

茶颜悦色、茶颜观色 奶茶控蒙了



“茶颜悦色”图片来自其官方微博

“茶颜观色”

创意满满的古风包装，“中茶西做”的别致口感……网红茶饮品牌“茶颜悦色”仅在长沙有店，但已火遍全国。据说还有不少网友专门为了喝奶茶去长沙。近日，现代快报记者走访发现，南京新开的数家“茶颜观色”奶茶店，除了名称和商标与“茶颜悦色”类似外，多个主打产品名称也一模一样。这两家店是什么关系呢？

现代快报+/ZAKER南京记者 季雨 吕洁 文/摄(除署名外)

产品名称、店内装修都十分相似

在南京仙林一家大型购物中心，有一家“茶颜观色”。店内装饰有手绘的古风伞、古风纸杯等，墙上的画上还有“不盲从，敢不同”“新中式奶茶”等字样。已经是晚上8点多，店内还是有不少顾客。当记者询问，“茶颜观色”和“茶颜悦色”是什么关系时，店员回答，他们是通过广州那边的公司加盟的，并不了解“茶颜悦色”。

记者对比发现，该店的招牌上是一名端着茶杯、头上梳着两个发髻的古风女子。“茶颜悦色”的招牌也是一名梳着两个发髻的古风女子，只不过该女子手中拿的是一柄扇子。在“茶颜观

色”店出示的菜单中，“幽兰拿铁”“声声乌龙”“桂花弄”等主打产品，也与“茶颜悦色”的产品名称一模一样。杯身上，两者都是浓浓的中国古风图案。

在南京夫子庙，也有一家“茶颜观色”店。记者咨询该店与“茶颜悦色”是什么关系？店内工作人员告诉记者，两家早期是合伙人的关系，后来才各做各自的，目前只有“茶颜观色”有加盟店。

对于新开的这几家“茶颜观色”，有网友说：“‘茶颜悦色’在南京出了个同胞姐妹？”在点评网站上，有人说“口感还是很不错的”，也有的认为不及“茶颜悦色”。

到底谁是正宗的？两家说法不一

记者以加盟“茶颜观色”为由，联系到了广州“茶颜观色”运营部，一位徐姓经理接待了记者。“两家店起源于湖南，两家品牌门店在湖南地区较多，但是茶颜观色首先注册了商标。”徐经理告诉记者，“茶颜观色在2004年就已经注册了商标，2008年的时候拿到独立的R商标。”

据徐经理描述，“茶颜悦色是2013年注册的一家新品牌茶饮，并且没有

注册R商标。”

徐经理再三向记者表示，“茶颜悦色”和“茶颜观色”并不是从属关系，“茶颜观色”是有全国加盟的资质，“加盟”“茶颜观色”，不会有侵权危险。”

现代快报通过“茶颜悦色”官方微信进行了咨询。工作人员回复记者，“这家‘茶颜观色’与我们毫无关系。”至于为什么“茶颜观色”与他们这么相似，他们也不清楚。

两家都注册过商标，快报将继续关注

记者在国家知识产权局商标局中国商标网上进行查询发现两家点都注册过商标。

2004年9月22日，广州的一家公司注册了“茶颜观色”的商标，除了字体本身还没有图案，此后又经过多次注册，直到2017年10月该名称的注册商标上才出现古风女子的图案。

而湖南茶悦餐饮管理有限公司则是在2013年10月8日注册了“茶颜悦色”的商标，该商标上有手执扇子的古

风女子图案。

江苏南京同大律师事务所律师李小亮表示，根据现有的证据，无法判断两家谁是侵权方，谁是被侵权方。

“如果被侵权方一旦起诉侵权方，应该是侵犯知识产权，如果对方真侵权了，将会被要求停止侵权，赔偿损失，消除影响。”但是这要看有关部门的认定。

两家正宗之争，后续进展如何？快报将继续关注。

asics、aisashi 买鞋的蒙了

相似的“虎爪”标识，相近的英文商标，南京多个商场内售卖的某运动鞋品牌被指“撞款”知名品牌亚瑟士（英文名：asics）。现代快报调查发现，撞款亚瑟士品牌的生产厂商在2018年已经被判为商标侵权，但如今换了厂商名和商标中文名后仍在售卖。

现代快报+/ZAKER南京见习记者 陆雨潇 白雪银 文/摄(除署名外)



扫码看视频

▶ 现象 标识、商标都和亚瑟士类似

“原价599，现在买一送一，亚瑟士这么便宜了？”近日，南京市民吴女士在河西一家商场逛街时发现，知名运动鞋品牌“亚瑟士”正打折促销，平时八九百的运动鞋现在599就可以买到两双。但她仔细一看，才发现鞋子根本不是亚瑟士，而是一个从未听过的厂商。

8月22日，现代快报记者来到了吴女士所说的鞋店。店内乍一看，大多数鞋子和亚瑟士的运动鞋非常相似。记

者仔细对比时，才发现了几点不同：亚瑟士鞋上印有的商标asics在店内的鞋上变成了aisashi；鞋面上经典标识“虎爪”中两条在鞋尾相交的横线，在店内的鞋上变成了相离……记者翻阅了这些鞋子的标牌，这些“撞款”鞋分别来自福建省泉州市的爱萨士体育用品有限公司和威威虎体育用品有限公司，吊牌上的零售价多为579元/双和599元/双。

▶ 店家 “不要和亚瑟士出现在同一商场”

店员告诉记者，店内所售鞋子的品牌为“aisashi”，由泉州市威威虎体育用品有限公司生产。那店内为何还有生产厂商为爱萨士的鞋子呢？店员解释：“现在店内的鞋子不是同一批货，部分老款的鞋子由爱萨士厂家生产，新款的厂商都是威威虎。”

记者随后致电该店店长。店长解释，2018年以前，他们品牌的生产厂家

都是爱萨士，后来经营人员发生了变动，就改成了威威虎，但鞋子注册商标都是aisashi。另外，店长表示，“aisashi”原本的中文名“爱萨仕”。“去年工商局把爱萨仕这个中文名取消了，现在改成了虎中虎。”

改名是否由于该品牌有“侵权嫌疑”？店长没有正面回应，仅说“别和亚瑟士在同一个商场出现就行了”。

▶ 调查 商标曾被判侵权亚瑟士

现代快报记者看到，在国家企业信用信息公示系统上，爱萨士公司显示被列入经营异常名录，并提示该企业正在进行简易注销公告。在中国裁判文书网，记者查询到，在2017年—2018年期间，该公司与亚瑟士品牌厂商“日本株式会社爱世克私”有过多起侵害商标权纠纷。2018年10月15日，广东省深圳市中级人民法院对二者的纠纷下达了判决，要求泉州爱萨士公司

连带赔偿，并停止侵权行为。

8月22日，现代快报记者分别致电了爱萨士和威威虎两家公司，爱萨士的电话一直无人接听，而威威虎接听电话的工作人员则以“听不懂普通话”为由不回答记者的问题。随后，记者联系了亚瑟士品牌在中国地区的总部“亚瑟士（中国）商贸有限公司”，其官方客服明确表示：“aisashi是山寨牌，和本公司无任何关系。”

▶ 专家 商家应加强品牌保护

对此，东南大学经济管理学院副教授浦正宁认为，对于运动品牌而言，最具价值的是其商标品牌，而知名的商标品牌自然会产生“高溢价”，这在鞋类商品上的体现最为明显。对于知名运动品牌而言，他们最重要的工作

之一就是做好自己的品牌保护，以免使得自身陷入复杂的产权纠纷而利益受损。

浦正宁建议，由于此类现象“太常见”，消费者也需要擦亮眼睛仔细辨别。



亚瑟士运动鞋 图片来自其官方微博



aisashi