



“山里来的土鸡蛋”非土鸡蛋 你被这些“心机商标”坑过吗？

民生调查



重庆晨报
民生在线
扫码关注

难事、烦事、委屈事、不平事、
新鲜事告诉我们，记者帮你办

“花了土鸡蛋的钱，买的却是普通笼养鸡蛋？商家说‘山里来的土’是商标，和鸡蛋品质没关系，这不是明摆着误导人吗？”近日，重庆市民秦女士向记者吐槽自己的糟心购物经历，本想选购原生态鸡蛋，却不慎落入商标“文字陷阱”。

秦女士的遭遇并非个例。当前消费市场中，一种新型“商标陷阱”悄然蔓延：商家将消费者关注的品质、成分等词汇注册为商标，再通过包装设计误导消费者，让其误以为这些词汇描述的是产品特性。

“手打”方便面并非手工擀制，“壹号土猪肉”的“土”仅是商标，“多半袋”面饼远未达到标称分量，从“零蔗糖冰淇淋”到“青海湖盐”，这类被网友称为“心机商标”“擦边商标”的套路，已渗透到食品、日用品等多个领域，悄悄侵蚀消费者信任。

当商标沦为误导消费者的工具，如何识别套路、监管部门如何应对、消费者如何避坑？带着这些疑问，记者展开了深入调查。

商标玩“文字游戏” 误导消费者踩“坑”

今年3月中旬，家住沙坪坝区的秦女士在小区附近的生鲜超市购物时，被一款包装上醒目的鸡蛋吸引。“包装上印着‘山里来的土鸡蛋’，字体加粗放大，还配着山间养鸡的图片，标价比普通鸡蛋贵了近一倍。”秦女士称，她平时注重饮食健康，看到“土鸡蛋”字样便毫不犹豫地买了两罐，花费近60元。

回家煮了鸡蛋后，秦女士发现不对劲：“蛋黄颜色很淡，口感也和平时买的土鸡蛋差很多，反而和普通笼养鸡蛋没区别。”她仔细查看包装，才在角落发现一行极小的标注——“‘山里来的土’为注册商标”，而包装上并未明确说明鸡蛋并非土鸡蛋。

秦女士找到超市负责人维权，对方表示“商品标注合规，‘山里来的土’是商标名称，并非对鸡蛋品质的描述，不构成误导”。无奈之下，秦女士拨打了12315投诉热线。

4月8日，记者随秦女士来到该生鲜超市，发现同款鸡蛋仍在售卖，其包装设计极具迷惑性：“山里来的土鸡蛋”七个字占据包装主体，商标标识“TM”却隐藏在角落，不仔细查看难以发现。

记者联系到该鸡蛋品牌的生产厂家。厂家客服回应称，其商标确为“山里来的土”，鸡蛋均为规模化养殖，包装上的“土鸡蛋”字样是对商标的延伸使用，“我们没有虚假宣传，消费者误解是自身对商标认知不足”。截至发稿，秦女士的投诉仍在处理中，市场监管部门已介入调查。

类似情况并非孤例。2024年，重庆市公安局破获一起特大跨省制售假冒品牌饮料案，涉案金额超3000万元。嫌疑人崔某注册了“奖红一牛”商标，生产的功能饮料包装与正品红牛高度相似，“奖一”两个小字几乎与背景色融为一体，消费者稍不注意就会误认为是正品红牛。

“这种玩法越来越隐蔽了。”市市场监管综合行政执法总队知识产权支队支队长贺敏告诉记者，“以前是直接仿冒，现在是在商标上做文章，打擦边球。”

“心机商标”泛滥 相关投诉居高不下

不少消费者遭遇了类似秦女士的消费陷阱。记者在社交媒体上发现，有消费者自发整理出一份不断扩充的“擦边商标”名单，从“千禾0”“壹号土”“山里来的土”到“手打”“多半”“其他没了”，涵盖多种易误导品类。

随后，记者登录黑猫投诉平台查询，输入“商标误导”“文字游戏”等关键词，相关投诉超千条。消费者反映的问题多样：有人购买“壹号土猪肉”许久后，才发现其并非传统意义上的土猪肉；有人投诉“多半袋方便面”面饼增量不足30%，远未达到预期的“多半”；还有消费者称在电商平台购买的“120W充电器”，实际充电速度严重不达标。

黑猫投诉平台相关负责人表示，此类投诉近年来明显增

多，商标“文字游戏”主要集中在食品、日化、家电等与消费者生活密切相关的领域，且套路高度相似：商家将描述产品品质、功能、原料的词汇注册为商标，再通过包装设计突出这些词汇，刻意模糊商标与产品特性的区别，以此误导消费者。

记者梳理发现，商家的误导手法主要有三种：一是将“土”“手工”“零添加”等描述产品特性的词汇注册为商标；二是利用排版设计，将商标与产品名称巧妙结合，诱导消费者误读；三是注册与知名品牌相似的商标，如“米麒麟”碰瓷“米其林”“中园石化”模仿“中国石化”。

商家行为涉嫌违法 消费者可依法维权

针对商标不规范使用乱象，记者采访了市市场监管局商标监督管理处相关负责人。该负责人表示，市场监管部门持续打击此类行为，重点整治“利用商标玩文字游戏、误导消费者”的问题。“这类行为的核心是商标使用不规范，商家刻意模糊商标与产品特性的界限，涉嫌侵犯消费者知情权。”

该负责人介绍，近年来，重庆持续加大对对于此类商标不规范查处力度，并对多起典型案例进行曝光，引导商家规范经营。对于情节轻微的不规范使用行为，监管部门将责令商家整改，规范商标注册方式；对故意误导消费者、情节严重的，依法撤销商标并予以重罚；涉嫌犯罪的，移送公安机关处理。不过该负责人坦言，此类行为隐蔽性强，商家常以“商标合规注册”规避监管，给查处工作带来一定难度。

消费者遭遇此类情况如何维护自身权益？记者采访了北京金诚同达（重庆）律师事务所高级合伙人何明凤律师。她表示，从法律层面看，商家此类行为已涉嫌违法。《中华人民共和国商标法》明确规定，带有欺骗性、易使公众对商品质量、产地产生误认，以及仅直接表示商品质量、主要原料、功能、用途等特点的标志，不得作为商标使用或注册。

“部分商家将‘土’‘零添加’等描述性词汇注册为商标，本身存在先天缺陷，若使用中刻意误导消费者，即便商标已注册，也属于不规范使用，情节严重可被撤销。”何明凤补充，商家行为还涉嫌违反《消费者权益保护法》，“消费者享有知情权和选择权，商家刻意模糊商标与产品特性的区别，导致消费者误解，属于隐瞒真实信息，涉嫌欺诈。”

她举例说明，若消费者因商标误导购买商品，可依据消费者权益保护法要求商家退还货款并给出三倍赔偿；若造成人身损害，还可要求额外赔偿。针对消费者避坑，何明凤给出建议：一是学会区分商标与产品特性，重点关注包装上的“TM”（未注册商标标识）和“®”（注册商标标识），相关描述性词汇旁有此类标识，大概率是商标而非产品特性承诺；二是不被包装醒目词汇迷惑，仔细查看配料表、营养成分表等核心信息，判断产品实际属性；三是遭遇误导时及时保留购物小票、商品包装等证据，可向12315平台投诉或通过诉讼维权。

“山里来的土”原来只是商标名

新重庆-重庆日报记者 周盈

17批次智能坐便器抽检不合格

4月8日，记者从重庆市市场监督管理局获悉，国家市场监督管理总局近日通报国家产品质量监督抽查情况，其中涉及17批次不合格智能坐便器。

不合格样品分别为：

- 1.标称西唯科技（浙江）有限公司生产的智能坐便器，规格型号：CM1D-305。
- 2.标称合肥荣捷智能科技有限公司生产的荣事达智能坐便器，规格型号：S6。
- 3.标称中宇厨卫股份有限公司生产的电子坐便器，规格型号：WJY54001M-S4。
- 4.标称福建过江龙卫浴有限公司生产的智能坐便器，规格型号：TZ005-3。
- 5.标称福建恒通卫浴有限公司生产的智能坐便器，规格型号：HT-T17218-3。
- 6.标称蒙娜丽莎（广东）卫浴用品有限公司生产的智能坐便器，规格型号：M-ZN007-1H-3X。
- 7.标称广东东姿卫浴科技有限公司生产的智能坐便器，规格型号：898S。
- 8.标称潮州市吉蒙智能科技有限公司

生产的智能坐便器，规格型号：S90J。

9.标称潮州市顶尚智能科技有限公司生产的智能坐便器，规格型号：911。

10.标称广东逸智卫浴有限公司生产的智能坐便器，规格型号：YZA70UA0-LRA300。

11.标称潮州市唯佳智能科技有限公司生产的智能坐便器，规格型号：X009C。

12.标称潮州市晨希智能科技有限公司生产的麒麟蛋智能坐便器，规格型号：Q8SSF-B-305。

13.标称潮州市宫佐卫浴有限公司生产的智能坐便器，规格型号：7054。

14.标称潮州市唯舰智能科技有限公司生产的智能坐便器，规格型号：CES-UX8。

15.标称广东玺陶卫浴科技有限公司生产的智能坐便器，规格型号：K30C-M-3。

16.标称潮州市小芝科技有限公司生产的智能坐便器，规格型号：Z07。

17.标称潮州美丽智能厨卫有限公司生产的智能坐便器，规格型号：ML8050-3CX。

上游财经-重庆晨报记者 杨新宇