

# “半城烟火半城仙”商标 无偿捐赠给官方

泉州市文旅局:将打造为展现泉州独特城市气质的优质IP

A

商标被认定为公共文化资源

2013年,东南早报刊发了《泉州:半城烟火半城仙》相关报道后,该标语迅速走红。2018年,文旅部门刊印《半城烟火半城仙——寻访海上丝绸之路起点泉州》旅游手册向公众发行。近几年,相关部门多次推出以“半城烟火半城仙”为题目的文章推荐泉州旅游。

2021年,泉州市某广告公司将

“半城烟火半城仙”注册为商标。去年,一家餐饮公司在抖音平台的“人间烟火小半仙”店铺上传了多张带有“半城烟火半城仙”文字的宣传图片,售卖茶饮、果汁等饮料,广告公司向餐饮公司起诉至法院,索赔10万元。

今年4月,泉州市中级人民法院二审认定,“半城烟火半城仙”与泉州的城市特色紧密相关,属于公共

文化资源,具有非独占性和非排他性,应属于群体共有,驳回广告公司的诉讼请求。随后,广告公司表示,将把“半城烟火半城仙”商标捐赠给政府部门使用。

昨日,泉州市文旅局、泉州市文保中心与广告公司签订捐赠协议,该商标正式无偿转让给政府部门使用。泉州世界遗产公共文化资源保护第一案有了完美结局。

B

转让后将开展一系列推广活动

泉州市文旅局交流合作科科长曾世彬介绍,“半城烟火半城仙”这一文化标识是“宋元中国·海丝泉州”城市品牌的补充,有助于多方面、深层次展示城市品牌的内涵。未来,“半城烟火半城仙”商标的使用将着眼于两个方向。

其一,从商标本身出发,计划将其定位为泉州的城市文旅形象和城市公共文化标识,以此作为宣传泉州形象的重要标签。为此,文旅部门将开

展一系列专题推广活动,包括拍摄主题宣传片和系列创意短视频,同时还会对商标标识进行美学上的优化提升,以增强其视觉吸引力。此外,泉州文旅部门还计划创作并排演以“半城烟火半城仙”为主题的文旅推介情景剧,全方位推广这一城市品牌。

其二,该商标纠纷案被视为一个典型案例,希望在应对其他公共文化标识被恶意抢注现象上,能起借鉴作用。不少文化遗产、世界遗

产以及非遗项目的标签和名称也曾遭遇类似的恶意抢注。借鉴“半城烟火半城仙”商标案的处理方式,希望能引导市场主体采取积极的行动。一方面,鼓励企业或个人将抢注的公共文化标识捐赠给官方,恢复这些标识的公共属性;另一方面,如果捐赠不可行,可通过法律手段追回这些被抢注的城市公共文化标识,确保它们能够真正服务于公众,促进文化的传承与发展。

## “三联服务”共绘小区治理“同心圆”



早报讯 (融媒体记者邱丰 通讯员吴圣超 陈和俐 文/图)“现在车辆全部停进全自动机械立体智能停车库,小区道路和单元门口敞亮多了,居民进出也方便。”近日,家住安溪县凤城镇城东社区山水湾小区的李奶奶出门遛弯时,看着整洁的小区道路连连称赞。

据了解,山水湾小区于2011年规划建设,2016年交付使用,现有住户1445户,配置停车位419个,其中地下室私有车位96位,地面公共停车位323位。近年来,小区居民的机动车数量不断上升,原停车场已无法满足现有需求,一些居民的机动车不得不停在小区道路上,存在一定消防安全隐患。

针对出现的问题,山水湾小区在城东社区的带领下,探索“社区党支部+小区党支部+物业及业主委员会”三联服务模式,通过优化组织联建、推进议商联合,坚持督管联抓,及时介入、协调沟通,对“停车难”问题加以解决,激发小区多元共治活力。

“我们多次深入调查民意,探讨解决方案。最终全体代表一致表决



通过,决定利用小区角落闲置空地建设立体停车库,解决停车难题。”城东社区党支部书记王秋芬介绍,2021年,山水湾小区全自动机械立体智能停车库按期保质完成建设。停车库正式启用后,有效解决了小区停车难的问题。此外,经城东社区党支部、小区党支部、物业及业主委员会、小区部分业主代表等多方商议,小区制定了规范停车秩序和违规停放车辆的处理办法,张贴于小区楼

栋宣传栏,并在业主群发布公告,由社区居委会牵头,小区党支部、业主委员会监管,物业公司聘请车辆管理员管理。经过三个月的规范整治,小区车辆停放整齐,消防通道不堵了。

王秋芬介绍,停车库建设总投资796万元,建设完成后通过出售和租赁的方式回收资金,除去投资成本,投资利润的结余全部归小区公共收益。目前新增的193个车位已售109个,回收资金1374.6万元;剩余

84个车位出租,每月可收取1.6万元,累积的公共收益将用于公共设施建设。

“我们还定期召开党建联席会议、决策听证会、矛盾协调会,致力于处理好社区、小区、物业之间的关系,充分发挥社区党组织统筹协调作用,引导小区居民参与自治,协商解决小区管理方面遇到的问题,形成‘三方’协商机制有机衔接、良性互动,共绘社区治理‘同心圆’。”王秋芬表示。