



文/图 羊城晚报记者 黄颖琳 吴珊
(部分图由受访者提供)

“没想到，买个纯棉被套也会闹乌龙。”近日，有消费者向羊城晚报记者反映，自己在网上下单“无印良品纯棉被套”，收货后发现不是日本“MUJI 無印良品”的商品，而是北京棉田纺织品有限公司的“无印良品”。记者调查发现，令消费者感到品牌混淆困扰的不止线上渠道商品，线下门店商品同样也让消费者“傻傻分不清”。这背后，则牵扯出了长达多年的商标纠纷。

A 名字“一样”却是不同品牌

今年10月底，广州市民詹小姐在天猫超市下单了一款名为“无印良品纯棉被套（单件）”的商品，实付款为103.55元，收到货却发现“此无印良品非彼无印良品”。她告诉记者，“我比较喜欢MUJI这个品牌，平时也常去线下门店逛，之前也买过他们家的商品，比较熟悉。但这次拿到手的被套，上面的标签竟然是‘VOGUE DESIGN’‘KZ ART’，没有‘无印良品’字样。”

疑惑之下，詹小姐重新打开购买链接，在商品详情页最底部，才留意到一个浅灰色、字号小的“告示”——“我们是中国的‘无印良品/無印良品’品牌，非日本‘MUJI’，在中国24类商标，有且只有一个‘无印良品/無印良品’”。

为此，她咨询天猫超市客服该被套到底是哪个品牌，客服第一时间提供了上述“告示”，并表示“是无印良品（無印良品）的”“是百分百正品”。继续追问后，对方又表明是“无印良品授权的”。同时，客服提供了一份授权书，上面写着“兹授权杭州某有限责任公司作为我司24类‘無印良品’商标、25类‘无印工坊 Natural Mill’被授权

人”，授权商标涉及部分指定的注册号，落款的授权公司和盖章均为北京棉田纺织品有限公司。按照商标分类，24类为布料床单，25类为服装鞋帽。

记者调查发现，在同一电商平台存在日本 MUJI 無印良品店铺和北京棉田公司的无印良品店铺。打开淘宝，以“无印良品”为关键词搜索店铺，以两家位置较为靠前的“无印良品”店铺为例，其中一家为“无印良品 MUJI 官方旗舰店”，粉丝数超960万，这是由(日本)株式会社良品计画旗下无印良品(上海)商业有限公司开设。另一家名为“无印良品旗舰店”，粉丝数超140万，营业执照“名称”栏显示是无印良品纺织科技有限公司，其大股东正是北京棉田纺织品有限公司。两家店铺名称右侧都有“天猫旗舰店”标志，并提供了天猫网店经营者相关资质信息。

同样来自广州的消费者李小姐以前曾在“无印良品旗舰店”购买过床单。她告诉记者：“之前并未留意到两家线上店是不同的，但买回来的纯棉床单使用体验不错。其实只要质量过关，也没那么在意品牌。”

“无印良品”背后的商标纠纷

买个床品也会闹乌龙？消费者“傻傻分不清”



▲无印工坊门店的被套吊牌印有“無印良品”标识

▼客服提供的告示(受访者提供)

告 示

我们是中国的“无印良品/無印良品”品牌，非日本“MUJI”，在中国24类商标，有且只有一个“无印良品/無印良品”。

让消费者“傻傻分不清”的背后，牵扯的是长达多年的商标纠纷。

公开裁判文书显示，从1999年11月17日开始，株式会社良品计画向我国商标行政管理部门申请注册“无印良品”商标，指定使用在第16(办公用品)、20(家具用品)、21(厨房洁具)、35(广告销售)、41(教育娱乐)类商品或服务上。截至2000年4月6日前，并未申请在第24类(布料床单)商品上注册“無印良品”商标。

另一边，关于第1561046号“无印良品”文字商标，海南南华实业贸

B 吊牌都有“無印良品”字样

给消费者带来困扰的不止是线上渠道的混淆。

今年11月，深圳的莉莉在逛超市看到一家“無印良品 Natural Mill”店铺，便进去选购了两个枕头套。“门店招牌风格很像，吊牌也是‘無印良品’。另外，售货员说是一样的，刚好有优惠，我就入手了。”她向记者表示，后来在朋友提醒下，才得知不是同一个牌子。

无独有偶，网友露露在某社交平台发帖称，今年年初，她根据导航前往一家“无印良品”门店，当时销售员说“这是折扣店”，并在其指引下购买了床上四件套。回家后看到包装袋上的字母为“Natural Mill”，意识到不太对劲。经过一番“思想斗争”，她去“MUJI”门店又买了四件套，发现两款产品手感和细节存在一定差异。

近日，记者走访了广州多家实体店。整体来看，“MUJI 無印良品”基本开设在大型商场且有较大的独立门店。其中，在被套、枕套、床垫罩等床上用品，以及披巾、毛毯等棉纺织品的吊牌只印有“MU-

C 拉锯持久的商标之争

易公司于2000年4月6日在第24类商品上向原国家工商行政管理总局商标局提出注册申请，于2001年4月28日经上述部门初步审定并公告，核定使用商品为“棉织品、毛巾、毛毯被、浴巾、枕巾、地巾、床单、枕套、被子、被单、盖垫、坐垫罩”等商品。2004年8月2日，该商标经核准转让给北京棉田纺织品有限公司。另有公开资料显示，北京无印良品投资有限公司(现更名为北京棉田网络科技有限公司)成立于2011年6月，北京棉田公司为其投资人之一。北京棉田公司授权北京无印良品公司在中国地区独家使用该商标，用于商标项下指定商品的生产、销售及宣传推广。

此后，株式会社良品计画提出异议申请，我国商标行政管理部门裁定被异议商标予以核准注册；其后又向法院提起诉讼，经过了一审二审，最高人民法院做出最终判决，维持原判。后来，北京棉田公司又控告，称对方侵犯了其用在纺织品的“无印良品”商标权……企查查显示，截至目前，北京棉田纺织品有限公司与无印良品(上海)商业有限公司之间案件高达17起，最新一起将在2025年1月23日开庭。

拉锯持久的商标之争，也带来了不少“麻烦事”。

今年6月，抖音平台上有所部分账号发布视频称，无印良品推出了“[618 预售]299 元代 1000 元”的代金券，值得一提的是，该大额优惠券上方标注的是“Natural Mill”。6月5日，无印良品(上海)商业有限公司发布声明表示，该代金券并不是 MUJI 無印良品推出的，造成消费者产生误认，请认准“MUJI 無印

良品”品牌，注意甄别。

今年7月22日，北京市消费者协会发布80件床上用品比较试验结果，有15个品牌存在不符合标准的问题，其中，“无印良品床品产品使用说明不规范或不正确”上榜，该样品供货商为拼多多无印家纺家居店，未标注制造者名称和地址。

次日，无印良品(上海)商业有限公司迅速发布声明回应，所涉无印家纺家居店的销售者，经营者系其他企业，与“MUJI 無印良品”无关联。提醒广大消费者认准“MUJI 無印良品”品牌，请注意甄别，欢迎前往官方渠道购买优质商品，“MUJI 無印良品官方奥莱店”为该公司在拼多多平台上唯一授权店铺。

针对上述情况，上海秦兵(北京)律师事务所主管律师刘馨远在接受羊城晚报记者采访时表示：“因为商标高度相似、名称宣示几乎一致，日常生活物品缺乏明显的辨识度，在这种情形下，商家应充分且在显著广告位置进行信息披露，尤其是在商品品类、名称等重要信息要进行有区别的告知，以确保消费者知情权，最大化保障消费者公平交易权。”

刘馨远还提到，对于消费者而言，应该要熟悉两家公司的区别和商品经营范围和种类，找出二者商品的显著区别，然后决定去选择哪家商品进行消费，避免存在选择错误，给自己造成损失。

据企查查显示，北京棉田纺织品有限公司申请的第1561046号“无印良品”注册商标(24类 布料床单)的专用权期限为2021年4月28日至2031年4月27日，当前商标状态为“已注册·行政诉讼完成”。

广州一公司虚假“温度解百病”宣传，被罚款30万元！

随着互联网“带货”爆发式发展，充斥网络空间的各类广告良莠不齐，运用花样翻新的手法、夸大其词的宣传，诱导消费者上当受骗。近日，广州市市场监管部门深入开展2024民生领域案件查办“铁拳”行动，公布了一批典型案例，其中对发布违法广告、虚假商业宣传等行为进行了处罚。

2024年8月，白云区市场监管局对广州某信息科技有限公司虚假商业宣传违法行为，依法责令当事人停止虚假的商业宣传行为，作出罚款200000元的行政处罚。经查明，当事人于2024年2月24日，在快手平台直播带货销售1款运动营养食品过程中，为提高商品销售量，在没有任何证据证明的情况下，采取夸大或虚构商品功能及性能等宣传用语销

售商品，欺骗、误导消费者。当事人的上述行为，违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款的规定，白云区市场监管局依据《中华人民共和国反不正当竞争法》第二十条第一款的规定，依法对当事人作出行政处罚。

与百姓生活联系更为密切的，往往涉及医疗健康话题。

2024年9月，番禺区市场监管局对广州某健康管理有限公司发布违法广告、虚假宣传等违法行为，依法作出罚款300000元的行政处罚。经查明，当事人于2023年5月11日至2024年4月11日期间，在其微信公众号上，发布“温度解百病”，关节积液、甲状腺结节、肝囊肿、不孕不育、发热至40.5℃的病人通过当事人经营产品实现了痊愈等

涉及疾病治疗功能的内容。当事人于2023年3月5日至2024年4月11日期间，在其对服务商开展培训中提及“胃癌患者食用黑参一个月，胃癌指标下降了40多个点”“胃癌中晚期患者食用黑参两年，检查各个指标均比以前还要标准”等未能证明真实性的宣传内容。

当事人在其发布的普通食品、招商广告中涉及疾病治疗功能、虚假宣传的行为，违反了《中华人民共和国广告法》第七十条、《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款的规定，番禺区市场监管局依据《中华人民共和国广告法》第五十八条第一款第二项、《中华人民共和国反不正当竞争法》第二十条第一款规定，对当事人作出行政处罚。

羊城晚报记者 黄颖琳



A 深耕技术研发，以匠心铸就品质

深化产品研发人才及多重领域的国际先进设备，严格遵循国际品质标准，其研发生产流程均通过ISO9001国际质量管理体系认证，确保产品开发的每一步都达到国际标准。

更令人瞩目的是，梵蜜琳在巴黎卢浮宫举办的国际化化妆品创新匹亚大赛中脱颖而出，在全球专家评审团严格的评审下荣获INPD国际创新产品奖，这一国际殊荣进一步证明了其卓越的产品实力和科研创新能力，更为国货品牌在国际舞台上赢得了极高的荣誉。

今年10月，梵蜜琳携其最新的细

B 精准洞察消费需求，坚守品牌初心

注重消费者的切身体验。为满足消费者日益多样且个性化的需求，梵蜜琳精心创建了专属的线下体验空间——梵蜜琳贵妇膏体验馆。通过专业的皮肤检测，为消费者量身定制个性化服务及匹配的抗衰老美肤方案，让每一位顾客都能亲身体验到个性化、全方位的抗衰老护肤服务。

在精准洞察消费者需求上，梵蜜琳“有始有终”，不仅在于产品研发阶段的反复测试和调研调整，更在于其

通过独家冠名《乘风破浪的姐姐》等综艺节目而强势出圈，并接连在各大热门综艺节目中亮相，与年轻消费者建立了紧密的联系，极大地提升了品牌知名度和美誉度。

梵蜜琳相关负责人表示，未来，梵蜜琳将坚守初心围绕用户需求打磨产品，深耕科技研发，不断打磨自身核心竞争力，推动产品迭代，成为代表中国新一代护肤科技创新与文化传承的名片。



公示◆声明

500千瓦风力发电项目一期接入系统工程

环境影响报告书征求意见稿公众参与信息公示

为了解公众对建设项目的喜爱和环境保护方面的意见和建议，现将本工程环

境影响评价报告书征求意见稿公众意见函

(一)环境影响报告书征求意见稿的网络链接及查询纸质报告书的方式和途径

途径: <https://pan.baidu.com/s/1I-rCsgcVlhskJTTZlBq> 提取码: 29x8), 并可联系环评

单位江西省地质局实验测试大队查询纸质报告书。

(二)征求意见的公众范围

征求公众意见的范围包括项目周边的地方职能部门、公众团体和当地民众。

(三)公众意见表的网络链接

<http://www.mee.gov.cn/xgk/2018/xgk/xgk01/2018/02018024369122449069.docx>

(四)公众提出意见的方式和途径

环境影响评价单位进行调查。

联系人:王工 联系电话:0759-2528615

环境评价单位:江西地质局实验测试大队

联系人:张工 联系电话:0791-88231952 电子邮件:277892143@qq.com

(五)公众提出意见的起止时间

公众提出意见的起止时间:公告发布后的10个工作日内。

广东电网有限责任公司湛江供电局

遗失声明:汕头市鸿源投资有限公司

遗失声明:91440500MA4U2TWHB8,遗失公章一枚,

(备案登记号:4405070026858),现声明作废。

本版信息由大众提供,
请需者谨慎选择!