

# “LV 起诉茉莉奶白”有何警示？

## 文明棱镜

看见问题的每一面

编者按

最近，两起商标事件接连引爆舆论——

日前，国际奢侈品品牌路易威登马利蒂（简称LV）起诉我国奶茶品牌茉莉奶白商标侵权，法院一审判决茉莉奶白赔偿 1030 万元，意外引发国内网友对本土品牌的支持：LV 的经典图案和唐代的宝相花、柿蒂纹相似，在我国，无论是敦煌壁画还是苏州园林，生活中的古玩画作、成衣布料、商品包装、家具容器，随处可见相似纹样，“LV 四叶花卉图形是否侵权中国古代纹样？”

7 月 7 日，浙江大学注册标徽中的“求是鹰”图形商标引发关注，“求是鹰”与奢侈品品牌阿玛尼的图形商标相似，有网友调侃“浙大这是被 LV 吓得连夜防住阿玛尼”。其实，浙大这批商标早在去年 12 月就已提交申请，今年 7 月 6 日正式公告，恰好撞上“LV 诉茉莉奶白”事件。

在“LV 起诉茉莉奶白”一案中，公众情绪为何和司法态度截然不同？这起法律纠纷给国内企业带来哪些警示？浙江大学注册“求是鹰”图形商标何以被点赞？

## 反思

### 千年传统纹样 岂能拱手让人？

◎ 江德斌

当我国网友将 LV 的经典四叶老花与唐代宝相花、柿蒂纹放在一起对比时，跨越千年的纹样重合，刺痛了无数人的神经，引发全网的集体共情。宝相花等传统纹样诞生于中华沃土，镌刻在无数中式器物与建筑之上，是中华文明对外输出的文化符号，亦是无专属权、无商业壁垒的文化公共财富。

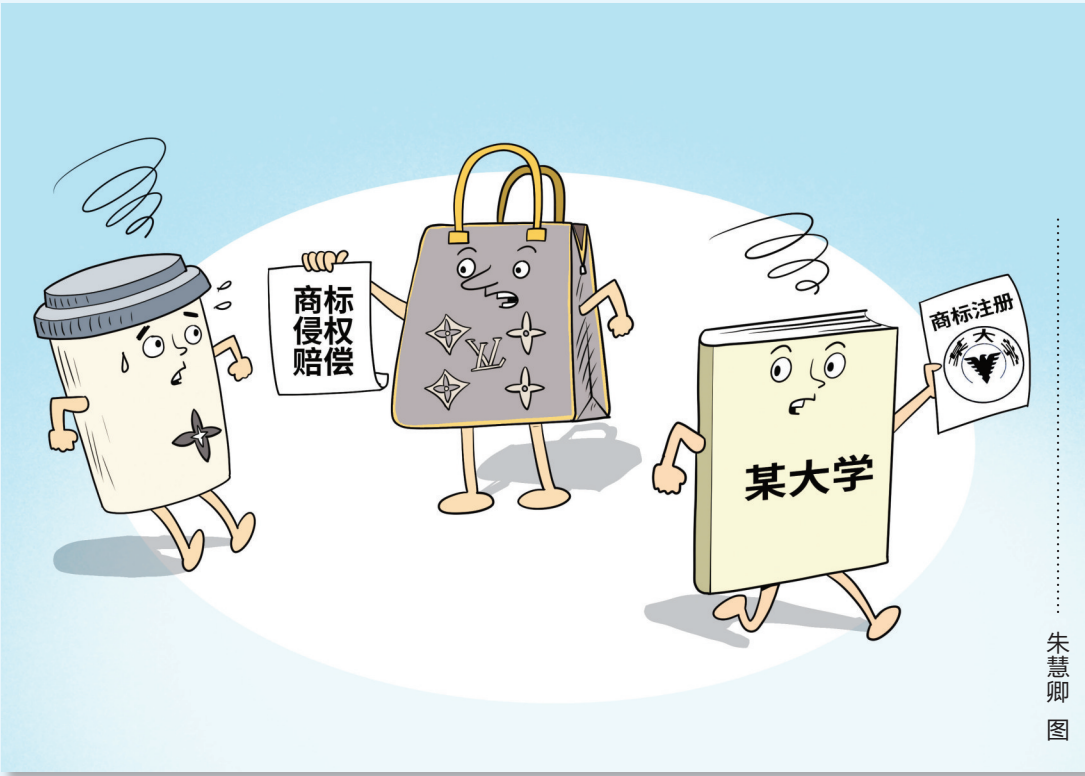
“LV 起诉茉莉奶白”背后，藏着中式传统纹样长久以来的生存窘境。千百年来，无数精致典雅、寓意深厚的中式纹样，散落于古籍古画、石窟古建、传统器物之中，它们是中式美学的核心载体，却长期面临着无系统存证、无专属保护、无明确权属的尴尬处境。相较于海外品牌敏锐的产权意识、成熟的商业运作，我们对本土传统纹样的保护、梳理与确权始终滞后，大量珍贵的古纹样没有官方权威的知识产权备案，没有完善的法律保护体系，最终沦为海外品牌免费取用的“公共素材库”。

更值得警惕的是，如果所有国际品牌都可以随意萃取中国传统纹样的精髓，稍加改造便独占产权、垄断性商用，再反向打压本土原创国风品牌，那么，千年沉淀的中式文化资源，终将一点点被海外资本瓜分、私有化，这无疑是中华文明的遗憾。

我们从不反对文化借鉴与美学交融，艺术本就因交流而繁盛。但文化借鉴的底线，是尊重本源、溯源归宗，而非掠夺式挪用、垄断式占有。守护传统纹样、弘扬中式美学，不能只依靠网友的舆论声援，更需要制度层面的兜底与护航。

相较于事后维权的被动，事前确权更为关键，亟须为散落千年的传统纹样建立完整的文化档案，完成官方存证、权属界定、知识产权备案。就像每一个公民都有唯一的身份登记信息，每一款流传百年以上、属于全民共享的传统纹样，也应拥有一份由官方权威认证的“文化身份证”。这份档案应完整记录传统纹样的起源年代、流传地域、应用场景、历史演变脉络，附上从考古文物、古籍善本、民间非遗作品中整理出的原始佐证，并将散落的碎片化信息，整合成一套全国统一、可公开检索、可作为法律依据的公共文化数据库。

从源头明确公共文化属性，划定商用边界，可避免一些公共文化资源被垄断、侵占。在商标注册的初审环节，可增设“传统纹样交叉检索通道”，但凡申请注册的图形标识已被列入公共文化纹样数据库的范围，就启动严格的实质审查，要求申请人说明图案的原创来源，对明显属于挪用公共文化的注册申请直接予以驳回。同时，商家使用的纹样如果属于官方认证的公共文化资源，且没有刻意攀附特定商业品牌的现有标识，就可以放心地从传统文化里汲取灵感，不用再担心“用老祖宗的图案，赔现代品牌的钱”。



## 剖析

### 商标侵权判决不会打感情牌

◎ 李英锋

针对 LV 起诉茉莉奶白商标侵权一案的判决结果，公众的朴素情感完全可以理解，但商标侵权判定的逻辑，从来不以情感为转移。

法院认定茉莉奶白侵权，依据的是我国商标相关法律的规定。LV 的四叶花卉图形商标早在 1986 年就已在中国注册，经过四十年的持续使用和宣传，已经成为具有极高知名度的商标。《中华人民共和国商标法》对已注册的驰名商标实行跨类保护，法律保护的并非谁先发明了四叶花图案，而是谁先注册了商标，或者谁先使用了商标。

法院判定商标侵权的标准很明确：商标是否相同或近似、商品是否相同或类似、是否容易导致相关公众混淆。在此次事件中，法院认为，茉莉奶白使用的四叶花卉图形与 LV 的商标高度近似，而且，已经有消费者误以为双方存在联名合作关系。更关键的是，茉莉奶白在 2024 年申请相关图形商标时已被驳回，明知存在侵权风险，仍然将四叶花卉图形大规模应用于近 2500 家门店的运营中。

或许有人会问：LV 的纹样和唐代宝相花那么像，凭什么 LV 能注册商标、能维权？因为我国商标法律保护的不是“创作灵感”的来源，而是“商业标识”的识别功能。一个图案即使源自公共文化元素，只要经过长期商业使用，在消费者心中形成特定的品牌认知，它就不再只是一个“花纹”，而是一个具有来源识别意义的“商标”。长期以来，我国的

商标法律并未禁止用传统文化图案申请商标注册，LV 有权申请注册四叶花卉图形商标，其注册成功后，也理应得到法律保护。

但 LV 胜诉，并不意味着公共文化元素可以被注册商标独占。《中华人民共和国商标法》规定，商标注册人申请商标注册前，他人已经在同一种商品或者类似商品上先于商标注册人使用与注册商标相同或者近似并有一定影响的商标的，注册商标专用权人无权禁止该使用人在原使用范围内继续使用该商标，但可以要求其附加适当区别标识。根据这个“在先使用原则”，即便某种公共文化元素被某企业注册成商标，但是，如果有其他企业在其注册前就已经使用该公共文化元素，那么，其他企业在原使用范围内，依然可以继续使用该公共文化元素。同时，其他企业或个人在商业使用目的之外，也可以使用该公共文化元素。

然而在此次事件中，茉莉奶白开始使用四叶花卉图形的时间点，要远远晚于 LV 申请注册商标或享受驰名商标保护待遇的时间点，茉莉奶白并不拥有在先使用权。这些事实叠加在一起，构成了茉莉奶白侵权的要件。

法律不认情怀，只认规则。公众的情绪可以理解，但在商标侵权纠纷中影响案件走向的只有法律和事实。对于企业而言，与其指望舆论的同情，不如把商标确权的功课做在前面，看清守住商标权的边界。

## 提醒

### 浙大为商标保护打了一个样

◎ 许兵

茉莉奶白被判商标侵权，赔偿 LV1000 余万元，让不少网友心生惋惜；浙江大学凭借超前的知识产权保护思路收获全网点赞。这两件事一对比，耐人寻味。如今，我国很多本土品牌借用传统文化吸粉出圈，却不重视知识产权保护，常陷入“有理说不清、吃亏没处说”的尴尬。

茉莉奶白这起官司，给国潮行业敲响了警钟：文化资源是共享的文明瑰宝，是国货创新的灵感宝库，但绝不是可以直接照搬、随意套用的免费素材。简单复刻传统纹样，看似贴合国风潮流，实则暗藏巨大法律风险。真正的国潮，是在传统文脉基础上进行新设计、新表达、新赋能，融入自己的创意和品牌特色，品牌标识完成创新设计后，要及时做好商标注册、底稿存证等工作，让每一份创新成果都有据可查、有法可依。

浙大主动前置设防的做法，为本土文化 IP 保护、国货品牌合规发展打了一个样。据报道，早在 20 多年前，浙大已就“浙大”“求是”“ZHEDA”及“鹰图形”四个类型向商标注册与管理部门申报全类保护，当时一口气申请注册了 45 个大类、180 个商标。但由于浙大原来注册的是含鹰的完整校徽组合商标，没注册过单独的“求是鹰”图形，此次专门针对图形进行商标注册，是对原有防护体系的更新与补充。

从文化溯源来看，浙大“求是鹰”雏形诞生于 20 世纪 20 年代，拥有深厚的本土历史底蕴。珍贵

的文化积淀，配上完备的法律确权，有效杜绝了市场上的恶意蹭用、篡改变形、虚假商用等乱象，守住了校园文化 IP 的纯粹与独特。

茉莉奶白与浙大这两件事引发的全民热议，折射出大众普遍的文化焦虑：如何守护好老祖宗留下的传统纹样、民俗图案等公共文化资源，防止被个别市场主体不当圈占、变相垄断，让传统文化真正惠及本土国货、助力产业发展？化解这种焦虑，关键要靠完善制度、法治保护。

相关部门可以牵头搭建传统纹样公共数字档案，对各类古典纹饰、民俗图案统一归档、公开存证，明确其公共文化属性，划清共享资源与商业创作的边界；国货品牌要转变思维，拒绝照搬抄袭，坚持原创改良，留存好设计草稿、迭代升级过程、定稿记录等完整证据链，让创新有理有据。

监管和司法环节也要兼顾情理与法理：商标审查可增加传统文化溯源环节，精准区分公共纹样与原创设计；司法裁判应摒弃“唯注册论”的固化思维，不机械套用条款，明确通用传统纹样不具备独占注册资格，堵住公共文化资源被私有化的漏洞。精细化、人性化的监管与司法，可让规则有力度、文化有温度、市场有公平。

唯有多方协同发力，各司其职，方能平衡文化共享与知识产权保护的关系，让千年文脉为国潮创新赋能，让本土文化 IP 在法治护航下行稳致远。

## 预防未成年人溺水需要全方位行动

◎ 苑广阔

据浙江省教育厅官微“教育之江”7 月 12 日消息，近期全国多地发生儿童溺水事故：5 月 5 日，陕西西安高陵区渭河段自然水域发生一起人员游泳溺水事件，3 名儿童不幸溺水身亡；6 月 7 日，广东阳春市区漠阳江大桥（一桥）附近江面发生一起溺水事件，一名男孩被救起后，经医护人员确认已无生命体征；6 月 10 日，河南开封一名 3 岁男童在奶奶看护期间，短暂无人看管独自跑到村边运粮河，不幸落水溺亡……

游泳、戏水对孩子具有天然的吸引力，大多数未成年人难以抵御诱惑。这意味着，对于暑期预防未成年人溺水，要疏堵结合，既要严格禁止未成年人在没有大人陪同的情况下到不明水域游泳、戏水，采取必要措施进行阻止，也要充分考虑到未成年人喜欢亲近水的天性，允许他们在保障安全的前提下适当玩水。

从学校角度说，在放暑假之前，乃至在平时的教育教学当中，要加强对孩子的教育引导，帮助他们认识到在不明水域尤其是野外游泳、戏水的危险性，引导他们主动远离这样的区域。放了暑假，学校鞭长莫及，在这种情况下，家长、地方政府有关部门就要起到接力作用，积极承担起预防未成年人

溺水的社会责任。

据报道，山东省潍坊市寒亭区建立街道、社区、村责任体系，以“看住水、管住人”为核心，细化水域管护、学生包保、应急处置等工作职责，确保责任分片到人、水域包干到岗。坚持“预防为主、源头治理”原则，街道积极对接上级职能部门对重点水域增设防护围栏，全面升级“物防”措施，补齐水域安全防护漏洞。同时，实施“一域一策”管理，对水域周边警示标识、救生圈、救生绳、救生杆等安全设施定期检查维护，对缺失、老化、损坏的设施及时更换补充。

一些地方在危险水域安装监控摄像头，一旦有未成年人进入摄像头的监控范围，设备一方面会自动喊话，提醒未成年人离开；另一方面，会在后台进行报警，工作人员接警后赶赴现场进行劝离。

家长更是要积极承担监护责任，避免对孩子放任不管。近年来，一些地方由街道、社区成立免费的暑期托管班，或招募大学生志愿者下乡进社区，陪护放假的未成年人，这对于预防未成年人溺水，同样有着积极的现实意义。

全方位守护，才可能不让溺水悲剧重演。

## 涉灾网络谣言需要群防群治

◎ 董方萍

据中国新闻网报道，当前，正值防汛工作关键期，个别网民为牟取私利，恶意编造传播涉汛等涉灾网络谣言，严重干扰防汛救灾工作。7 月 13 日，公安部网安局公布了 25 起典型案例。比如，广东广州网民吴某根为博取关注、吸粉引流，利用软件制作了一段特效视频，内容为“农村山洪暴发”，在抖音平台发布。该虚假视频发布后，误导大量网民关注和讨论，引发部分当地网民恐慌，造成不良影响。

涉灾谣言利用公众对灾害的天然焦虑，在信息真空期迅速发酵，不仅动摇社会信心，更可能延误救援时机，甚至引发次生风险。

此类谣言为何屡禁不止？根源在于“流量经济”的畸形驱动。部分网民将灾难视为“流量密码”，通过 AI 生成、视频拼接、移花接木等手段炮制“爆款”内容，以恐慌换关注。一些账号背后存在组织化、产业化的推手，形成“造谣—引流—变现”的黑色链条。若仅靠公安机关事后打击，作用非常有限。唯有构建政府主导、平台履责、公众参与的群防群治体系，才能实现“釜底抽薪”。

要压实平台责任。社交平台是谣言传播的“放大器”，也是防控这类谣

言的第一道关口，必须完善内容审核机制，对涉灾关键词、异常传播视频进行实时监测，利用 AI 识别技术快速甄别虚假内容。应优化推荐算法，不给“标题党”“恐慌帖”流量倾斜，对屡次违规的账号坚决封禁。

要提升公众媒介素养。面对海量信息，网民应增强辨别能力，不轻信、不盲从、不转发未经核实的消息。尤其在灾害期间，应以官方发布为准，对“现场视频”“内部消息”保持警惕。公众既是信息的接收者，也是传播链的一环，每一次理性转发，都是对谣言的有力阻击。

要强化法治震慑。据报道，最近，全国公安机关依托“净网”专项行动，严厉打击编造传播涉汛等涉灾网络谣言违法犯罪活动，彰显了“网络不是法外之地”的坚定立场。未来应进一步完善涉灾谣言的法律界定与惩处标准，推动跨部门协同治理，形成“发现—核查—处置—曝光”闭环机制，让造谣者付出应有代价。

唯有政府、平台、公众三方协同，织密群防群治之网，才能让真相跑赢谣言，让理性战胜恐慌，为防汛救灾凝聚最广泛的社会共识与行动合力。

### 《百家讲坛》翻红 是大众对“认知快餐”的反击

◎ 王志高

据媒体报道，7 月 9 日，“原来百家讲坛是真的在教东西”冲上热搜。有网友感慨：当初不以为意，现在反复观看。B 站上，《读史记》播放量突破百万，《明太祖朱元璋》全集超过 20 万点击量，相关评分高达 9.8 分。弹幕里挤满“逐字复习”的年轻人，他们不再是当年被家长按在电视机前的孩子，而是主动寻回这些“老课”的成年人。

《百家讲坛》是央视科教频道的一档老牌节目，它在今年夏天再度翻红，这不是怀旧，而是一场迟到的知识追认。当年觉得枯燥的典故、听不进去的大道理，如今竟成了取场困顿、情感迷茫时的解码器。这种变化出现的原因，显然不是节目内容，而是观看者的人生阅历，终于够了理解节目内容的门槛。

细看那些被反复观看的节目，会发现它们绝非泛泛而谈。在《百家讲坛》中，毕淑敏讲自信，没有搬弄心理学概念，而是讲述了一个“第六颗牙”的案例：一位女生因牙齿不整齐，从不微笑，错失爱情。这场讲座表面看是心理辅导，实则是一支射向消费主义时代“颜值即正义”观念的警示之箭。当社会把人的价值绑定在外部的完美符号上，自我接纳便成了最稀缺的抵抗。在《百家

讲坛》中，易中天讲三国、讲《史记》，也不是“故事会式”的猎奇，而是把历史人物还原到具体情境中，展示权力如何异化人性、制度如何在血腥中脱胎、决策如何在信息残缺时做出。

当下，短视频把知识“切”成碎片，算法把观点喂到嘴边，情绪替代逻辑，结论驱逐推理，人们在“信息茧房”里获取即时满足，越来越难以建立完整的认知结构。当“三分钟读完《史记》”成为常态，回头再看《百家讲坛》那种慢条斯理的讲述、层层递进的推演，反而成了一种稀缺的思想打磨。《百家讲坛》的此次翻红，本质上是对算法时代“认知快餐”的一次反击，也是大众对深度内容的本能渴求。

热搜终会降温，但那些被重新点开的《百家讲坛》视频不会白看。这档节目多年前就打下了地基，当年很多人不懂得那堆“石头”的价值，是因为楼还没开始盖。如今很多人终于明白，真正的教育没法速成，不像网购几天就能收货；它更像一笔长期储蓄，沉下心来熬够岁月，才能看见实实在在的收获。《百家讲坛》的翻红，既是对一档老节目的正名，也是对当下这个浮躁的媒介环境的无声抗议。