

槟榔包装“撞脸”，山寨“李鬼”依法受罚

法院：两公司构成不正当竞争，停止侵权+赔偿



扫码看视频

爱嚼槟榔的人，总会找到自己喜爱的口感与品牌，可若是没仔细

去瞧，很可能买到的是包装相似的“李鬼”。4月19日，记者从长沙市天心区人民法院获悉，某槟榔品牌公司出品的“枸杞槟榔”遭遇了包装“撞脸”，遂以不正当竞争为由，将涉事的两家公司起诉至法院，诉求两被告公司停止侵权并索赔40余万元。

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 杨昱 通讯员 张艾 熊思怡



扫码看视频



志愿者在松雅湖拔除“加拿大一枝黄花”。受访者供图

3小时拔除2000株“加拿大一枝黄花”

30余志愿者“护绿”长沙松雅湖

三湘都市报4月19日讯 4月18日上午，长沙县松雅湖河滩，一群由学生、家长、上班族组成的志愿团队沿着岸线分散开来，有人弯腰辨认、有人顺势发力，将一株株“加拿大一枝黄花”连根拔起，再拖到岸边集中堆放。3个小时，30余人清理约300平方米区域，拔除2000余株。

这样的场景，在这里已经持续了多年。现场志愿者、绿色潇湘环境教育项目经理刘嵘介绍，如果不在这一阶段及时清理，这种外来植物很容易形成连片扩散，挤压本土植物生存空间。

与一次性清理不同，这项工作更像“反复巡查”。刘嵘介绍，围绕松雅湖区域，他们每年都会根据“加拿大一枝黄花”的生长节律，在幼苗期、生长期、开花前多次介入，同时配合日常监测。此次检测到“加拿大一枝黄花”的过渡生长后，伟创力的志愿者和绿色潇湘便联合开启了清理行动。

“它长得很快，我们只能更频繁地来。”刘嵘说。当天的行动中，志愿者在清理过程中还发现了一处野兔巢穴，队伍随即绕开该区域。“清理的同时，也要尽量减少对原有生态的干扰。”

在刘嵘看来，这类活动的意义，并不只在于当天清理了多少面积、多少株植物。她提到一个细节——活动

开始前，有学生和家提出，为什么不直接用农药“一次性解决”。而在讲解和实际参与后，不少人开始理解其中的风险与逻辑。刘嵘解释，除草剂通常具有非选择性，不仅会清除目标植物，也可能伤害周边本土植被；同时，湿地水系相通，一旦药剂进入水体，可能对鱼类、两栖动物及微生物系统造成连锁影响。相比之下，人工拔除虽然耗时，但能够实现更精准的清理，并降低对生态系统的二次干扰。

“只有亲身参与后，他们才会理解到，生态不是简单处理一个物种，而是一个整体系统。”刘嵘说。

更明显的变化，出现在活动之后。有学生在回家后，会主动关注小区或周边环境中是否存在类似植物，有的尝试自行辨认、清理，有的则联系相关部门进行处理。参与活动的学生李唐瑾熙表示：“通过这次活动，我认识到了外来物种对生态的危害。保护环境、保护地球，要从我们身边的小事做起。”

刘嵘认为，外来入侵物种问题，不仅发生在野外，也与日常生活紧密相关，很多物种最初被引入，是因为观赏、养殖或消费需求，但进入自然环境后，可能带来持续影响。“生态保护不是一次行动，而是一连串选择。”刘嵘说。

■文/视频 全媒体见习记者 宋科铖

事件：两款槟榔包装高度相似引发纠纷

某槟榔品牌公司成立于2007年，长期从事槟榔加工、生产与销售，自2017年起推出“枸杞槟榔”系列产品，并为该产品的包装装潢申请了外观专利。2024年，该公司发现网上在销售另一品牌的两款枸杞槟榔，其包装装潢与自己的产品极为相似，遂将商品包装上载明的委托生产方乙公司、受托生产方丙公司诉至天心区人民法院。

原告认为，两被告生产的枸杞槟榔产品包装装潢与原告的产品构成近似，容易造成消费者混淆，已构成不正当竞争，请求法院判令两被告立即停止侵权，并赔偿经济损失及合理维权开支共计40余万元。

被告乙公司辩称，原告证据不足以证明其包装具有较高知名度，且双方包装存在显著区别，不会导致消费者混淆，同时否认有侵权故意。被告丙公司则主张，“枸杞槟榔”四个汉字不属于原告专有，且自身企业信息可能被冒用，认为自己也是受害人。

法院：两被告停止侵权并共担赔偿

法院经审理认为，原告产品包装装潢在构成元素选取、排列、颜色搭配等方面体现了设计者的独特选择，能够区别于市场上槟榔类产品的惯常设计，具有显著性和识别性。结合原告在行业内获得的奖项、荣誉及市场认可度，可以认定其商品包装装潢属于“有一定影响的商品包装装潢”，能够发挥识别商品来源的作用。

经比对，两款被诉侵权产品与原告包装在整体造型、字体、色彩搭配、位置排列、组合方式等显著特征部分高度相似，已明显超过因产品功能相似所必然导致的合理限度。在原告包装已有一定影响力的情况下，这种相似性易使相关公众对商品来源产生误认，或认为被诉侵权商品与原告存在特定联系，构成混淆。

天心区人民法院最终作出一审判决，判两被告公司停止不正当竞争行为，被告丙公司赔偿原告经济损失及合理维权费用共计7万元，被告乙公司就其中4万元承担连带责任。

被告丙公司不服，上诉至长沙市中级人民法院。日前，二审维持原判。

下雨天，去爬楼竞速吧！

“垂直马拉松”成长沙健身新风潮



扫码看视频

三湘都市报4月19日讯 连日来，长沙阴雨绵绵，户外跑道、公园广场等场所冷清了不少。然而，在多栋高层楼宇内部，一场场“向上冲刺”却正火热上演。垂直马拉松，凭借全室内、无惧风雨的独特优势，掀起一股楼宇间登高竞速的都市健身风潮。

4月18日下午，长沙晴好天气，长沙运达汇商场门前人头攒动，一场别开生面的垂直马拉松比赛即将开跑。在这座64层、268米高的建筑内，1890级台阶正静候挑战者。“爬楼燃脂速度快，对膝盖压力也小。”正在放松腿部的谭女士告诉记者，她平时喜欢跑步，前阵子长沙连续阴雨，户外训练只能中断，“垂直马拉松正好不受天气影响，想练随时可以来”。

像谭女士这样的运动爱好者不在少数。现场工作人员介绍，爬完1890级台阶的选手，快的能在10分钟内跑完，大部分参与者能在30分钟内完成比赛。

记者检索发现，今年多场垂直马拉松在长沙各大商场

开赛。四月初，长沙I CITY美好生活中心垂直马拉松火热开赛，吸引了周边写字楼众多年轻人；而长沙IFS国金中心已连续多年举办国际垂直马拉松公开赛……垂直马拉松正从零星尝试走向常态化。

为什么选择垂直马拉松？几名参与者给出了相似的答案：门槛低、方便、不耽误生活。“全马、半马太有挑战性，这个距离刚刚好。”首次参加垂直马拉松的杨女士就住在商场附近，走路几分钟就到，“在家门口就能参加比赛，不用像跑马拉松那样舟车劳顿。比完赛直接上楼吃饭、逛商场，运动休闲两不误。”

现场工作人员告诉记者，垂直马拉松的参赛门槛相对较低，因此吸引了不少上班族和家庭群体，“我们会配备计时设备、沿途志愿者和医疗点，每层楼都有步数和剩余楼层提示，安全方面考虑得比较周全”。在持续阴雨的天气里，这项“向上运动”不仅让健身计划不再“看天吃饭”，更用独特的楼宇视角重新定义了城市运动体验。

■文/视频 全媒体记者 罗艾敏