真假鲍师傅:正品鲍师傅只有26家 山寨店有1000多家

面对规模庞大的模仿者,网红店鲍师傅糕点走上了诉讼之路。日前,北京鲍才胜餐饮管理有限公司(以下简称"鲍才胜公司")已经将拥有"鲍师傅总部"微博、微信账号的北京易尚餐饮管理有限公司(以下简称"易尚")诉至北京、南京、杭州三地法院。鲍才胜公司起诉山寨加盟商的案件已在南京开庭审理。

诉讼的产生是因为市面上存在着大量无法分辨出真假的鲍师傅糕点店铺,鲍才胜认为山寨企业侵害了自己品牌的权益。而被告方易尚也公开声称是正宗的鲍师傅糕点,并注册有相关商标。对此,鲍才胜向媒体表示,2016年下半年就开始进行维权了,但是效果并不好,小企业主维权难度太大。

"鲍才胜公司法律意识不够,现在维权有点晚了,鲍师傅这个品牌含金量已经不高,再不抓紧诉讼,确实会存在很大风险,一系列的商标官司要提上日程了。"对此,京师律师事务所商标法律事务部主任熊超说。

当致电易尚询问公司有多少商标等问题时,对方承认是鲍师傅总部,但并不愿意回答有关注册商标等问题,并表示官司的问题由律师负责,随即挂断电话。

据了解,北京市工商局在接到鲍才胜公司举报后,于3月15日对当地16个区33家涉嫌侵犯"鲍师傅"注册商标的糕点店进行了现场检查,发现多数门店均在门店显著位置和所售糕点的外包装、食品袋上使用"鲍师傅"字样,且不能提供有效商标注册证及授权手续。不过,目前并没有消息显示被检查门店与易尚存在关联。

真假乱象

鲍才胜告诉记者,正品鲍师傅只做直营店,目前在全国有26家直营店,北京有14家。而全国山寨店约有1000家,易尚公司就占约300家。其中,易尚在北京一地的加盟店高达200余家。2017年5月,易尚收购32类商标后,就开始向全国招商,加速扩张,加盟费从几万到几十万不等。

记者拨打了易尚公司的招商电话,来电显示:"鲍师傅全国经营总部,总部未设其他分部,其他均为假冒,请广大投资商认准正宗品牌,以防上当。"

究竟鲍才胜的鲍师傅糕点是正宗的,还是如易尚所言,自己才是正宗品牌呢?

2004年,鲍才胜在中国传媒大学附近开设面包房,2006年在雍和宫、长椿街附近开店。直到2013年3月,北京电视台美食频道报道了雍和宫鲍才胜的鲍师傅糕点后,该品牌的糕点店就成了网红,经常出现排长队购买的现象。也是在同一年,经营近10年的鲍才胜才想到注册鲍师傅糕点的商标。

"自己此前对品牌保护确实没概念,法律意识薄弱,2004年开店,到了2013年才想起注册商标。"鲍才胜告诉记者:"目前,除了正品鲍师傅糕点的业绩受到影响,由于顾客难辨识,工作人员还要花心思用在解释上。

此后的2014年,鲍才胜在天津开店,2016年在上海人民广场开店。鲍才胜告诉记者,目前鲍师傅糕点共注册有三个原创商标,最早的于2013年注册成功。而易尚的相关"鲍师傅"商标最早于2015年注册,其余均为2017年注册。在2017年,易尚就申请注册了"鲍才胜""鲍师傅糕点""鲍师傅小贝"等商标。

目前鲍才胜公司已经对易尚的行为进行取证保存,向北京市丰台区科技法院提起侵权诉讼,做出相应赔偿请求。鲍才胜向记者强调,如果官司能够打赢,所有的赔偿都会捐出去。鲍才胜已将以"鲍师傅总部"的名义开展连锁加盟的公司诉至北京、南京、杭州的法院,法院已经受理。

"很多人甚至不知道加盟的鲍师傅是山寨的。易尚的行为对加盟商、消费者、正品鲍师傅都产生了伤害。"鲍才胜告诉记者。

其实,记者在观察鲍才胜的鲍师傅糕点的门店招牌时发现,其字体、排版并不都统一,有的是宋体、有的是楷体,"糕点"二字有的竖排,有的是横排。对于消费者来说,仅从店面来看,很难辨识出正宗和山寨。对于字体辨识度不够高的质疑,鲍才胜在接受采访时向记者承认,这里有历史遗留问题,鲍师傅糕点外地店是很统一的,在北京都是小店,2018年四五月份会进行统一。

维权VS违规

除了"鲍师傅""鲍才胜"商标外,易尚还注册有其他餐饮企业的商标,包括注册了"沙县轻食""原麦丰秋""金拱门""脏脏包""栗记"等商标。北京品源律师事务所王金华律师提醒加盟商,加盟商家在加盟时要仔细审查对方的资质,否则加盟商仍然有可能构成商标侵权或者不正当竞争。

盈科律师事务所厦门分所知产部主任王倩律师分析称,"山寨企业"并不等于违法企业,对于有的打法律擦边球的"山寨企业",确实很难找到法律制裁的手段。不仅如此,有的被抢注的原创企业还会处于下风。这就必须在商标法、著作权法、专利法和反不正当竞争法里面找到法律依据。

"鲍才胜2013年4月在商标国际分类的第30类挑选了糕点等10个商品申请注册了商标并获得授权,但没有在餐饮服务等相关的商品和服务上申请商标。2015年,易尚在第43类的餐饮服务上提出了申请。鲍才胜想再申请第43类的餐饮服务商标为时已晚。"王倩同时向记者补充道,北京易尚的"鲍师傅"注册的第43类餐饮服务是一种类似于星巴克提供的服务,主要提供堂食服务,即便在店里出售糕点,也应该是与堂食的餐饮配套提供的糕点,而不是单独对外销售成品糕点。

熊超告诉记者,确实存在先于原创品牌之前注册该商标的企业,目前没有特别有效的措施,它们之所以会存在就是处于灰色地带,大家无法管理。而且后续维权的法律程序启动成本特别高,手续、时间等各方面都特别繁琐复杂。

不过,熊超也指出,对于企业的加盟资质,国家是有完备的法律法规的。熊超提到,加盟的授权方要确保是原创性品牌。加盟方如果发现加盟的不是正宗的品牌,要按照特许经营管理条例和合同去维护自己的权益。

对于易尚是否有特许经营资格等问题,王倩律师在向记者解释到,法律上称为"商业特许经营",主要是根据《商业特许经营条例》的规定进行规范。根据该条例,特许方在进行商业特许经营时要到商务部进行商业特许经营合同备案,备案的企业要提出自己的商标权和已经拥有两个直营店并连续经营一年以上的证明资料等等。

令人不解的是,多名律师在商务部的平台上查询后,都没有看到易尚的备案信息。王倩律师告诉记者,按规定,如果商务主管部门发现未备案企业进行加盟活动,不仅由商务主管部门责令限期备案,而且要处1万元以上5万元以下的罚款;逾期仍不备案的,处5万元以上10万元以下的罚款,并予以公告。

王倩律师告诉记者,易尚仅有提供餐饮服务等的第43类注册商标,目前看,如果北京易尚的直营店铺里面仅仅销售成品糕点,而不是提供类餐饮服务,那就很有可能侵犯了鲍才胜所注册的"鲍师傅"商标在糕点等商品的第30类上的注册商标权。

品牌营销专家路胜贞认为,企业维权难度大可考虑两个方面:一是加强自身的品牌标识性的培育,强化自身品牌的独特性,提高消费者的辨识。二是进行连锁化管理,对某些跟风企业谈判,对合乎要求的品牌观念相近的进行商业联合。 (中经网)

浙江大学生物系统工程与食品科学学院沈立荣教授:

反季节蔬果有害健康吗

几十年前,市场上没有反季节蔬菜和水果,如今有了反季节蔬果,人们不禁要问"反季节的蔬菜水果是否有害健康?"

浙江大学生物系统工程与食品科学学院沈立荣教授表示,按照中国的传统说法,"不时不食"。也就是说,食物得天地物候之气,它的性质与气候环境的变化密切相关。如果不是应季食物,就没有该季节的特性,食物的健康价值就会改变。

沈立荣说,从农业生产角度来说,应季的产品品质优于反季节产品。番茄长在冬天的大棚里,其中维生素C的含量只有夏天露地种植产品的一半;刻意选育和栽培的早熟果实,口味和营养价值通常不如自然晚熟的水果。但是,不能不承认,现代社会中的人们的确已经被反季节蔬菜和水果所包围,而且已经无法离开它了。

北方从11月至次年4月之间,几乎没有什么办法种植应季的蔬菜和水果,也就是说,如果人们一定要吃应季食物的话,有5个月的时间,只能吃豆芽之类的芽菜,而且几乎没有任何新鲜水果。人们靠腌菜来维持生活,增加了亚硝酸盐的摄入量,维生素C、B族维生素等营养素摄入普遍不足,不利于饮食安全,更不要说实现食物多样化和美食的享受了。另外,现在很多反季蔬果并不一定是大棚种植的产品,其中也有来自南方的产品,甚至是来自国外的产品。

相比之下,无论哪个季节,多吃点蔬菜水果,才是最关键的。无数研究证实,蔬菜水果的摄入量越大,罹患癌症、心脏病的危险就越小,青黄不接时吃反季节蔬菜水果总比不吃要好。