



商标岂能“心机”重重？

» 商标，这一承载诚实商誉的标识，竟然开始变得“心机”重重，通过语言陷阱，让顾客防不胜防。近日国家知识产权局商标局对一些带有欺骗性的商标，依法宣告无效。0糖特饮，“0糖”是商标名，并非饮料不含糖；“手打”挂面，“手打”是商标名，面却不是手工制作；至于“多半袋面”，你以为的“多出半袋”，实则是你想“多”了，因为“多半”还是商标名。

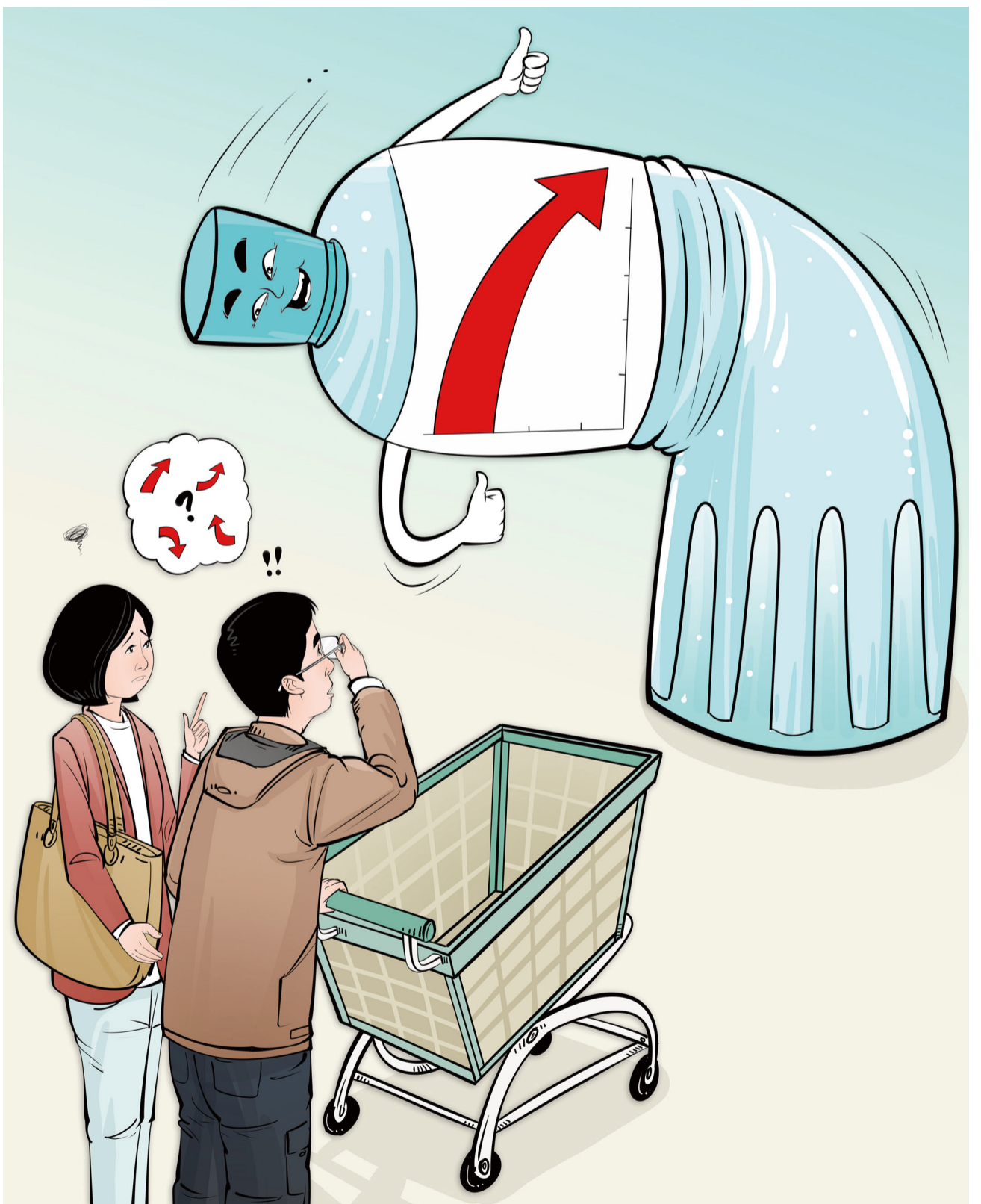
然而，即使识破玄机，顾客也很难合法维权，因为企业早有盾牌护体——商标已然“合法注册”。企业将实质性的误导宣传，偷换为商标的“正当使用”，以此规避法律约束，实在有违诚信。难道这些动歪心思的企业就不怕受到惩罚？他们当然算得很清楚：“0糖”类心机商标带来的消费增量，可能数以亿万计，而一旦东窗事发受到的惩罚，与获利相比不过九牛一毛。

当“0糖”“手打”“多半”等产品承诺成为一种话术欺诈，伤害的不止是个别企业的信誉，更是整个社会的诚信基础。这种行为如果得不到有效惩治，就会有更多企业把发展重心从研究产品，转移到研究“修辞学”：玩弄文字就能获利，谁还潜心耕耘品质？

解决商标“心机”重重的乱象，除了企业的自重与自爱，顾客的警惕与监督，更离不开严密的监管：先从审查源头下手，企业注册商标，应先提供应用场景，对商标名称与功能不符，在特定场景下误导消费者的不应通过；再紧盯市场，一旦有玩弄心机的商标出现，就重拳出击，而非止于不痛不痒的罚款。

商标本该是企业无比珍视的“脸面”，怎能成为欺诈顾客的“面具”？假借商标玩弄心机，迟早会翻车。若要做长期发展的企业，唯有“货真价实、诚实守信”一条路可走，妄想要心机玩弄顾客，最终只会“玩死”自己。

[迂夫子]



▲花花肠子累坏脑子 曹一