



# “排骨”与“年糕”联名收益好，也需留意法律风险

□ 本报记者 梁成栋

咖啡和烈酒可以配对，哈利·波特好不容易才抓到的“金色飞贼”能直接放进糕点礼盒里，《王者荣耀》中的人物对应了不同的口红色号，小时候常吃的大白兔奶糖成了香水产品……潮流圈里的人常说“万物皆可联名”，但在这个万物互联的时代，联名当然不仅发生在潮流圈。

有人说，排骨是排骨，年糕是年糕。那么排骨和年糕是否可以联名？如果可以的话，背后是否存在法律风险？我们在联名的过程中又该注意哪些问题？读懂这些问题，“排骨×年糕”才能真正成为强强联合的营销手段。

## “排骨×年糕”的合作形式

品牌联名，是指两个或多个品牌之间的合作，通过共同推出新的产品或服务，借助双方的影响力，实现品牌价值的提升和市场的扩张，达到共赢的目的。品牌联名产品因其独特的设计和品牌价值备受消费者青睐。

北京市朝阳区人民法院法官张帆介绍说，品牌联名本质上是知识产权许可的法律关系，即一方将自己拥有的知识产权许可给另一方，或双方互相许可对方使用自己的知识产权进行创作、制作及销售的行为，其核心是知识产权的授权。

品牌联名具有多种不同的表现形式，其中包括：商品权与商标权的联名，即品牌双方共同出品兼具双方商品特征或要素的联名产品，并共同标注双方品牌，由双方品牌共同指示该商品的来源，或者其中一方品牌的产品作为成分、原料、零部件融入另一方的产品中。例如茅台酒与瑞幸联名出品的酱香拿铁，其主要原料为浓缩咖啡、白酒风味厚奶、纯牛奶和稀奶油，这就是典型的作为成分、原料、零部件的品牌联名。

联名的另一种形式是著作权与商标权的品牌联名，此时著作权方会将自身的著作权依附在商标权一方产品的外观、包装上，例如名创优品与日

本任天堂株式会社旗下的IP形象宝可梦联名，在名创优品的商品上使用了皮卡丘、小火龙和杰尼龟等作品。

在联名的过程中，还可以将相关IP形象印制在商标权一方的产品上。通过消费者对IP形象的喜爱或情怀产生对联名商品的购买欲望，形成品牌优势。例如喜茶与电视剧《梦华录》联名推出的“梦华茶喜·点茶”“紫苏·粉桃饮”，均利用了影视作品人物的名称和道具。此时，如果作品或角色名称若未注册商标，在知名度较高的情况下，可以通过主张“商品化权”获得保护。

除此之外，还有专利权与商标权的品牌联名，商标权一方使用专利权一方的专利技术，用以生产联名产品，并在产品包装和宣传中使用相关专利技术名称或专利权人名称，以描述产品的特点。可见，联名的方式多种多样，“排骨×年糕”推出的方式并不局限于“排骨×年糕”的组合，把年糕做成排骨的形状、用做年糕的手法烹饪排骨，在排骨包装上使用年糕的卡通形象，都可能成为联名的形式。

## “排骨×年糕”的法律风险

“许可关系的建立需要有确切的权属基础或完整的权属链条，一旦某一环节存在授权缺失，被授权方的使用行为即存在侵权风险。”张帆强调，联名双方须在严格许可范围内规范使用商标，不得超出授权许可的范围。品牌联名双方在使用注册商标时要特别注意，不要超出核准的使用范围使用注册商标。如果要在自己的产品上使用他人的商标标识，需要获得商标权利人的许可，否则不得使用他人的注册商标。

需要注意的是，即使获得完整的授权，如果超出自身经营范围，也将面临违法的风险。由于我国在食品、化妆品、烟酒产品、保健品等行业因产品特殊性实行许可制度，未经相应许可擅自生产销售，将面临违法风险。尽管排骨和年糕都是普通食品，不存在跨界，可能不会涉及类似的风险，但如果是烟酒品牌联名，除需要具备生产许可外，还需

根据各地政策申领零售许可证。

此外，如果过度滥用联名营销，还可能造成商业信誉的损害。联名商品或服务不单只是将不同的商家标识结合在一起，更是双方商品和服务质量、信誉的叠加。联名商品承载着企业的整体声誉，合作期间任一品牌出现商业丑闻、经营困境等，均会带给联名企业带来不良影响。

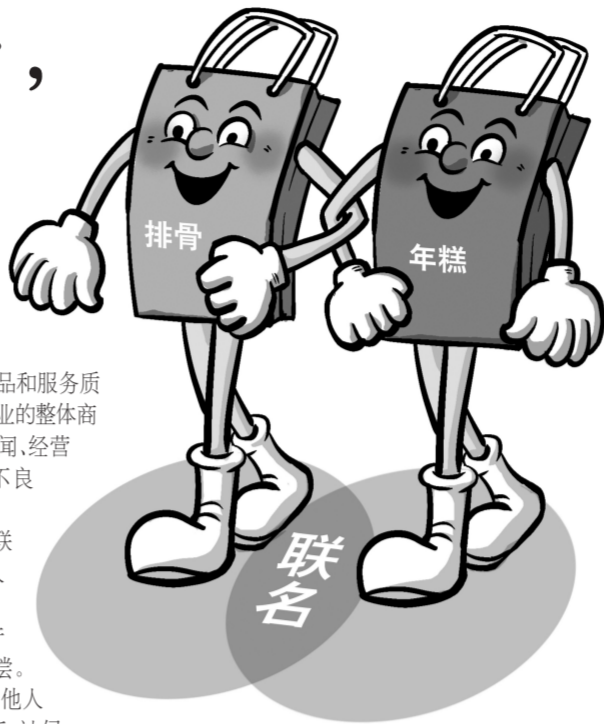
对于消费者而言，比起品牌联名带来的新奇，产品质量更是引人关注。如果购买到有质量问题的产品造成损失，消费者可以向问题产品销售者或者生产者请求损害赔偿。民法典规定，因产品存在缺陷造成他人损害的，生产者应当承担侵权责任；被侵权人可以向产品的生产者请求赔偿，也可以向产品的销售者请求赔偿。产品缺陷由生产者造成的，销售者赔偿后，有权向生产者追偿。因销售者的过错使产品存在缺陷的，生产者赔偿后，有权向销售者追偿。

因此，想要做好“排骨×年糕”的联名，不能只考虑良好的销售前景，对于两个品牌或相关授权权利放在一起营销的法律风险要有足够的认识。

## “排骨×年糕”的注意事项

在联名策划之初，应确保的是待联名的品牌为想合作之品牌的真正权利人或者有权许可方。“排骨×年糕”，“排骨”首先要确定与自己合作的是“年糕”，而非类似年糕的其他食品，甚至是起名叫作“年糕”的其他产品。

在此基础上，为避免商标侵权风险，应提前在相应产品类别对联名品牌的商标、著作权、专利、商品化权益等进行检索，合理评估侵权风险。同时，相关的产品包装设计有可能会产生新的作品或专利，此也应及时进行注册或登记，尽可能地赋予联名产品全方位的保护。



由于相比普通的授权许可关系，品牌联名具有一定的特殊性，除须明确约定授权使用的方式、许可范围、许可期限、权利内容等细节外，还涉及联名产品的设计及制作；联名产品的数量、销售方式、销售时间；宣传方式；利益分配；知识产权及商业秘密，重点要约定知识产权归属明确及侵权的责任承担；合作结束后对方产品、品牌的约定。

此外，品牌联名时容易持有一种好不容易联名一次，此时一定要尽可能的挖掘其使用空间的心理。实现利益最大化本无可厚非，但因行业不同，品牌的商标布局策略也有较大差异。若过度使用，也可能会给自身带来一系列的问题。这就需要严格规范品牌联名适用范围，避免过度联名引发负面效应，重视全流程风险管控。

而对于监管部门来说，应通过完善执法管理，规制品牌联名商业行为，引导企业健康有序开展联名活动。而作为消费者，应综合考虑自身经济情况及对商品的需求强度等因素，理性作出消费决策，避免支出超过承受能力，或者购买过量造成不必要的浪费。

漫画/高岳

## 万象

□ 本报记者 罗莎莎  
□ 本报通讯员 李金萍 陈绯阳

共享单车、共享充电宝、共享按摩椅……当下，共享经济蓬勃发展，互联网租赁平台生意也日新红火。江苏省南通市的邱某通过支付宝小程序以分期支付方式租赁手机，没想到逾期未支付租金手机竟自动“由租转售”，无法支付款项还被列为了被执行人。

“90”后女子邱某通过支付宝小程序，以分期支付租金的方式租赁了一部手机，租赁期限12期，每期租金600多元，到期后可以选择直接返还或者再付6000多元买断该手机。在交了1900多元保证金并支付3期租金后，邱某因经济紧张未能继续支付租金。

按照约定，如逾期支付超过15日，手机将自动“由租转售”，也就意味着邱某必须支付买断款7000余元。由于邱某未能及时履行给付义务，某小程序公司根据用户协议约定条款提出仲裁申请。根据相关法律规定，仲裁委作出裁决，邱某需支付相关钱款。因邱某仍未履行，某小程序公司向南通市通州区法院申请强制执行。

执行法官李金萍在阅卷后，注意到合同约定的违约成本并不低，本着善意文明执行理念，与申请执行人沟通作出适当让步，同时督促邱某积极履行，最终双方达成了执行和解。

“就在案件办理过程中，我发现有多起类似执行案件存在，且有不少被执行人都是大学生。”李金萍介绍，此类案件大多是金融公司通过支付宝小程序，以“低月租”为由头，吸引消费者分期租赁手机，租金逾期后自动“由租转售”，存在部分手机租金及费用标准超过法定最高利息标准、租赁过程未充分保障消费者知情权等问题。

为此，通州区法院向支付宝公司发出司法建议，提示要加强申请用户的资金、规模、信誉进行全方位审查，规范租赁行业商户的准入门槛，严格执行租金费率规定，对违规商户进行惩戒并下架；充分保障消费者知情权，对租赁合同中的重要条款设定硬性提示程序；强化大学生用户资质审核，重点排查平台商户是否涉及网络贷款行为，一旦发现存在针对大学生超前消费、诱导消费、过度消费的情形，严肃处理；联合司法部建立共治体系，针对性开展“电子分期付款”套路贷行为，对高利贷、未成年轻人租赁等领域进行重点打击。

支付宝公司收到该司法建议后成立专门团队进行分析研判，对相关问题进行了大范围、强有力的整改：对小程序运营主体发送整改通知书，将违反定价规则的SKU(库存量单位)调整或下架；加强页面介绍和提醒，完善租赁场景中的交易协议；加强平台客服支持，方便客户了解交易详情。支付宝公司表示，今后将持续关注创新发展中的新风险新问题，加强与监管部门、司法机构的合作交流，切实保障用户合法权益。

李金萍提醒，如今，网购分期付款因为便捷，减轻了一次性付款负担，成为年轻人的消费新宠，但网购分期之后仍需每期按时支付费用。一般情况下，分期费用往往与期数相关，期数越长费用越高，消费者要根据自身情况选择合适期数，看清提前还款的条件，记清每月还款日期，避免因逾期还款产生违约金或不良信用记录。

# 296元就能在家开网店 569人上当

□ 本报记者 赵红旗  
□ 本报通讯员 赵超平

“新人开网店，零基础，无货源，仅需296元，时间自由、门槛低，投资少，在家开网店挑战月收入5万元”“市场和客源不用担心，可以对接货源渠道，支持一件代发，不用进货囤货，上架到店铺可售卖，直接可赚中间差价，每天稳定在1000多元营业额，每天盈利两三百，店铺收益持续增长”……看到这样的信息，急于赚钱的网友可能禁不住心动，然而谁能料到这是5名90后设置的一场骗局。

2022年3月，吴某等人共同出资成立某电子商务有限公司，以代运营某网络平台店铺为由，吸引网友在网站咨询并留下手机信息，一步步陷入被骗的泥潭之中。承办此案的河南省武陟县人民检察院检察官王斌介绍说：“他们在网上投放夸大的广告，宣传网店‘一站式’服务，新人开网店，仅需296元，就可以轻轻松松在家开网店赚钱。在利益诱惑下，不少网友主动咨询。”

接到客户咨询后，某电子商务有限公司工作人员就将客户信息导出后提供给客户销售部，由销售部主管将客户信息分给销售员。销售员以网络平台客服中心服务人员的虚假身份，通过公司提供的话术，宣称平台国内热度排行第一，市场和客源不用担心，只收基础教学服务费，店铺长期稳定有收入，原价1296元服务费优惠至296元，交钱后就可以跟着公司老师听课，教授开网店盈利。

“其中一名被害人张某以虚构的讲师身份，向客户宣称开网店获利的虚假成功案例，以及公司取得的虚假荣誉的荣誉证书，使客户相信公司有让客户盈利，并向客户介绍公司还有孵化项目，只要交孵化费可由公司提供托管服务。”办案人员介绍说，客户交孵化费后，由销售部将客户信息转到公司运营部，由运营部主管将客户信息转给运营部员工，员工使用假名字和客户对接后，帮助客户注册店铺、上架货物、店铺装修等基础服务，为客户店铺进行运营管理，隐瞒公司无真实稳定货源、售后服务力量严重不足。

事实上，已开店铺基本处于无生意状态的真实情况，让客户认为店铺确实有流量、有生意，运营部员工在主管安排下帮助客户刷单，欺骗客户，最终多以退店、封店收场。

“我们与某网络平台没有任何关系，在推广的时候，有夸大虚假的情况。之前上当受骗，是骗子利用人的贪欲、懒惰、轻信、侥幸等弱点，使其一步步落入骗子陷阱。”办案人员提示，“天上不会掉馅饼，现在网店越开越多，在市场和情况下，开网店等于开始一场竞争，想开网店赚钱，就要抛弃不劳而获、一夜暴富的幻想，在进入电商大潮的起始，脚踏实地，多劳多得，勤劳致富。”

## 提示

□ 本报记者 徐伟伦  
□ 本报通讯员 王丹阳 邵纪元

近年来，随着我国人口老龄化加剧，一些不法分子利用老年人防骗意识和金融知识缺乏等弱点，打着以房养老、投资老年人专用软件、文物收藏等各种幌子，向老年人非法集资或诈骗，给老年人带来严重的财产损失和精神伤害。

对此，北京市通州区人民法院法官带你擦亮“火眼金睛”，一起了解养老金融项目中的那些典型“陷阱”。

## 以房养老为幌非法集资事实

以房养老，是老年人将拥有产权的住房抵押给银行或保险公司等特定金融机构，将取得的贷款用于养老，老年人在世时拥有房屋居住权，去世后则将住房用于还贷，由金融机构对住房的剩余价值进行安排。这种模式本可作为促进解决养老问题的可行方式，然而，一些不法分子将其作为一项投资理财项目，打着“以房养老”的旗号，诱骗老年投资人办理房产抵押贷款并投资相关金融产品，宣称可每月在家坐享高额收益，导致不少老年人最终陷入“房财两空”的困境。

法官表示，现实中养老项目良莠不齐，存在许多为非法集资而虚设的“空壳机构”，老年人识别养老投资理财产品的真假，除了要对项目内容严加甄别外，更为关键的是要关注发行机构的资质条件。

据介绍，根据《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》及《商业银行理财业务监督管理办法》等相关法律法规，在我国境内向社会公众提供个人理财服务的合法机构应当是具有专业资质并受金融监督管理部门依法监管的金融机构或国务院银行业监督管理机构认可的其他机构，也就是常说的“持牌”机构。

法官提醒，老年人在签订投资合同之前，可让子女协助自己通过国家市场监督管理总局的企业信用信息公示系统查询相关公司的注册信息、营业执照，要求公司提供资质证书，了解其信用记录和经营情况等，判断该公司是否真正具有融资资质。

关于非法集资的常见手段，法官表示，大部分项目会承诺在一定期限内以货币、实物、股权等方式还本付息或给付高额回报，增加投资的诱惑性和吸引力。对此，老年人应强化风险防范意识，提升识别防骗能力，当面对高额利息诱饵时要多想该项投资是否稳健，多留心其潜在风险，多提醒自己高收益也意味着高风险，天上掉“馅饼”往往就是最深的“陷阱”。

# 法官教你识别养老金融套路

## 众筹开发手机软件实为骗局

此前，刘某伙同李某、王某等人开发了一款广场舞应用软件，在线上推出聊天交友、舞蹈教学、舞蹈定位等老年人感兴趣的功能，在吸引到部分老年人使用后，刘某将广场舞组织者发展为业务员，以众筹开发老年人手机应用软件为由吸引“银发一族”投资，并承诺有高额年化收益。就这样，刘某等人先后从1200余人处非法吸收公众存款达8.7亿元。法院经审理认为，被告人刘某等人违反国家金融管理制度，与他人伙伙非法吸收公众存款，数额巨大，被告人的行为已构成非法吸收公众存款罪，依法应予刑罚。

“随着老年人‘触网’程度加深，不法分子也将犯罪的触角伸向了手机软件。在开展非法集资活动的同时，利用App非法获取老年人的个人信息。”法官提示，老年人不要轻信非正规渠道下载的社交软件、娱乐小程序、投资理财软件等，不轻易点击来历不明的链接，网页，不在公共场合随意扫描二维码操作，并谨慎上传个人信息、进行人脸识别等，严防信息泄露。

对于手机软件，要关注权限条款的具体内容，不要轻易开放通讯录、位置、相册等敏感信息权限，如遇隐私泄露等情况，要及时关闭权限、卸载软件。对于借助手机应用程序或网络平台开展的投资等，老年人遇到存疑问题难以辨别时，需及时向家人和朋友寻求帮助，避免“一个点击血本无归”的情况发生。

文物收藏风险较高更应审慎

“文物带有浓厚的文化色彩，承载着时代的文化记忆，尤得老年群体青睐，但从投资角度来看，文物收藏是一种风险相对较高的投资方式。”通州法院法官表示，当前不法分子将自己塑造为古董收藏家、鉴宝大师等专业人士，利用老年人将收藏品急于变现的心理，虚构拍卖、假意鉴定等，巧立名目骗取老年人鉴定费、鉴定费、服务费等等钱款，或者谎称物品系古董，利用老年人缺乏鉴别经验的特点，在骗取老年人信任后以较高价格向老年人兜售。

法官称，根据我国文物保护法规定，出土文物不得民间买卖，非法倒卖国家禁止经营的文物的，可能会构成非法倒卖文物罪，“老年人在收藏文物时务必守住合法收藏的底线”。

同时，法官提醒，文物收藏专业性强，市场中的流通文物可谓泥沙俱下，老年人选择收藏时务必谨慎甄别，在非专业领域提升识别防骗能力，量力入为出，切忌因大额支出导致生活困难。此外，老年人对自己所持文物的价值应有一定认知，切忌被不法分子许下的高额拍卖价值蒙蔽双眼而支付高额前期费用。

# 留意“网红零食花”的“身份证”

□ 本报记者 王春  
□ 本报通讯员 林杰荣

每逢节假日，许多父母会为孩子准备礼物，琳琅满目的零食、玩具让他们目不暇接，尤其是一些别出心裁的“网红”礼物，更是吸引了他们的目光。

近年来，有一种“网红零食花”十分热门，受到孩子们追捧，但这种“网红”礼物是否安全呢？浙江省宁波市有多位家长举报反映，他们在电商平台购买了一些花店的“网红零食花”作为孩子的礼物，这些花束大多是由棒棒糖、果冻、饼干等孩子们喜欢的零食包装成礼品花的样子。但问题在于，大部分零食均为散装，家长发现其中部分零食没有生产日期，甚至没有商标牌子，这些可能是食品安全问题以及其是否具有食品销售资质提出了质疑。

宁波市奉化区人民检察院接到该线索，随即在相关电商平台搜索排查辖区内花店网上售卖情况，发现有余家花店在销售不同类型的“网红零食花”，经过实地走访，对比这些商家的营业执照信息以及在相关部门官网上的食品经营许可证查询信息，检察官发现部分花店确实存在未取得食品许

可而违规从事食品经营活动，且部分食品包装未显示生产日期，食品安全也存在隐患，已违反食品安全法等相关法律。奉化区检察院于是对该公益诉讼线索进行立案调查。

在办案过程中，检察官发现部分商家经营范围大多为鲜花盆栽零售、礼品花卉销售等，却在线上线下宣传销售糖果、棒棒糖花束、果冻花束、零食时尚鲜花等儿童零食花束，违规从事食品经营活动，且在检察官调查期间依然在接单售卖。经过详细调查后，奉化区检察院向相关职能部门制发检察建议书，督促对上述商家违法行为进行查处，并建议对辖区内未取得食品生产经营许可证从事食品生产经营活动的行为进行专项检查，切实维护未成年人食品安全良好环境。随后职能部门及时对相关违法经营行为进行责令整改，并在辖区内开展了无证食品经营专项整治，以学校周边、集贸市场、公共聚集场所为重点区域，检查后已责令整改商家，进一步规范了食品经营行为。

“在一些重要节假日前夕，我们再次进行回头看检查，发现部分花店有的已经获得相关食品经营许可，有的已经不再售卖‘零食花’了。”奉化区检察院检察官表示，希望大家还是多留个心眼，在花店购买“零食花”礼品要留心它的“身份证”，看清花店是否具有经营许可，还有“零食花”本身的生产日期，毕竟孩子的健康比什么都重要。



# 活人墓不够“气派”引争执，合同无效

□ 本报记者 战海峰  
□ 本报通讯员 李燕宇 杨伟

修建华人墓的行为已被全面禁止，然而，家住重庆市忠县的黄某仍置之不顾，偏信封建迷信，还因修墓事宜引发争执，闹上法庭。

近日，重庆市忠县人民法院就审理了一起涉修建华人墓的合同纠纷，依法判决认定当事人签订的合同无效，对原告、反诉原告的诉讼请求不予支持。

年过七旬的黄某为让自己和后辈子有个好“归宿”，便找到同村村民张某，以4.6万元包工包料方式，为其修建双人合葬活人墓，并详细约定墓地占地面积、石狮子式、围栏高度等事项。合同签订后，黄某向张某支付了1.4万元进度款，修建过程中，黄某觉得墓地不够“气派”，尺寸与合同约定不符，四周未设计圆柱形雕花，尾部没有修建环形走廊，石狮子尺寸较小，墓穴还发生浸水情况。

黄某便要求张某整改，张某则以余款未付清为由

漫画/高岳