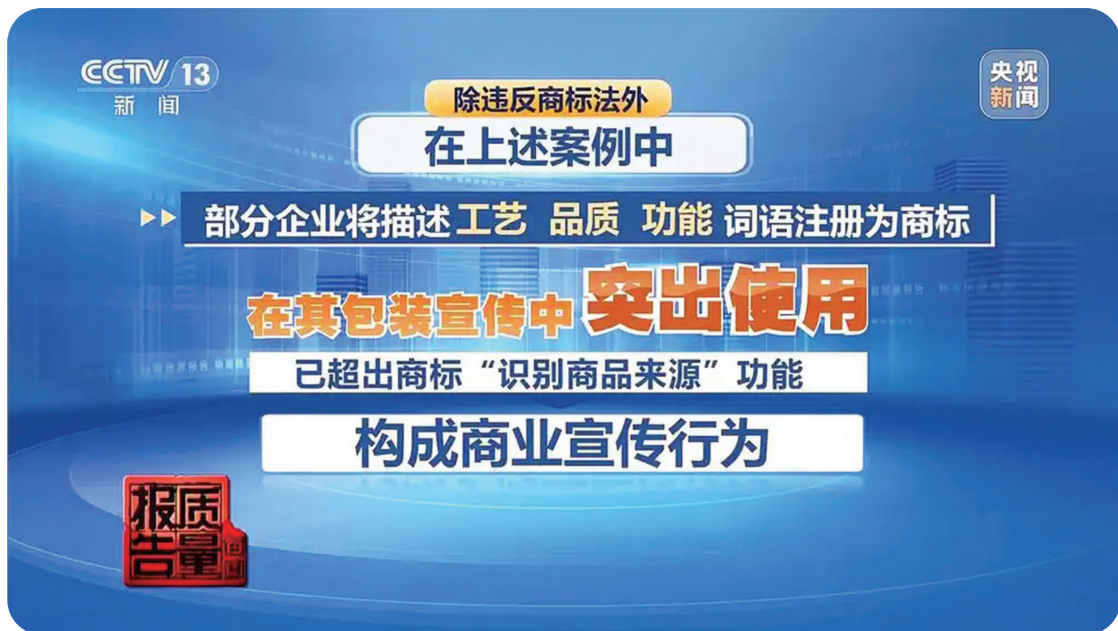


“手擀”面机器造 “一品牛”肉干是猪肉

“心机商标”误导消费者为何屡禁不止

一枚小小的商标,本应是企业商誉的载体,但如今“手打”面不靠手打、“零加”不代表零添加、“树上熟”并非自然成熟……这些原本描述产品特质的词汇,被一些企业抢注商标、再结合包装设计引导,让消费者难分真假。这究竟是合法的营销创意,还是误导消费者?

■据央视新闻



央视报道截图。

1 “手擀”面、“手打挂面”全是机器制造

在某电商平台,记者注意到陈克明一款手擀大宽挂面的产品包装上,“手擀”二字用大字标在居中醒目位置,其下方配有擀面杖擀面的图案,广告语中还写有“就像儿时妈妈做的手擀面”,无论是视觉还是文字,让人很容易将其与传统手工擀制工艺联系在一起。那么这款面条真是“擀”出来的吗?记者拨通了陈克明食品股份有限公司的服务热线。

记者:“咱们官方旗舰店里卖的一款手擀大宽挂面是手工擀制的吗?”

陈克明食品股份有限公司服务热线工作人员:“我们这个手擀面是机器制造的,是参照手擀揉面的工艺成型,还原手擀面的口感、筋道的口感。”

记者:“机器制作的,它不是手工擀的是吧?”

陈克明食品股份有限公司服务热线工作人员:“嗯。”

记者:“那这个‘手擀’是商标吗?”

陈克明食品股份有限公司服务热线工作人员:“对,但是我们现在是名称,我们公司后续也会有一个调整。”

在陈克明官方旗舰店的产品宣传图中,记者发现,注册标记用小字标注在“手擀”二字的右上角。经查询,“陈克明手擀”于2020年2月20日申请注册为商标,于2025年10月24日“依职权宣告无效”,即无需第三方申请、由商标管理部门依法直接对该注册商标予以无效。根据法律规定,被宣告无效的商标在决定生效后不得再作为注册商标使用,更不得误导消费者。

5月10日,记者再次浏览电商平台陈克明旗舰店发现,该款产品已下架。

无独有偶,前不久,江苏南京一名消费者反映,自己购买今麦郎“手打挂面”后,因未吃出手工制作面条的口感质疑产品宣传。面对质疑,今麦郎回应称“手打”只是公司的注册商标。

记者在北京、南京实地走访了几家超市,找到了消费者购买的这款挂面,发现产品包装上“手打挂面”四个字十分醒目,旁边还配有“好像妈妈的手打面”的宣传语。乍一看,很容易让人将“手打”与传统手工制作相关联,而仔细一看才发现,“手打”二字右上角用小字标注了商标注册标记。

江苏省南京市建邺区市场监督管理局沙洲分局执法人员张超表示:“‘手打’实际上是它的商标,但是有可能让消费者产生一定混淆,此举涉嫌虚假宣传、商标的误导性使用等违法行为。”

今麦郎企业很快做出回应,表示将不再使用“手打”商标,全面停产所有带有“手打”商标的产品。5月5日,记者在国家知识产权局商标局中国商标网检索发现,今麦郎已主动注销该商标。

2 “产地”和“品种”也被注册成商标

除了将“工艺”注册成商标对消费者造成误导,将“产地”和“品种”注册成商标,也是“心机商标”常用的方法之一。

今年4月底,国家知识产权局商标局中国商标网官网正式上线了“心机商标”治理专栏,发布了商标典型案例,并持续更新“已依职权宣告无效带有欺骗性”的商标名单。记者注意到,商标注册号为44149057的“陈克明手擀”商标已被列入“已依职权宣告无效带有欺骗性的商标”名单。此外,“白象多半袋”“德子土”等曾引发广泛争议的商标均被作为无效商标典型案例。

国家知识产权局针对使用在肉和动物等商品上含“土鸡”“土猪”字样的注册商标开展了专项排查,目前已对472件相关商标启动依职权宣告无效程序。

其中,此前引发争议的“壹号土猪”商标有了新进展:广东壹号食品股份有限公司旗下4件应用于猪肉及猪肉制品的该商标,已被国家知识产权局商标局“依职权宣告无效”。

除了刚才看到的“手打”挂面,类似的

“文字游戏”还有很多:比如“一品牛”肉干,撕开包装一看,配料表第一位竟然是猪肉,原来“一品牛”只是商标;再比如“山里来的土鸡蛋”,其实并非散养土鸡产蛋,“山里来的土”才是商标名。

《中华人民共和国商标法》第十条规定,“带有欺骗性,容易使公众对商品的质量等特点或者产地产生误认的”标志不得作为商标使用。专家认为,“心机商标”行为违反《中华人民共和国商标法》。

除违反商标法外,在上述案例中,部分企业将描述工艺、品质、功能的词语注册为商标后,在其包装宣传中突出使用,已超出商标“识别商品来源”的功能,构成了商业宣传行为。在这个过程中,如果造成了消费者的错误认知,将违反广告法、反不正当竞争法和消费者权益保护法等多项法律,应依法追究法律责任。

专家指出,“心机商标”时有发生,一方面侵害了消费者的知情权和公平交易权,另一方面破坏了行业诚信体系。

3 “心机商标”问题为何始终没解决

“心机商标”多年前就已出现,并非新问题。近年来多次被舆论关注,但始终没有完全得到解决。其中,个别企业浑水摸鱼以及消费者维权难都是重要原因。

数据显示,2025年我国全年注册商标420.6万件,平均审查周期已稳定在4个月。记者调查发现,在海量商标申请中,存在个别经营者出于投机心理,刻意在商标使用与广告宣传的边界打擦边球,借具有质量、功能、产地等品质暗示的词汇注册商标,并且将此类注册商标用于不具有相应质量、功能的产品上,误导了消费者,谋取不当商业溢价,导致“心机商标”时有出现。另外,普通消费者遇到“心机商标”后,很少采取维权行动,多重因素也会导致“心机商标”出现。

针对这些问题,国家知识产权局商标局

进一步完善了商标审查标准,制定了《带有欺骗性的商标审查审理指导意见》,严格审查在品质、功能、产地等方面弄虚作假的申请,对易造成消费者误导的商标申请坚决予以驳回。最新数据显示,自2023年以来,已驳回127.3万件易误导消费者的“心机商标”申请。

针对“心机商标”乱象,国家市场监督管理总局及各地市场监督管理局也加大了对“心机商标”的监管力度。

目前,制度建设正在加快进行。2025年底,《中华人民共和国商标法(修订草案)》已通过全国人大常委会第一次审议。草案强化了针对“心机商标”的惩戒条款。后续,相关部门将持续完善制度规范,重点整治民生领域商标注册与使用乱象,维护公平竞争市场秩序,助力知识产权高质量发展。