

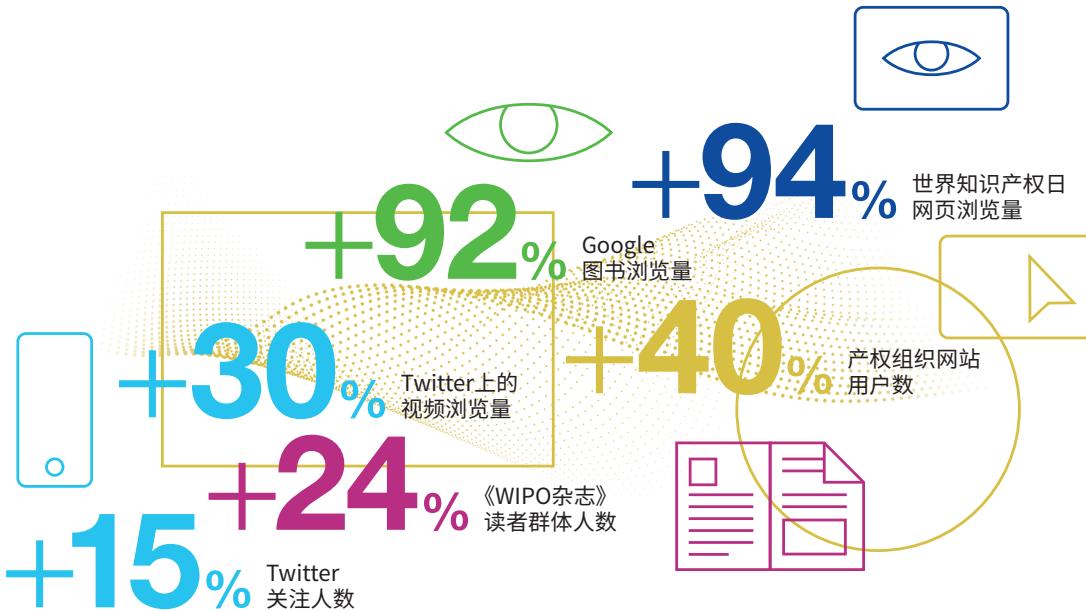


图: © Getty Images

阐释知识产权改善生活的潜力

过去一年里，我们的传播方式发生重要转变，从局限于与知识产权专家的直接对话扩展为与广大公众更广泛的对话，使人们对知识产权在处处改善人人生活的潜力有更好的认识。

产权组织内容的参与度不断提高



用讲故事的方式，阐述知识产权的影响

2020年，我们看到Twitter关注度 (15%) 以及在Facebook和LinkedIn上所发布内容的覆盖率都有良好增长，分别为190万次印象和260万次印象。传统媒体继续报道产权组织新闻，超过49,000篇新闻文章提及本组织。

2021年初，一项新的社交媒体战略开始实施，其中涉及对不同渠道的内容进行更明确的区分，以更好地满足包括企业家、创作者、创新者和青年在内的更广泛受众的需求。同时，修订后的社交媒体政策为增加产权组织计划和服务的分散式社交媒体覆盖面以及个人帐户（包括产权组织部门领导的帐户）的数量奠定了基础，以便进行官方交流。

我们的新内容战略包括转为以讲故事的形式提供社交媒体友好型视频，从2021年1月至6月制作了约30个此类视频。2021年上半年，仅在Twitter上的媒体浏览量就比上一年同期增加了30%，Twitter和LinkedIn上的关注人数均突破10万里程碑，表明人们对我们的使命和愿景有更广泛的兴趣。

“我们将使用最前沿的数字工具，凸显知识产权的潜力，造福世界各地人民。”



接触新受众，扩大覆盖面

2020年，产权组织网站作为本组织的核心传播平台，其重要性显而易见，2020年用户人数达到1,700万，增加了40.5%。会话数达3,500万，增加了29.7%。唯一身份综合浏览量为8,200万，增加了17.1%。这些数字在2021年再次上升，仅前六个月就有1,680万用户访问产权组织网站。一项多语言网络满意度调查证实，87%的受访者对该网站表示满意，其中41%的受访者给予“优秀”评级。新的内容管理系统开始采用，预计将于2022年完成。

2021年世界知识产权日活动的主题是“知识产权与中小企业：把创意推向市场”，这是产权组织拓宽关注范围的活动之一，以吸引、支持和服务那些过去可能没有得到良好服务的受众。与2020年相比，该主题使网站的唯一身份综合浏览量增加了94.5%，在线广告带来了600万次印象和150万次视频浏览量。产权组织驻外办事处大大增加了对世界知识产权日的支持，使其各种活动的参与人数达到23,000人。我们活动的价值在于支持本组织在活动结束后的外联工作，例如，一部阐释知识产权对中小型企业意义的纪录片，浏览量达7,000次。

根据产权组织国家奖的现行制度，2020年有22个国家提出共计105项奖励申请，2021年上半年应20个国家的要求授予了93项奖励。新的产权组织全球奖励计划的筹备工作已经开始，该计划将建立在可持续发展目标和创新的社会影响之上，重点是让那些通过其创新创造技能为经济和文化进步作出贡献、改善人们的生活的人受到关注。2021年年底前，将部署一个试点项目，奖励具有创新和创意的中小企业。

产权组织出版物以越来越多的语言和格式提供，包括经全球认证的无障碍格式EPUB3，使其覆盖面扩大到新受众。这体现在产权组织网站下载量增加了15%，达到370万次，Google图书上的唯一身份浏览量增加了92%，达到54.2万次。《WIPO杂志》是我们探讨知识产权、创新和创造的旗舰外联出版物，现以八种语言出版。在报告期内，该杂志的读者数量增加了23.9%。

产权组织知识中心（前身为产权组织图书馆）将疫情前为公众举办实体展览的计划转为完全线上体验。产权组织的第一个虚拟展览以人工智能为主题，在前两周就吸引了约5,000名参观者。

2021年1月，我们修改了产权组织简报计划，截至6月吸引了1,155名参与者虚拟参加。