磅的嘉宾,策划推出“惊喜盲盒”品牌活动。此前先后推出2022北京新闻中心探秘、巴赫主席“空降”新闻中心云拜年,探访中国工艺美术馆、中国非物质文化遗产馆系列活动,引发中外记者参与热情,许多新闻报道成为网络“爆款”,受到中外记者好评。此次第四波元宵节“惊喜盲盒”活动,着重让中外记者探访京城雪景之惊艳,感受中华文明之厚重,品味角楼咖啡之时尚,体验新闻服务之周到。

记者们纷纷以自己的方式点赞“惊喜盲盒”活动。山西电视台的一位记者说:“不知下一个‘盲盒’是什么,在离开之前,如果还能再参与一次‘盲盒’活动就无憾了。”“非常感谢2022北京新闻中心的工作人员为记者们带来‘惊喜盲盒’,这份我亲手制作的礼物,送给中心的小伙伴吧!”一名来自上海的记者将亲手制作的20支虎年福绳灯笼送给中心,向工作人员的辛苦工作表示感谢。这份礼物与中心的“惊喜盲盒”活动相呼应,小小书签承载满满感动,成为记者朋友与2022北京新闻中心情义的见证。