



首页

机构

新闻

政务

服务

互动

专题

你的位置: 首页 > 新闻 > 总局

市场监管总局公布一批“守护品牌” 商标行政执法典型案例（上）

发布时间：2025-08-26 20:00 信息来源：市场监管总局

近年来，全国各级市场监管部门持续深化与商标权利人的协作，聚焦重点领域，精准发力，重拳打击商标侵权假冒行为，有效净化市场环境，切实维护了广大消费者的合法权益。为进一步凝聚社会共识，营造尊重和保护知识产权的良好氛围，现选取18起“守护品牌”商标行政执法典型案例予以公布，以案说法、以案示警，推动形成全社会共同守护品牌价值的合力。

案例一、李某等侵犯“南孚”注册商标专用权案

【案件速览】

2024年7月，内蒙古自治区呼和浩特市市场监管局接举报称有商户销售假冒“南孚”电池，随即指定清水河县市场监管局联合公安机关展开调查。经查，3家涉案商户的假冒电池均由供货商李某、罗某提供，李、罗二人自2017年至2024年，持续购进假冒“南孚”电池并销售，累计购入假冒“南孚”电池货值金额248万余元，已销售货值金额139万余元。

【处理结果】

该案涉嫌犯罪，清水河县市场监管局依法将案件移送公安机关办理。目前，公安机关已捣毁位于河南省的制假窝点。李某等人现处于取保候审阶段。

【典型意义】

本案当事人自2017年底开始销售假冒“南孚”电池，案件时间跨度长，账目多、乱，销售记录、物流单等证据分散，难以全面收集。执法人员通过走访调查、耐心说服经营户等方式细致取证。同时，与公安机关协同合作，摧毁长期盘踞市场的制假售假团伙，有效维护了企业商誉和消费者权益。

案例二、婚车租赁公司侵犯“劳斯莱斯”注册商标专用权案

2023年8月，上海市普陀区市场监管局执法人员在网络巡查时，发现一短视频内出现一辆国内几乎绝迹的“劳斯莱斯”古董车被作为婚车使用，引起执法人员注意。经调查，相关婚车并非真“劳斯莱斯”，而是用其他品牌汽车冒充。涉案汽车的车头、车身、车辆轮毂位置分别使用了“劳斯莱斯”注册商标，但该车与劳斯莱斯品牌无任何关联。据调查，共有15家婚车租赁公司及从事婚庆业务的经营主体使用上述婚车提供相关婚庆服务。

【处理结果】

市场监管部门依法作出行政处罚，对15家违法当事人罚款共71万余元。

【典型意义】

本案是婚庆服务行业的新型商标侵权案件。假冒“劳斯莱斯”婚车不仅损害了商标权利人的品牌价值与市场信誉，更对我国婚庆消费市场的诚信体系造成负面影响。本案的严肃查办，及时遏制了此类违法行为的蔓延，同时切实保障了消费者的知情权和选择权，避免结婚新人在重要消费场景遭遇品牌欺诈。

案例三、林某某等人侵犯“HERMÈS”（爱马仕）等注册商标专用权案

【案件速览】

2023年7月，广东省市场监管局根据举报线索，摸排发现惠州市惠东县黄埠镇和吉隆镇区域有10多家工厂涉嫌存在制售假冒国际知名品牌鞋的情况。广东省市场监管局立即会同省公安厅开展联合调查。2023年8月10日，广东省市场监管局、省公安厅组织联合行动，一举捣毁窝点27个，抓获林某洋等犯罪嫌疑人54名，查获假冒“HERMÈS”（爱马仕）、“CHANEL”（香奈儿）、“DIOR”（迪奥）等注册商标的鞋类产品2.1万双，扣押侵权包装材料6.3万件，涉案金额达2.16亿元。

【处理结果】

当事人的行为涉嫌构成犯罪，本案依法移送司法机关处理。19名涉案人员分别被判处有期徒刑1年5个月至4年不等，并处罚金共计380万元。

【典型意义】

本案成功的关键：一是落实市场监管总局、财政部《市场监管领域重大违法行为举报奖励暂行办法》，通过举报奖励获取案件线索；二是依托行刑衔接机制，整合市场监管、公安部门执法资源，市场监管部门依托“云端”协查系统固定电子证据，公安机关运用技侦手段锁定资金流向，对侵权假冒行为进行深入调查，实现从源头到销售全链条打击。

案例四、占某某等侵犯“始祖鸟”注册商标专用权系列案

【案件速览】

2023年10月至2024年4月，浙江省台州市三门县市场监管局根据消费者举报，联合公安机关成立专案组，破获了占某某等人制售假冒“始祖鸟”冲锋衣特大案件。当事人利用网络交易平台引流至微信，通过微信发展代理商，并用虚假的经营地址和退货地址逃避执法打击；建立了“代理接单——汇总生产”的生产链条和“平台引流——招募代理——实施销售”的销售链条。违法网络涉及浙江、四川、福建、广东、安徽、辽宁、江西、山东、河北9个省份，覆盖冲锋衣生产、商标刺绣、包装印制、吊牌生产、代理销售的完整链条，涉案金额3亿余元。本案共抓获涉案人员42名，打掉窝点12处、团伙4个。

【处理结果】

当事人的行为涉嫌构成犯罪，本案依法移送司法机关处理。19名主犯依法被判处7个月至3年4个月不等的有期徒刑，并处罚金共计149.7万元，其余从犯正在处理中。

【典型意义】

本案当事人通过微信组织制假售假网络，利用微信记录难以调查的特点逃避打击。对此，执法人员发挥行刑衔接机制作用，联合公安机关利用退货手机号码、微信号结合天网工程和人脸识别技术，同时对电脑、手机数据取证，落实了当事人的身份信息及实际经营地址，查清了资金往来记录和物流数据，取得了关键证据，示范意义显著。

案例五、黄某某侵犯“城市英雄”注册商标专用权案

【案件速览】

2024年10月，吉林省吉林市市场监管局船营分局根据举报线索对黄某某经营的电玩城进行检查。经查，当事人营业执照字号名称为吉林市船营区成市英雄动漫电玩城，店内牌匾上使用“成市英雄”字样，但在店内部分经营设施张贴了与他人“城市英雄”注册商标完全相同的字样，容易导致公众混淆。当事人的上述行为构成商标侵权。

【处理结果】

市场监管部门依法作出行政处罚，责令当事人立即停止侵权行为，没收违法所得4.9万元，罚款4.9万元。

【典型意义】

本案是一起“搭便车”“傍名牌”商标侵权典型案件。被侵权商标“城市英雄”在行业内有一定知名度，当事人以自身字号“成市英雄”为借口，在店内张贴“城市英雄”标识，误导消费者认为其与“城市英雄”存在关联，是利用字号侵犯他人商标专用权的典型违法行为。本案的查办对于类似案件有借鉴意义。

案例六、甘肃省兰州市城关区排洪南路天佑成机电汽车配件经营部侵犯“”（一汽）注册商标专用权案

【案件速览】

2023年3月3日，甘肃省兰州市市场监管局接到举报，称城关区排洪南路天佑成机电汽车配件经营部涉嫌销售侵犯“”注册商标专用权的商品。当日，执法人员前往该经营部进行现场检查。经查，该经营户门头显著标示“中国一汽解放配件”字样，其经营场所内存放有大量的外包装上标注有“”“一汽解放原厂备品”“中国一汽备品原厂配件”的润滑油及防冻液。经商标权利人辨认，涉案润滑油及防冻液的生产厂家非中国第一汽车集团有限公司的供应商，扫描商品桶身的防伪二维码均未显示相关正品信息。执法人员对涉案产品桶身的“”图形标识与注册商标进行比对，判定构成商标侵权。

【处理结果】

市场监管部门依法作出行政处罚，没收侵权商品，对当事人罚款5万元。

【典型意义】

针对汽配领域“傍名牌”乱象，本案以高压态势遏制侵权假冒行为，维护“中国一汽”等品牌商誉。本案中，执法人员通过比对商标图形、防伪二维码验证等数字化手段收集固定证据，提升侵权认定的精准度，同时依托商标权利人的专业鉴定，形成政企协作的高效执法联动模式。

案例七、贵州省黔东南苗族侗族自治州榕江县希尔顿歌厅侵犯“希尔顿”等注册商标专用权案

【案件速览】

2024年1月,贵州省黔东南苗族侗族自治州榕江县市场监管局收到希尔顿全球管理有限公司举报线索,称榕江县希尔顿歌厅涉嫌侵犯其“希尔顿”和“”注册商标专用权。经调查,榕江县希尔顿歌厅未经许可,擅自在其店面门头、室内装潢、宣传推广中使用“希尔顿”和“”注册商标,并在美团、大众点评等平台上宣传推广。截至案发,当事人利用他人注册商标作为门头和宣传共获取营业收入1114万元。

【处理结果】

当事人的行为涉嫌构成犯罪,本案依法移送公安机关处理。目前,公安机关正在侦查中。

【典型意义】

本案是一起行刑衔接强化服务商标权利保护的典型案例。执法部门与司法机关通过类案研讨、智库支撑、实时通报等方式,克服行刑衔接中证据转换不畅、标准理解不一的问题,有效实现了从行政查处到刑事追责的无缝对接,维护了外资知名品牌在华合法权益。

案例八、西双版纳滇彩旅游汽车有限公司侵犯孔雀图案()注册商标专用权案

【案件速览】

2024年9月,云南省西双版纳傣族自治州景洪市12315投诉举报中心接到商标权利人举报,有运营车辆未经授权使用与权利人注册商标近似的标识。经查,“”是云南金孔雀交通运输集团有限公司的注册商标。西双版纳滇彩旅游汽车有限公司明知其使用的孔雀图案()与权利人注册商标近似的情况下,在运营车辆上持续使用该图案,构成商标近似侵权。

【处理结果】

市场监管部门依法作出行政处罚,责令当事人停止侵权行为,罚款7.5万元。

【典型意义】

本案侵权方将近似的注册商标用于运营车辆上,与常见的商品侵权情形不同,具有一定独特性和代表性,极易误导消费者,破坏市场秩序。虽然侵权方积极配合调查并提出免罚申请,但基于其明知故犯的情节,仍依法给予合理罚款,既警示经营主体尊重知识产权,又彰显了法律权威,对规范行业经营、促进市场健康发展具有示范作用。

相关链接

 中国政府网

国务院部门

机关司局

国家药品监督管理局



联系方式



网站地图



网站声明



官方微信



官方微博

版权所有:国家市场监督管理总局

网站标识码bm30000012 京ICP备18022388号-1  京公网安备 11040102700165号

地址:北京市海淀区马甸东路9号 邮政编码:100088



政府网站
找错

 适老化
无障碍服务