

酒企推出茶味啤酒取名“信阳毛尖”，市场反响热烈之际突遭茶叶协会叫停

跨类别产品创新该如何避免法律风险？

本报记者 余嘉熙 本报通讯员 王佳宁

近日，一场围绕“信阳毛尖”茶味啤酒是否侵犯“信阳毛尖”商标权的讨论，引发多方关注。

2024年底，河南省信阳市茶叶协会叫停郑州金星啤酒有限公司(以下简称金星啤酒)等企业生产的“信阳毛尖”茶味啤酒。

在争论了大半个月后，2024年12月21日，金星啤酒与信阳市茶叶协会发表联合声明，称“信阳毛尖”商标授权属于跨类别无效授权。目前，金星啤酒仍在销售该款产品，但已将“信阳毛尖”中式精酿啤酒改名为“金星毛尖”中式精酿啤酒。

产品市场反响热烈之际被叫停

“信阳毛尖”茶味啤酒商标纠纷起于2024年12月初。

2024年12月1日，信阳市茶叶协会发布公告，所有“信阳毛尖”茶味啤酒生产及销售企业不得将“信阳毛尖”字样作为产品名称等进行商标性使用，若企业在2024年底前完成整改，将依法采取维权行动。

公告称，近期，市场及网络平台上销售显著标识为“信阳毛尖”中式精酿啤酒等多类产品，产地遍布多个省市，品质良莠不齐，严重侵犯“信阳毛尖”商标权。金星啤酒生产的“信阳毛尖”中式精酿啤酒亦在被叫停之列。

彼时，正是该产品市场反响热烈之际。据京东超市公布的2024年“双11”酒类数据，茶味啤酒的成交额同比增长了惊人的5324%。金星啤酒提供的数据显示，自2024年9月投产以来，“信阳毛尖”中式精酿啤酒在市场上迅速走红，企业在短短3个月内已采购了大量信阳毛尖茶叶，并上缴了2850余万元的税金。

对于信阳市茶叶协会突然的叫停行为，金

阅读提示

近日，围绕“信阳毛尖”茶味啤酒是否侵犯“信阳毛尖”商标权的讨论备受关注。在信阳市市场监督管理局介入调查后，金星啤酒与信阳市茶叶协会握手言和。律师指出，企业在进行产品创新时，要严格遵守相关法律法规，特别是跨类别产品要谨慎使用地理标志证明商标，注意避免商标授权纠纷。

星啤酒表示不满。该企业负责人对外表示，他们在2024年9月获得了信阳市茶叶协会的授权，授权使用期限明确为2024年9月3日至2025年9月2日，并支付了5万元的“信阳毛尖”品牌管理费，因此在指定时间内使用“信阳毛尖”证明商标标识合理合法。

金星啤酒集团副董事长张峰称，协会在授权期内单方面要求停止使用商标，属违约行为，给企业造成了近千万元的经济损失。此后，针对“信阳毛尖”商标专用权许可使用纠纷一案，信阳市市场监督管理局介入调查。

地理标志能否作为跨类别商标使用？

值得关注的是，在啤酒企业纷纷开发增味产品的当下，地理标志的正确使用方法值得探讨。

2024年12月21日，信阳市茶叶协会发布的公告称，“信阳毛尖”是地理标志保护产品和地理标志证明商标。根据相关法律法规规定，任何“茶啤酒”等非信阳毛尖茶品类产品在生产销售宣传中不得使用“信阳毛尖”字样，均属于侵犯“信阳毛尖”商标权。

“关于‘信阳毛尖’的使用乱象突出，市场监管部门都在关注，要求严肃使用这一特定概念。”信阳市茶叶协会秘书长张久谦表示，根据法律法规，茶叶注册商标属于第30类商标，该商标包含茶及茶叶代用品，跨类别使用是不被允许的。

在金星“信阳毛尖”中式精酿啤酒成为爆品后，跟风模仿者众多，包装与金星几近完全相同，生产厂家也是五花八门。

因此，有网友认为，“一些小型酒企，完全是山寨仿造，品质参差不齐会抹黑‘信阳毛尖’品牌，规范起来对于整个行业来说是好事”。“信阳毛尖”茶叶协会出手维权无可厚非，这有利于本土特色品牌的保护与持久发展。

但也有业内人士表示，信阳毛尖茶本身的品牌价值增加了类似“茶啤酒”这样的衍生产品的市场影响力，而此类创新产品的出现也给予了“信阳毛尖”品牌更多的价值空间，对茶产业来说由此也获得了新的发展路径。因此，完全限制使用“信阳毛尖”商标的行为可能会影响企业进行产品开发的自主性和积极性，不利于“信阳毛尖”相关衍生产品和茶叶品牌的创新发展。

近年来，关于地理标志的使用已引发多起风波，景德镇陶瓷、潼关肉夹馍、库尔勒香梨也曾发生过相关协会对商户维权事件。因此，各界对此次“信阳毛尖”茶味啤酒侵权事件走向高度关注。

律师：跨类别产品需警惕法律风险

在信阳市市场监督管理局介入后，信阳市茶叶协会与金星啤酒握手言和。

2024年12月21日，信阳市茶叶协会与金星啤酒发布的联合声明称，由于对国家商标管理相关法律法规的理解不够深入，信阳市

茶叶协会在未充分研究的情况下，同意了金星啤酒开发“信阳毛尖”中式精酿啤酒的请求。这一行为属于跨类别无效授权。此外，金星啤酒在获得授权前后，存在违规使用“信阳毛尖”证明商标的行为。对此，双方均承诺依法整改。

信阳市茶叶协会称，下一步计划申请拓展“信阳毛尖”证明商标的应用范围，支持金星啤酒产品创新，基于此原料进行更多种类的衍生品研发。而金星啤酒也表态将在信阳加大投资力度，扩大生产规模，并与当地优质茶企携手推进以“信阳毛尖”为基础的新型饮品企业发展。

这也意味着两者就“信阳毛尖”茶味啤酒的名称争端告一段落。目前，“信阳毛尖”中式精酿啤酒已改名为“金星毛尖”中式精酿啤酒。

有业内人士表示，如今市场上啤酒口味更加多元化，各大企业纷纷进行跨界创新，如重庆啤酒旗下雪花啤酒的“青梅普洱”、青岛啤酒的“桂花香韵”等。随着增味啤酒的进一步推广，地理标志的合规使用也应当引起啤酒企业的重视。

“不仅是啤酒，近年来，市场上各类产品跨界联盟创新不断，其中不乏受到消费者欢迎的‘明星产品’。因此，地理标志的规范使用显得尤为重要。”河南冠谦律师事务所律师马冠军表示，如何与跨界产品在地理标志法律制度上和谐共存，是各地地理标志商标管理者需要思考和解决的问题。

“此次‘信阳毛尖’茶味啤酒商标纠纷很典型，将对跨类别产品的地理标志使用及市场走向产生一定影响。”马冠军提醒，企业在进行产品研发和推广时，要严格遵守相关法律法规，特别是跨类别产品要谨慎使用地理标志证明商标，注意避免商标授权纠纷，防控相关的法律风险。

春运跨区域人员流动预计达90亿人次

相关部门将采取多项措施，满足群众出行需要

本报北京1月8日电(记者甘智)今天国新办举行新闻发布会，介绍2025年春运形势。记者从会上获悉，2025年春运将从1月14日开始，到2月22日结束，为期40天。据交通运输部等部门预计，今年春运，全社会跨区域人员流动将达到90亿人次，创历史新高。相关部门和单位综合采取多项措施，尽最大努力满足群众出行需要。

从出行结构看，自驾出行将稳居主体地位，预计达到72亿人次，约占全社会跨区域人员流动量的八成，高速公路车流量单日峰值或创历史新高。铁路、民航客运量有望分别突破5.1亿人次和9000万人次，也将创下历史新高。

从时空分布看，今年春节较往年偏早，春节前后将呈现学生、务工、探亲、旅游等四种客流叠加情况，而且今年也是第一次将除夕列入法定假期，春节放假8天假，集中度较高。京津冀、长三角、粤港澳、成渝等城市群仍是客流主要集中区。考虑到春运期间交通运输将在短时间内提升至满负荷状态，保畅通、保安全、防范恶劣天气、统筹客货运输等方面存在着较大压力，国家发展改革委联合相关部门和单位及早研究谋划，综合采取多项措施，增加运力、引导出行、保障畅通、优化服务，尽最大努力满足群众出行需要。

其中，铁路将采取增开临客列车、夜间高铁等方式，深入挖掘增运潜力，同时保障边远地区公益性“慢火车”开行，预计春运期间每日安排旅客列车1.4万余列，客座能力同比增长约4%。民航将加大热门机场、热点航线运力供给，日均航班计划约1.85万班，同比增长8.4%。公路发挥重要“兜底”保障作用，将动态调配客运班线。水路方面，将加大对琼州海峡等重点航线运力投放。

与此同时，相关部门将充分发挥不同运输方式比较优势和综合运输组合效能，加强信息共享和服务衔接，做好中途接驳和夜间到达旅客疏运，畅通“最先和最后一公里”。提前研判春运易拥堵缓行路段、收费站等，制定疏导绕行方案；加强路网运行监测和信息发布，强化高峰时段指挥疏导，及时调度处置严重拥堵情况，全力保障路网畅通。

促进政府投资基金发展顶层设计出炉

本报讯(记者唐妹)近日，国务院办公厅印发《关于促进政府投资基金高质量发展的指导意见》(以下简称《指导意见》)，财政部有关负责人表示，《指导意见》涵盖基金设立、募资、运行、退出全流程，提出了25条具体措施，促进政府投资基金高质量发展，更好发挥基金作用。

《指导意见》明确了政府投资基金发展总体要求，提出促进形成规模适度、布局合理、运作规范、科学高效、风险可控的政府投资基金高质量发展格局。

《指导意见》要求明确基金定位，优化产业投资类基金功能，鼓励发展创业投资类基金，发展壮大长期资本、耐心资本。明确对基金设立的分级管理要求，完善不同类型基金差异化管理机制。明确国家级基金与地方基金形成合力，省级政府加强本地区基金统筹管理，加强基金布局规划和投向指导。规范基金运作管理，优化基金投资方式，建立健全容错纠错机制等。

《指导意见》强调，推动有效市场和有为政府更好结合，政府投资基金要聚焦重大战略、重点领域和市场不能充分发挥作用的薄弱环节，吸引带动更多社会资本，采用市场化方式支持创新创业和相关产业发展，提升基金专业化市场化运作水平。

涉企行政检查规范性透明度不断提升

本报讯(记者杨召奎)日前，北京“扫码检查”改革再升级，执法人员不扫码，企业有权拒绝检查；检查结束后，企业可在“京通”平台上对检查行为进行评价。这是市场监管部门规范涉企行政检查的最新探索，有助于提升涉企行政检查的规范性和透明度。

涉企行政检查是行政执法主体履行行政管理职责的重要方式，初衷是为了规范和引导企业依法经营。但在实践中，一些地方和部门涉企行政检查乱作为问题时有发生，影响企业正常生产经营和营商环境改善。

中央经济工作会议提出，开展规范涉企执法专项行动。各地市场监管部门积极探索“扫码检查”“扫码入企”“信用画像+分级分类”等新模式，持续优化营商环境，做到无事不扰。

除了北京“扫码检查”改革再升级之外，江西省新余市市场监管部门在各级行政执法单位和执法人员中推行涉企执法检查“扫码入企”制度，推动涉企检查“码”上报备、“码”上监督、“码”上执法、“码”上投诉，最大限度减少对经营主体的不必要“干扰”，让企业轻装上阵谋发展。

江苏省泰州市对20余万家企业进行全景画像，构建基于信用画像的分级分类监管工作机制，实现“差异化监管”，进一步减轻企业负担。



2024年连云港中欧班列突破900列

1月5日，一列中欧班列满载装有汽车零部件、电子产品的集装箱，准备从中哈(连云港)物流合作基地驶出。据了解，2024年连云港中欧班列累计完成班列到发111列。

本报通讯员 李佃好 摄



2024年我国快递业务量突破1700亿件

本报北京1月8日电(记者甘智)记者从今天召开的2025年全国邮政工作会议获悉，2024年邮政快递业运行呈现持续向好态势，全国快递业务量达到1745亿件，快递业务收入1.4万亿元，同比分别增长21%、13%。预计2025年行业仍将保持稳步上升趋势，快递业务量预计达到1900亿件、快递业务收入1.5万亿元。

2024年，邮政行业寄递业务量和行业业务收入分别完成1930亿件和1.7万亿元，同

比分别增长19%和11%。邮政快递业改革发展取得新成效，行业先导性基础性战略性作用持续发挥，服务国家战略取得积极成果，高质量发展进程正在加快，行业运行呈现持续向好态势，对经济社会发展的促进作用不断增强。

2024年，规模以上邮快件处理中心达1300个，有力保障了行业高位运行。行业更新设备超6万台(套)，带动资金投入超65亿元。3357个边境自然村基本实现每周至少3次投

递。行业应用无人车近千辆、无人机超300架，实现无人机配送快件近300万件。在限制过度包装、冷链等方面形成7项国家标准和行业标准。电商快件不再二次包装比例超过95%，智能装箱技术让包装耗材用量大幅减少，248个产品通过快递包装绿色产品认证。全行业新能源和清洁能源车保有量超7万辆。累计开通交邮联运邮路5000余条，合作场站3.4万余处。全国累计形成1670个业务收入超百万元的快递服务先进制造业重点项目。

热门餐厅包厢“一席难求”，私厨上门、外带等成新趋势

春节将至，年夜饭预订“热”不可挡

本报讯(记者姜雨晴)年夜饭作为中国人一年中最重要的一顿饭，承载着家人团聚、辞旧迎新的特殊意义。近年来，年夜饭预订的火爆程度已成为观察消费市场的一扇窗口。记者日前采访了解到，随着春节临近，多地年夜饭预订火爆，不少城市热门餐厅出现“一席难求”的情况。此外，线上平台积极推广私厨上门服务、外带服务等，为消费者提供多样选择。

北京某知名饭店工作人员告诉记者，该饭店于2024年10月22日率先启动了年夜饭的“早鸟”优惠预售活动，到2024年12月初，

14个包间已被预订一空。“我们这家分店是2024年12月16日新开业的，到现在年夜饭已经都被订完了。”记者从北京另一家连锁餐饮店了解到，该店提供了不同价位的套餐和单点的方式，旨在满足不同客户的消费需求。

从全国范围来看，在上海，许多星级酒店的年夜饭包间早早被预订一空；广州的老字号餐馆纷纷迎来预订热潮；在江苏、浙江等地，众多连锁餐饮品牌曾向媒体透露，包厢预订情况极为紧张，可谓“一席难求”；在武汉，多家饭店的年夜饭预订已达

九成。不只是线下门店，线上平台年夜饭预订也异常火爆。美团、大众点评数据显示，进入1月以来，全国“年夜饭预订”需求逐渐升温，相关关键词搜索量同比增长超101%。美团平台上线“年夜饭”主题团购套餐市场热度高涨，除了大家庭消费外，双人、3人至4人等小家庭品质套餐需求也比较旺盛。

线上平台在年夜饭预订中所发挥的重要影响力，正在改变这一传统习俗的呈现方式。许多消费者在制定年夜饭计划时，不再局限于传统的口碑推荐或亲自到店考察，而

是倾向于先在线上平台进行初步筛选和比较。在线上线下融合浪潮下，越来越多的餐饮商户推出线上“年夜饭套餐”。

美团餐饮团购相关负责人表示，平台已设置线上订座专区展示，即日起到春节期间全程推广提供此类服务的门店，帮助门店提升订单，增加收益。

值得一提的是，有线上平台推出的私厨上门服务尤为引人注目。有的是雇主提供食材，厨师上门做菜，更多的是客户选择菜单即可。这一服务模式受到了许多希望在家享受团聚时光家庭的欢迎。