



Z 法苑

“小天才特惠”不是“小天才” 擦边知名品牌“投机营销”防不胜防

谁在制造“擦边球”

近日,记者发现,电商平台擦边品牌现象泛滥,消费者难辨真假。

在某电商平台上,搜索“儿童电话手表”,除知名品牌“小天才”外,还涌现出“小天才特惠”、“小天才酷盖”等名称高度相似的店铺和商品。这些商家通过模仿品牌名称、产品外观设计,甚至使用“自营”“官方授权”等宣传话术,吸引消费者下单。但消费者收到的产品却存在定位不准、电池续航差等问题。

一位来自北京的消费者张女士投诉称:“给孩子买的,以为是正品促销,看页面标注‘正品保障’才下单,到货后却发现不是‘小天才’手表,商家拒绝退货,称页面已标注是‘自主品牌’。”

记者检索天眼查发现,“小天才特惠”商标归属于深圳市创信优品科技有限公司;“小天才酷盖”商标归属于掌航技术(广州)有限公司。另外,记者在国家知识产权局商标局官网查到,还有多家企业也在同时申请“小天才酷盖”商标,或在申请和“小天才”近似、但又带有不同后缀的商标。目前,商标申请流程均停留在“等待实质审查”阶段。

据天眼查线索,这些公司与真正生产发售“小天才”儿童电话手表的广东小天才科技有限公司均无股权关联。

此类案例与小品《海参炒饭》中“厨师叫海参,炒饭里没有海参”的荒诞逻辑如出一辙,本质是利用知名品牌声誉“搭便车”,或试图利用标签“投机营销”。



电商平台上的“小天才特惠”儿童电话手表产品截图

品牌方“零容忍”,但维权困难

记者以消费者身份联系广东小天才科技有限公司,其官方客服回应称:“已注意到平台上的假冒乱象,正在通过法律途径维权,但部分商家利用商标注册漏洞(如添加后缀词)规避风险,导致诉讼周期长、成本高。”记者在天眼查平台查询到,该公司关于“侵害商标权纠纷”和“侵害外观设计专利权纠纷”的涉诉案件多达 500 起。

“有些产品会在名称上打擦边球,前面写‘小天才’,后面再加其他字,这不算完全侵权,但会给用户造成误解。

建议消费者购买时,认准唯一产地:小天才产品只有广东省东莞市长安镇这一个厂家,其他厂家生产的都不是小天才产品。在价格差异方面,小天才产品的价格不会相差太大,不同经销商的价格差异一般在几十块到 100 块左右。如果价格相差几百块,明显低于官网价格,那肯定不是真货正品。”客服表示。

“若商家虚构‘正品同源’‘官方授权’等事实,可能构成消费者权益保护法中的欺诈行为,消费者可依法主张退一赔三,但需举证证明商家的主观故意及自身受误导的事实。”浙江省律协建工委副秘书长鲁梦佳律师表示。

然而,现实情况是,多数商家在页面角落标注“自主品牌”,或者在消费者主动询问时,明确告知其非“小天才”品牌,利用信息差规避责任。

商标套路何时休

值得关注的是,擦边商标已成“灰色产业”,此类现象并非孤例。例如,食品行业的“千禾 0”酱油只是一个商标,并不意味着“零添加”;“山里来的土鸡蛋”中“山里来的土”也是注册商标。天眼查信息显示,“山里来的土”由宜昌源智农牧科技有限公司 2023 年提交注册申请,目前这一申请已经被驳回。

这些案例与小品《海参炒饭》中“厨师叫海参,炒饭里没有海参”的荒诞逻辑如出一辙,本质是利用知

名品牌声誉“搭便车”,或试图利用标签“投机营销”。

商标法第十条第(七)项规定,带有欺骗性,容易使公众对商品质量等特点产生误认的标志不得作为商标使用。在商标审查实践中,通常因描述性词汇的,例如直接描述产品成分、功能的词汇(如“零添加”、“土鸡”)通常难以注册。

■ 法务链接

律师:擦边商标完成注册与否,维权难度有不同

《中华人民共和国商标法》第五十七条第(二)项规定,未经商标注册人的许可,在同一种商品上使用与其注册商标近似的商标,或者在类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标,容易导致混淆的,属侵犯注册商标专用权。

鲁梦佳律师指出:“若商家故意模仿产品包装或宣传用语,可能因造成消费者混淆而构成不正当竞争。目前相关商标仍在实质审查阶段,尚未成为注册商标(即 R 标),小天才公司可在公告期内提出异议,或待注册后申请宣告无效。部分商家可能利用商标审查期进行侵权行为,权利人可通过民事诉讼或行政举报维权。”但若擦边品牌已注册“小天才特惠”等商标,则维权难度较大。

□ 王涵艺
蓝鲸新闻 4 月 2 日

Z 理财天地

银行天天求我借钱,什么原因?

“银行为什么天天求着我借钱?”3 月以来,王伟经常收到各大银行推销贷款的电话与短信“轰炸”,最多一天能接到 5 个电话。不仅利率低,而且额度大,“纯信用无抵押,年化利率 2.8%起,额度最高 100 万元”……

越来越多的推销电话背后,银行们正在激战消费贷。尤其是今年 3 月,优惠活动中消费贷贷款利率降至“2”字头,甚至比房贷还低。

当王伟对低利率心动,想着能否置换房贷时,却发现进入 4 月消费贷利率又悄悄涨回去了,各家银行消费贷最低可执行利率几乎全

部重回“3”字头。

所谓消费贷,即银行或金融机构给个人发的贷款,用于购物、旅游、教育等消费支出。消费贷属于纯信用、无抵押贷款,因此对个人信用要求较高。

有着十余年助贷行业经验的陈丽告诉记者,优惠的消费贷利率本来就是银行第一季度“开门红”冲业绩的限时优惠。为争夺优质客户,银行主动下调利率,在年初冲刺的背景下,牺牲短期利润以扩大市场占有率。

苏商银行特约研究员薛洪言直言:监管部门叫停 3%以下的消

费贷利率,实质是为无序价格战划定止损线。在薛洪言看来,部分借款人通过消费贷置换高息房贷或购买理财产品赚取利差,造成了资金空转,既违背政策初衷又积聚金融风险。

“3%的利率下限相当于设置‘防火隔离带’,既保护银行合理利差空间,又压缩套利者的操作余地,促使消费贷资金真正流向消费领域。”薛洪言说道。

薛洪言表示,消费贷价格战是不可持续的,重要的是从“价格竞争”转向“价值深耕”,真正将消费贷融入实体消费链条。制定相关的授

信和风险管理政策,进行客群分层与区域下沉,针对不同客群开发针对性产品,提高差异化竞争能力。

而面对低利率的消费贷“羊毛”,用户也需要理性决策。“对于用户而言,使用消费贷时不要只看重利率高低。实际操作时,需要根据还款方式、违约条款、其他收费项目和金额等因素综合考虑,以自身实际情况选择合适的产品,争取给自己更多保障。”安邦智库宏观经济研究中心研究员魏宏旭说道。

(本文不做任何资金决策建议)
□ 于盛梅
《中国新闻周刊》4 月 5 日

Z 聚焦

● 美团:为骑手补贴养老保险开始试点

4 月 3 日,据美团 Meituan 微信公号消息,美团即日起启动骑手养老保险试点。首批试点已在福建泉州、江苏南通两城区开启,向区域内全部骑手开放,后续逐步覆盖至全国。根据灵活就业人员参保政策,本次试点方案为:对当月收入达到就业地相关缴费基数下限,且近 6 个月有 3 个月满足该条件的骑手,美团以相关缴费基数为基准,补贴 50%的费用。据美团介绍,这一方案“无参保地点限制”:试点方案支持骑手自主选择在职所在地或就业地缴纳社保,美团都将予以补贴。

财联社 4 月 3 日

● 江苏南京支持家庭公积金互助购房

3 月 31 日,江苏南京发布通知,扩大《关于优化南京市提取住房公积金支付购房款实施细则》的实施范围:申请提取住房公积金用于支付购房首付款的住房公积金账户,从购房人本人和购房人配偶,扩大到购房人符合提取条件的父母、子女。购买房产时,优先提取购房人、购房人配偶的住房公积金账户余额,在夫妻双方公积金账户余额都不足的情况下,可再提取购房人的父母、子女的账户余额。该通知自 4 月 1 日起正式施行,实施期限延长至 2026 年 12 月 31 日。

□ 景明 李洋 刘畅
综编央视财经、澎湃新闻 4 月 3 日

● 浙江将为 70 岁以上老人购意外险

近日,浙江省民政厅、浙江省财政厅、浙江金融监管局联合印发《浙江省 2025 年为 70 周岁以上户籍老年人购买意外伤害保险工作的实施方案》,要求高质量完成 2025 年省政府确定的为 70 周岁以上户籍老年人购买意外伤害保险工作民生实事。被保险人在浙江范围内因发生意外伤害产生的医疗、住院(照护)费用以及意外身故、意外伤害伤残的,将由保险公司给予赔付。

浙江发布微信公众号 4 月 8 日

● 杭州“诞生”第 100 万户个体工商户

3 月 31 日上午,浙江杭州余杭食色民宿老板叶泽霞从杭州市场监管局工作人员手中接过营业执照,成为杭州第 100 万户个体工商户。杭州市市场监管局副局长冯世联告诉记者,如今杭州结合“数字+政策”,创业者可以登录“杭企惠”平台搜索全市商业地产数据,通过 AI 算法生成租金评估和客流预测报告,足不出户即可确定店铺选址。

□ 邹偶然
《工人日报》4 月 6 日

“零基础上手,宝妈也能做”

“学费交了 9000 多元,半年收益只有 69 元。”35 岁的待业者阿布(化名)向记者展示了她的微短剧推广后台数据。她付费加入的“微短剧推广培训营”承诺“零基础快速入门”“50%充值分成”,但半年后实际收益却不尽人意。

近年来,微短剧热度飙升,成为市场追捧的新风口,微短剧推广作为与这一“风口”直接相关的新兴副业,吸引了大量关注。记者在某社交平台上以“短剧推广”“微短剧推广”为关键词搜索,发现大量“免费收徒”“教程分享”的内容,这些帖子声称短剧推广是目前最有潜力的副业,“零基础上手,宝妈也能做”。

记者联系到其中一位自称“短剧推广导师”的博主,添加对方联系方式以后,他向记者发来一套免费视频课程。打开课程后,记者发现其中超过一半的内容都是在推销价值 980 元的“超级玩家训练营”:课程讲师展示了大量微信转账截图,并声称训练

“

随着网络微短剧的火热,近期,宣称微短剧推广“月入过万”等信息充斥各大社交平台。记者调查发现,这一看似低门槛的“财富密码”背后,隐藏着被层层包装的消费陷阱。

营中有宝妈、外卖小哥等学员在导师的带领下兼职月入过万元,零粉丝、无基础也能快速“上手变现”。

层层消费陷阱“暗藏杀机”

没有粉丝、没有剪辑基础、没有互联网运营经验,仅购买 980 元的训练营,就能轻松实现每个月有稳定的收益吗?面对记者的追问,该“导师”含糊其辞:“收益多少取决于自己是否认真执行。”当记者询问付费入营是否有合同或书面协议时,对方表示

“金额太小”:“市面上其他课程都要上万元,我们就不到 1000 元,没有合同,全靠信任。”

“这种行为涉嫌违法,可能构成违规经营或诈骗。”北京论律师事务所律师所合伙人任培荣表示,根据消费者权益保护法,收费行为需公开透明。无论金额大小,付费服务均应有书面或电子协议,不得以“金额小”为由拒绝提供凭证。

有花钱进入类似训练营的网友表示,入营仅仅是个开端,后面还有更多收费项目:“按照训练营里的教程照做了一段时间后,机构告诉我免费的版权期限已满,需要购买价值 4980 元的‘一级代理权’才能继续。”此外,还有的学员在交费后,被导师以“账号权重低、流量不好”为由,推销价值上千元的“独家流量包”,声称可突破平台限流,然而最终也以失败告终。

行业如何健康发展

“当前微短剧推广、小说推文等

业务在法律上缺乏明确定义,常被包装成‘课程培训’逃避监管。”任培荣建议,可进一步明确微短剧推广等新兴行业的法律属性,明确此类业务属于网络内容推广、广告代理或版权分销范畴。

针对许多机构伪造“一级代理”资质高价“授权”行为,任培荣认为,可建立微短剧版权登记与授权公示备案制度。“消费者可通过要求机构出示公章的版权方直接授权协议、登陆版权方官网或联系官方客服交叉验证等方式进行识别。”

“如果消费者发现自己掉入了消费陷阱,应立即收集聊天记录、付款凭证、机构宣传材料等固定证据,并通过与机构协商退款、向平台投诉、向行政部门举报等方式维护自身合法权益。”任培荣表示,如涉案金额达到诈骗罪立案标准,消费者应向公安机关报案,说明机构“虚构事实、非法占有财物”。

□ 秦亦姝
《工人日报》4 月 3 日