

遇見小面 起訴 渝見小面

重慶小面館用家鄉簡稱也侵权？

重慶市雲陽縣的毛女士與丈夫在河南省南陽市經營着一家40平方米的“渝見小面”夫妻店，主打地道重慶風味，靠起早貪黑的經營慢慢攢下回頭客，生意剛有起色。今年6月3日，她突然收到法院傳票，港股上市餐飲品牌“遇見小面”以商標侵權為由將其起訴，索賠約八千元。

突如其來的官司讓薄利經營的夫妻倆陷入惶恐，毛女士焦慮失眠、面對鏡頭情緒崩潰，事件經曝光後引發全網熱議。多數網友認為大企業維權過度，多位法律人士也指出“渝見”含明確地域指向，與“遇見”字形、讀音、含義差異明顯，且雙方市場範圍不重疊，不構成侵權，當地多名律師主動提出法律援助。6月13日，“遇見小面”宣布撤銷訴訟並反思維權流程，這場持續10天的糾紛最終落幕。

(詳細報道請看03版)



新聞銳評

“遇見小面” 維權還是碰瓷？

港股上市的中式面館第一股“遇見小面”，把河南南陽一家40平方米的夫妻小店告上法庭，只因店名“渝見小面”與其相近，索賠約八千元。10天里小店老板寢食難安、生意受擾，直到輿論發酵後原告才匆匆撤訴，一句“反思維權流程”，掩不住這場維權背後的資本傲慢與利益算計。

從常理到法理，這場起訴都站不住腳。“渝”是重慶法定簡稱，店主本就是重慶人，開重慶小面館以“渝見”點明地域風味，是最樸素的商業邏輯，既無攀附品牌的主觀故意，雙方市場布局、客群定位也完全不重疊，根本不存在消費者混淆的現實基礎。法律界普遍認為，二者字形、字義差異明顯，並不滿足商標侵權的核心要件。既然贏面不大，為何執意起訴？玄機就在約八千元的索賠額里——這個金額剛好卡在小微經營者的“妥協閾值”：請律師不划算，應訴耗不起精力，多數小店主只會認倒霉花錢消災。說白了，這不是維護商標權益，是算准了弱者怕麻煩的心理，把訴訟當成了低成本的收割手段。

對市值數十億的上市公司而言，發一封律師函、立一樁案子，不過是第三方律所的常規操作，成本微乎其微。可對起早貪黑的夫妻店來說，這10天是實打實的劫難。店主茶飯不思、人瘦一圈，甚至專門停業一天搜集證據——一碗面利潤不過一兩元，約八千元賠償要賣上千碗才能掙出來。對方輕飄飄的一紙訴狀，砸的是普通人養家糊口的飯碗。更諷刺的是，“遇見小面”在聲明里稱“深知創業不易”，可它自己從小店起家，上市後反倒把法律槍口對準了和当年的自己一樣的底層創業者，難免讓人生出“屠龍少年終成惡龍”的唏噓。

事實上，近年品牌“碰瓷式維權”早已屢見不鮮。不少企業把商標保護異化為一門生意，專挑個體工商戶下手，靠批量訴訟坐收漁利。這種濫用訴權的行為，不僅浪費司法公共資源，更消解了商標制度的初衷。商標法本是維護公平競爭的屏障，不該淪為大企業恃強凌弱的工具。當維權變成針對弱者的精準施壓，法律就變了味。

如今風波以撤訴收場，但不該就此翻篇。一句“反思流程”不足以抵消對經營者的傷害，更掩蓋不了維權機制的跑偏。事件發酵後已有大量消費者用儲值退費表達不滿，恰恰說明公眾對這種恃強凌弱的商業行為並不買賬。對大企業而言，真正的品牌自信，從來不是靠告倒多少小店建立的，而是靠產品與口碑掙來的。比起事後倉促公關，更該補上的是對當事人的歉意，以及對商業倫理的敬畏——能容得下小面館的烟火氣，才撐得起大品牌真正的格局。

上游財經-重慶晨報記者 余麟



身 邊 事

05版

高考試卷怎樣打分
記者探訪重慶評卷現場

身 邊 事

06版

成渝便民快巴來了
單程低至50元

黃葛樹 紀 實

09版

母親把二姐的床挪到了靠門的地方，二姐就這樣趴着，看春去秋來，看孩童奔跑，看人間烟火……

門外