



联合研发、内部正品、特别授权……

# 农科院食品 多少是真冠名?



【品名】农大蔬菜卷(直接挤压膨化食品)  
【配料表】小麦粉、玉米淀粉、白砂糖、食用植物油、  
香葱、饮用水、食盐、酵母、食品添加剂(膨化剂、着色剂、  
增味剂、防腐剂、甜味剂、酸度调节剂、稳定剂、乳化剂、  
增稠剂、抗结剂、抗氧化剂、香料、辣椒粉)

多款冠名“农大”“农科院”零食宣传不实

如今,农科院零食爆火,不少消费者表示,农科院研发的产品会更令人放心,其“无添加”的宣传也更吸引人们的眼球。

这让不少商家发现了其中的“商机”,他们利用消费者对“科学家”“农业科学研究院”的信任,在介绍商品时大肆宣称商品为“某科研院所研发,纯天然,无添加”,甚至在商品包装或网购平台的商品介绍页面明确写着“与××农科院联合研制出品”、“特别授权”,以激发消费者的购买欲。

那么,这些宣传是真实的吗?

## 镜头1 同一款巧克力 联合两所农科院研发

记者浏览多个购物平台发现,平台上有大量冠以“农科院”研发的食品,从饼干到麦片,从肉脯到果酱,应有尽有。

“××农科食品专营店”正在售卖一款名为“浙江农科院每日黑巧克力”的零食。在商品介绍页面,有一个商品讲解的视频链接,点进去观看发现,介绍的是“普莱赞黑巧克力”。视频中显示,该巧克力是与“中国热带农业科学院”合作研制的,而视频左下角展示的却是“浙江农科院每日黑巧克力”的购买链接。

记者询问客服:“这两款巧克力是同一种吗?为何主页是‘浙江农科院’,而视频链接却显示‘中国热带农业科学院’?”对此,客服反复强调这两款巧克力是同一款,至于到底是与哪家科学院“联合研发”的却避而不答。

## 镜头2 热销红薯鲜生 培育单位表示不清楚

在某社交平台推荐的广告页面里,有一款名为“红薯鲜生”的红薯干,点开链接出现了“魔都鉴赏局”公众号的一篇文章,该文章题为《爆款无添加红薯干,7斤鲜薯做1斤》,文中提到“该红薯由农科院培育”,在购买链接里并没有看到任何与农科院有关的信息。

记者又搜索了一下这款“红薯鲜生”的产品,在各大电商平台均有其商铺,很多宣传公众号也都提到“红薯鲜生选用山东农科院培育的红薯”,但记者就此询问客服时,对方却含糊不清。

随后记者联系了山东农科院,其工作人员表示“我不清楚你说的‘红薯鲜生’,我们这边有合作的企业,是做红薯紫薯脯的。”记者询问是否有联合生产的厂家,山东农科院的工作人员都表示并不清楚。

在某平台,“×××食品旗舰店”位居薯类制品店铺排行第一,其售卖的一款“带皮小红薯”在介绍页面标明“农科院出品”,当记者询问客服这是哪家农科院生产的,客服并没有给出明确回复,只是称“以链接为准,我们这边不显示”,然后继续

推荐其他产品。随后,记者根据其发货地河北省沧州市,咨询了该地周边地区的农科院、科学研究所,其工作人员均表示不清楚该产品。

## 镜头3 盗用权威背书 产品成分上造假牟利

一位业内人士称,一些商品所谓的权威“背书”,可能只是企业赞助了某项研究,或者相关企业参加了一次行业峰会,就把科研机构的名字挂在醒目位置。

前不久,上海消保委对一款名为“九0农大蔬菜卷”的零食展开了调查。

在其销售链接上均标有“东北农业大学”的字样,其产品包装上也印有“农大”二字,似乎与“东北农业大学”关系密切。结果,东北农业大学给上海消保委回复:不开展对外生产经营工作,蔬菜卷不是学校生产的产品,商品宣传不属实。同时,东北农业大学表示,学校与商品包装上所标的委托制造商和受委托制造商没有开展过任何合作。

另外,某电商平台“代餐麦片爆款榜”上排名第二的“山西省农科院燕麦片”,宣称是山西省农业科学院农产品加工研究所研发。山西省农业科学院回复:这款燕麦片的宣传内容不属实,并未推荐过此款产品。

值得注意的是,这些产品不光宣传上造假,在成分上也会造假。如“九0农大蔬菜卷”,实测含量为每百克7.49克,低于包装标示的每百克10.0克;脂肪实测含量为每百克21.8克,高于包装标示的每百克15.8克;蛋白质和脂肪的实测含量,均不符合国家标准的允许误差范围。



多款冠名“农大”“农科院”零食宣传不实

## 纵深

### 研发产品遭仿冒 科研院所维权难

在多个电商平台上,以农业科研机构 and 农业高等院校等名义研制的产品让人真假难辨。上海市农业科学院就发现,一些电商平台上的多个商品均冒用了上海农科院的标识和称谓。早在一年前,上海市农业科学院发现,某电商平台上的某一家店铺,长期售卖一款灵芝孢子粉,并宣称:“只有该店铺销售的灵芝孢子粉是上海市农业科学院的内部正品。”但上海市农业科学院对此并不认可,于是委托其院属授权企业,与该电商进行沟通。

上海市农业科学院院属授权企业营销总监王佳伟称,客服谎称老板是(上海)农科院职工,经过我们与农科院的求证并没有这个情况。目前,这个网店仍在销售打着上海农科院的旗号和品牌的产品。而此情况还不止一家。

上海市农业科学院成果转化处处长周昌艳则表示,2022年,单位曾委托了一家律所进行了部分互联网电商平台侵权使用上海农科院标识的情况(排查),发现有20余家电商店铺在使用上海农科院的标识,称谓与农科院成果相关产品的销售。于是,上海市农业科学院决定维权。同时,委托了两家(院属)成果转化企业平台,向相关市场监督管理部门进行反映,但是这种情况依然存在。

法律专家表示,“农科院食品”乱象,对不少农业科研院所的声誉造成了负面影响,也侵害了消费者的权益。对此,市场监管部门应主动出击,科研院所也要敢于维权。

## 说法

### 构成虚假宣传 或将承担刑责

北京德和衡律师事务所高级合伙人马丽红律师认为,如果并不存在与研发机构、农科院联名的事实,商家却做了不符合事实的宣传则构成虚假宣传。构成虚假宣传的,需要承担相应的民事责任、行政责任,甚至刑事责任。

马丽红说,消费者权益保护法明确规定,经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务费用的3倍;增加赔偿的金额不足500元的,为500元。广告法规定,发布虚假广告的,由市场监督管理部门责令停止发布广告,责令广告主在相应范围内消除影响,并根据具体法律规定处以相应罚款。刑法中关于虚假广告罪规定,广告主、广告经营者、广告发布者违反国家规定,利用广告对商品或者服务作虚假宣传,情节严重的,处二以下有期徒刑或者拘役,并处或者单处罚金。

“因为虚假宣传销售的商品,如果给消费者造成人身或者财产损失的(如发生食品安全问题),侵权人也应承担相应的法律责任。”马丽红说。

### 平台如有过错 承担相应责任

中国人民大学法学院教授刘俊海认为,就平台责任而言,要看平台服务商是否尽到了合理、必要的事先审查义务,如营业执照、原产地证明、进出口许可证等。如平台服务商对侵犯商标权利的违法事实知情,却没有及时通知商标权利人以及采取其他屏蔽页面、断开链接等行为,反而放任或者帮助卖家的违法行为继续扩大,则应承担其责任范围内的侵权责任。

北京德和衡律师事务所高级合伙人马丽红律师建议,构建诚信、安全的交易环境是商家、平台、社会和主管部门的共同责任,但在复杂的网络环境中,消费者也应当具有自我保护意识,购买商品前可以通过网络、电话等方式向相关企业和单位咨询。同时,要及时截屏、录屏并保留相关购买证据。一旦出现问题,应积极通过投诉、举报,甚至诉讼等途径维护自己的合法权益。

据法治日报、央视财经

## 相关 商标仿照正规品牌 混淆视听诱导购买

记者在某平台浏览发现,一家名为“×××护肤旗舰店”的店铺评分高达4.8分,销量70.2万,他家售卖的每件商品都称为“×××凡士林”,其中多为护手霜、身体乳等具有保湿功效的产品。

在一款身体乳的商品介绍页面里,记者查看其产品参数发现,其品牌名称为“×××”,但产品名称为“×××凡士林果酸柔滑身体乳”,生产企业为一家广东公司,其功效主要为“改善肌肤,补水滋润”。在购买页面显示,一瓶500ml的身体乳价格为19.9元。

同时,记者发现,在各大购物平台上,凡士林都有官方旗舰店,名称为“Vaseline 凡士林官方旗舰店”,两款瓶身设计颜色类似,功效介绍也基本相同,就连护肤品最重要的原料成分也相同,最大的差别就是价格,正规旗舰店里的Vaseline 凡士林身体乳220ml售价109.9元,是“×××凡士林果酸柔滑身体乳”的几倍。

在某直播平台的“×××护肤旗舰店”直播间

里,背景板上写着“国货经典,匠心研发,10年专注品质,安心用,放心买”。记者在评论区看到不少人说:“别买,这是仿冒凡士林的冒牌货。”

记者询问客服“这款产品 and 凡士林有什么关系”时,客服回应称:“我们品牌是×××,正品保证,产品中含有凡士林成分,并不是凡士林的牌子。”

中国人民大学法学院教授刘俊海认为,商家仿冒官方品牌注册商标的行为是商标侵权行为。这种行为损害了商标权人的合法权益,导致其商品或服务的竞争力下降,减损其商业信誉,侵权人应就此承担民事责任;同时,也导致消费者对商品或服务的来源产生混淆,破坏市场经济秩序,侵犯了消费者权益,侵权人应当承担行政责任;情节严重的,将承担刑事责任。

