

用“野生狗奶”玩梗 小心玩出火

- 网络上还有各种虚构“野生动物奶”
- 有律师表示因可能误导消费者而存在法律风险

“你会爱我多久？等到野生狗奶过期。”网络热梗层出不穷，近期“粤西特供野生狗奶”热度不小。新快报记者调查发现，该热梗源于某短视频平台博主拍摄的恶搞视频：博主用自制包装盒虚构了一款名为“粤西特供·野生狗奶”的假饮料并标注“永久保质期”，用来逗自己的奶奶。视频走红后，电商平台迅速涌现相关贴纸周边。对此，律师表示，这类产品虽以玩梗为主，但仍可能误导消费者，涉嫌虚假宣传，存在法律风险。

■新快报记者 贾典 文/图



热梗出圈

博主自制“野生狗奶”恶搞

7月底，某短视频平台博主发布了一则恶搞自己奶奶的短视频，收获不少网友点赞和分享。

视频中，博主自制了一款名为“粤西特供·野生狗奶”的包装饮料。画面显示，这箱“野生狗奶”的配料表成分是“表”和“生狗乳粉”，营养表里还有“铀”，保质期写的是“永久”。尽管包装盒与市面奶制品相似但明显具有夸张的道具成分。近期，新快报记者也私信了该博主，询问其拍摄该视频的初衷，不过，博主婉拒了记者的采访请求。

该视频爆火后，迅速在各大社交平台掀起二次创作热潮，涌现出大量混剪、配音和动画视频。与此同时，电商平台商家也抓住热点，制造相关周边产品，其中最多的是“野生狗奶”贴纸。

周边热卖

“野生狗奶”贴纸大同小异

9月14日，记者打开各大电商平台发现，相关“野生狗奶”贴纸类产品有几十个商家在售卖，价格为几元至几十元不等。其中某商家该款产品已有7000多笔订单。

记者随机挑选一款贴纸，支付4元购买到五张相同贴纸。收到货后发现，贴纸除印有“粤西特供、野生狗奶”正面商品名外，还写有“永久保质期”“生产标准：GN1314520”，能量、蛋白质、脂肪、碳水等营养数值全部为0。记者查找贴纸全部内容，未发现任何“道具”提醒字样。

该贴纸可贴在250ml正常奶制品软包装盒上，除上下两面无法覆盖外，可将前后左右四个面完全贴合，盖住原包装。贴合后，一款类似货架上摆放的奶制品商品便制作完成，只不过名称是“野生狗奶”。

目前，电商平台上的该类贴纸大同小异，甚至不少商家将产品演变成啤酒瓶上的“野生狗尿”贴纸等。在某电商平台直播间内，有十余款“野生动物奶”贴纸售卖，涵盖“猪奶”“孔雀奶”“龙奶”等。

记者于9月18日致电广州12345，反映关于“野生狗奶”贴纸的相关问题，工作人员表示已将相关问题反馈至广州市市场监督管理局。

▲在某电商平台直播间内，有十余款“野生XX奶”贴纸售卖。

■记者网购一款贴纸后发现，贴纸除印有“粤西特供”“野生狗奶”外，还写有“永久保质期”等内容。在贴纸上未发现任何“道具”提醒字样。



律师解读

即便只是贴纸，也涉嫌违法

“野生狗奶”之类的贴纸在市面上售卖，是否有法律风险？广东诺臣律师事务所合伙人蔡佳峻律师从商品包装及广告法规两方面分析后表示：尽管只是贴纸，但这类产品依然构成违法。

蔡佳峻指出，根据《国家畜禽遗传资源目录》，犬类未被纳入可食用畜禽范畴，从公序良俗层面分析，狗奶也不应被销售。因此，以“狗奶”作为食品名称呈现，客观上具有误导消费者认为存在合法食品来源的效果。

此外，贴纸上标注的“100%”“野生”等词语无合法认证来源；“永久保质期”明显违背科学常识，任何食品均不存在永久保质期。贴纸还标注“粤西特供”“生产标准：GN1314520”“配料表：水、野生狗乳”等看似正规的信息，但均无真实来源，客观上强化了消费者对产品性质的误认。

蔡佳峻表示，即便商家以“贴纸仅为娱乐用途”进行解释，但根据《中华人民共和国广告法》第二十八条，广告以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，若其宣传方式足以导致消费者对商品性质、来源产生误认，仍可能被认定为虚假宣传。电商平台如未尽到审核义务，根据《中华人民共和国电子商务法》第三十八条，亦可能承担相应连带责任。

白云区“三个+”专利纠纷化解模式 拓宽企业维权新通道

新快报讯 记者李应华 通讯员黎虹报道 广州市白云区皮具皮革、化妆品、纺织服装等特色产业集聚，随着经济向创新驱动发展转型，相关产业产品呈现“快迭代、高传播、频上新”的鲜明特点，市场主体随之遇到的知识产权领域纠纷也日益增多。针对这一情况，白云区市场监管部门聚焦企业维权实际痛点，创新推出“行政+快维”“行政+技术”“行政+仲裁”三种专利纠纷调解模式，为市场主体提供更多元、更便捷的知识产权纠纷解决路径。

该部门创新“行政+快维”跨区域协同调解模式，针对白云、花都两区皮革皮

具、化妆品领域知识产权纠纷案由相近、主体集中的特点，搭建形成“行政部门牵头、快维中心协同、市场开办方参与”的知识产权快速维权调解模式。由两区市场监管部门联动对接纠纷双方，全面梳理调解诉求与处理意愿；知识产权快速维权中心同步提供侵权判定参考、人民调解专家意见、公证存证等专业技术支撑；辖区内专业市场开办方协助开展现场调解沟通。该模式下已高效办结首批跨区域皮具外观专利侵权纠纷案件10宗，大幅压缩了同类案件的处理周期。

在创新“行政+技术”电商企业维权模式方面，为破解电商领域知识产权快

速维权难点，该部门搭建“行政指导+技术支撑+行业协会运营”三位一体快速维权工作机制，引入省、市两级知识产权保护中心专业技术资源，在美妆产业集群、新材料家具产业集群等重点区域设立知识产权服务站，协助产业内重点企业、权利人在主流电商平台完成涉嫌侵权产品的检索、筛查工作，由知识产权维权援助中心出具专利侵权技术咨询判定意见，为电商企业知识产权维权援助提供技术支撑。

在创新“行政+仲裁”跨部门衔接模式方面，该部门打造了集调解、行政执法、仲裁等为一体的知识产权快保护服

务平台，与广州仲裁委员会共建知识产权仲裁调解中心，同步建立联络员对接、信息共享互通、案件信息登记、专家资源共用、业务交流培训、联合宣传教育6项配套工作制度。创新在知识产权侵权纠纷行政调解协议中引入仲裁条款，对经行政调解成功的案件，当事人自愿申请仲裁的由仲裁庭进行仲裁确认；对经调解不成功的案件，当事人当场达成仲裁协议的提交广州市仲裁委员会进行仲裁。目前已成功办理全市首宗专利侵权纠纷行政调解后引入仲裁的典型案列，实现了行政调解效力的进一步延伸。