

# 为卤菜店取名『四姐』被侵权 她在家中排行老四

成都高新区法院一审判决不构成商标侵权

## 拍案说法

“我在家中排行老四，邻居都叫我四姐，怎么就不能叫‘四姐’了？”

对于前段时间的诉讼，今年50岁的刘四姐，至今仍觉得有些委屈。她在成都高新区中和街道经营着一家卤菜店，主要经营手撕兔，久而久之，“四姐手撕兔”的名号，在街坊邻里叫得越来越响。

但在2025年，一纸诉讼让刘四姐陷入了侵权风波，她名下的“四姐手撕兔”被江苏扬州某餐饮有限公司起诉侵权，理由是店名中的“四姐”二字侵犯了该公司的“四姐”注册商标权，对方索赔50万元。刘四姐反诉这家公司恶意主张知识产权，要求赔礼道歉、消除影响并赔偿损失6万元。

2026年年初，该案在成都高新区法院一审宣判，法院判决“四姐手撕兔”卤菜店不构成商标侵权，并驳回双方的诉讼请求。4月8日，华西都市报、封面新闻记者多方走访，对话当事人与主审法官，还原这场风波的前前后后。

华西都市报·封面新闻  
记者 宋满 摄影报道



刘四姐和她的『四姐手撕兔』店。

## 从经营小推车到开连锁店

刘四姐的“四姐手撕兔”位于中和街道一个十字路口上，如今她将店铺的招牌更新，也换了装潢。8日上午10点过，店员们开始忙着准备食材，此时已有零星顾客来打包，刘四姐一边招呼客人，一边介绍起那次侵权风波的经过。

2016年，41岁的刘四姐推着个小车，在中和镇上卖卤菜和手撕兔，“那时候就我一个人，起早贪黑，生意也不是很好。”后来生意好了，她租下一个门面，家里亲戚也来帮忙。再后来，陆续开了几家分店，实现了家族式经营。

“生意慢慢变好了，2017年我就去注册了商标。”刘四姐说，当时有人打电话来，询问是否需要注册，她就去办了。“这一路走来，你能看到，我们个体户经营不容易，很辛苦的，不过我们一家人很团结。”

她介绍，店名“四姐手撕兔”的由来很简单——家里有六姊妹，她排行老四，大家都叫她“四姐”，包括以前的老户口簿上面都写着排行老四。

## 自己的名字凭啥不能用？

2025年，扬州某餐饮有限公司将“四姐手撕兔”告上法庭，称其店名中的“四姐”二字侵犯了该公司的“四姐”注册商标权，要求赔偿50万元，并停止使用相关标识。

“我当时就懵了。”刘四姐说，突然被告侵权，她既委屈又愤怒，便找了律师，决定应诉。

“我自己的名字，凭什么不能用？”在收到法院传票后，她还提起反诉，认为对方恶意主张知识产权，要求赔礼道歉、消除影响并赔偿损失6万元。

之后，成都高新区法院开庭审理此案。通过打官司，刘四姐这才知道对方是开火锅店的，而自己则是手撕兔，双方完全是两个领域。

在这次起诉中，扬州某餐饮有限公司称，自2009年起，李某某在重庆经营“四姐老火锅”，并于2011年注册取得三枚“四姐”商标，核定使用于第30类“方便食品”、第35类“广告销售”及第43类“餐饮住宿”；2016年，扬州某餐饮有限公司受让取得上

述三枚“四姐”注册商标专用权。

该公司指控，中和四姐卤菜店在其经营的名为“四姐手撕兔”的店铺中，大量使用“四姐”字样，其门头、店招、价目表、食品包装盒、包装袋等均使用了“四姐”字样，后续还提供团购、外卖服务。综合多项情况，其认为中和四姐卤菜店侵犯了注册商标权。

“四姐手撕兔”方面则表示，其店铺使用的是第29类“××中和四姐手撕兔”注册商标，且实际商品与扬州某公司主张权利商标的核定商品或服务为不同类别。中和四姐卤菜店经营业务属于熟食加工，与扬州某公司注册商标的细分项目无直接竞争关系。同时，中和四姐卤菜店合法使用自己俗称并且简称的“四姐”姓名权，不构成对扬州某公司案涉商标的侵权。

双方对于自己的诉求，都提交了相应的证据。

## 三条理由否定侵权指控

成都高新区法院认为，认定商标侵权的关键在于是否容易导致相关公众对商品或服务来源产生混淆。本案中，结合案涉门店的主营业务、营利来源、消费者认知来看，被控侵权标识与权利商标核定使用类别在服务的内容、方式及对象上存在较大差别，不构成相同或类似。

法院从三个方面进行了分析：

一是商品服务类别不类似。被告主营“手撕兔”制品，其营业内容、方式及消费对象与涉案商标核定的“餐饮服务”（火锅）存在明显区别，不构成相同或类似商品或服务。

二是“四姐”商标显著性较弱。“‘四姐’并非独创词汇，系川渝餐饮行业常见的亲缘称谓命名方式。”这类称谓作为商标的固有显著性较弱，权利保护范围应与其显著性强度相适应，不宜过宽。

三是没有混淆可能性。原告未能举证证明其“四姐”商标在2016年后进行了规模化、常态化的使用。而被告将“四姐手撕兔”使用在与火锅店有明显区别的商品上，相关公众基于一般认知，不会将其与原告产生关联。

最终，法院判决被告不构成商标侵权，同时认定原告主观上不存在恶意，驳回了双方的诉讼请求。

成都高新区法院知识产权庭董淼法官：

## 商标的保护边界并非一成不变

4月8日，成都高新区法院知识产权庭董淼法官告诉记者，在商标法领域，显著性是商标获得法律保护的核心要件。在本案纠纷所在的川渝地区，自然人经营特定餐饮业务时，基于店主本人形象使用诸如“某姐”“某哥”“某嬢”的亲缘称谓，再与商品或服务的具体内容相结合，从而形成识别商品或服务来源的商标，是一种较为常见的店铺命名方式。在商标法语境中，该类标识的“固有显著性”较弱，决定了其不宜取得过宽的保护范围，否则可能妨碍其他经营主体的正当使用。

这一过程中，法律会根据商标的知名度也就是“获得显著性”程度进行动态保护，其保护边界并非一成不变，而是随着市场认知、使用状态动态调整，如果商标经过长期使用，已经在相关公众中建立了商标与商品或服务来源的稳定联系，那么权利人仍然可以主张相应范围的专用权利。

司法保护知识产权，既要为创新“赋能”，也要为市场“赋能”，通过精准司法裁判厘清权利边界，平衡各方利益，方能最终激发市场活力，优化营商环境。

法学专家冯晓青谈“四姐商标侵权”案：

## 日常称谓属公共资源 商标保护范围应受限

4月11日，围绕成都“四姐手撕兔”一案商标显著性、保护范围及恶意诉讼等问题，中国法学会知识产权法学研究会副会长、最高法案例指导工作专家委员会委员冯晓青接受华西都市报、封面新闻记者采访，进行深度解读。

### 日常称谓属公共资源

冯晓青说，“四姐”属于亲属称谓中的常见排行用语，具有较强的社会通用性和公共属性。“因显著性较弱，该词汇不宜获得过宽的商标保护范围，尤其不能禁止他人在非攀附意图下正当使用。”

何为商标显著性？冯晓青解释，显著性需同时具备可识别性与区别性两个核心要件。“四姐”作为日常通用称呼，本身并不指向特定经营主体，亦不天然具备商标所应有的识别功能。这类植根于民间习俗、广泛应用于日常交往的称谓，属于社会公共资源，其商标保护范围理应受到严格限制，不得随意扩张。

他表示，若将“某姐”“某哥”之类日常称谓通过注册商标予以垄断，势必妨碍公众正常的语言表达自由与商业命名空间，违背维护公共利益原则。

### 商品服务类别如何判定？

针对法院认定双方商品服务类别不类似的裁判观点，冯晓青说，依据《类似商品和服务区分表》，火锅属于餐饮服务（第43类），而手撕兔更偏向熟食外卖或食品零售范畴，二者在消费场景、受众群体、经营模式上均存在明显差异，并不满足《商标法》第五十七条所规定的“在相同或类似商品上使用近似商标”的侵权构成前提。

“是否构成类似商品或服务，需严格依据国家知识产权局《商标审查审理指南》及相关司法解释进行专业判断，不能仅凭‘都是食品’这类朴素认知简单认定。”冯晓青强调，只有被依法认定为驰名商标的权利人，方可在不相关、不类似的商品或服务上获得跨类保护。本案中原告商标并未达到驰名程度，自然不具备禁止他人在无关商业领域使用相同或近似标识的法律基础。

### 如何维护商标注册秩序？

部分行为人通过抢注、囤积等不正当手段获取商标权后，转而提起侵权诉讼，这种过度维权恶意诉讼现象时有发生。

冯晓青表示，部分主体利用通用词汇、地名、民俗称谓注册商标，再通过批量诉讼牟利，实质是将商标制度异化为商业打压工具。此类行为违反《商标法》第四条“不以使用为目的的恶意注册”禁止性规定，不仅扰乱商标注册秩序，更侵害他人合法权益，浪费司法资源，未来应修法加强对代理机构连带责任的追究。

对于小微经营者如何防范知识产权侵权风险，冯晓青建议，经营中应尽量避免使用已存在注册商标或具有较高知名度的品牌元素，防止卷入不必要的维权纠纷。

华西都市报·封面新闻记者 粟裕 宋满

专家解读