

路易威登(LV)起诉宁波一家百货店

深圳茶饮品牌、南京鸭血粉丝店也被其起诉过

日前,社交媒体上有信息称,路易威登马利蒂(LV的母公司)以侵犯知识产权为由,起诉宁波市海曙石碶远芽日用百货店(以下简称“远芽百货店”)、宁波轻纺城股份有限公司(以下简称“宁波轻纺城”)。

小百货店被国际时尚巨头盯上

位于海曙环城西路的宁波轻纺城是一家大型小商品市场,市场目前共有商户4000多户,其中从事百货零售的商家超过1000家。此次涉案的远芽百货店就是其中一家。

企查查显示,远芽百货店的登记信息为个体工商户,成立于2018年,资金数额为5万元,所属行业为零售业,经营范围包含日用百货的批发、零售。

7月15日,记者来到宁波轻纺城。该公司董事长蒋伟良表示,网上流传的信息确实存在。

宁波轻纺城成为连带被告

“目前,相关案件正在进行中,很多细节不方便透露。”蒋伟良告诉记者,第一被起诉人是远芽百货店,宁波轻纺城是作为连带被告应诉。

公开信息显示,宁波轻纺城股份有限公司成立于1997年11月,曾连续多年入选浙商企业500强、宁波市企业百强。

蒋伟良表示,宁波轻纺城业态广泛,除纺织服装外,还涉及日用百货、日常配件等。而且店铺产权相当复杂,有的产权属于个人,用于自营或出租;有的属于市场,出租给商户使用。

企查查显示,该侵害商标权纠纷的案件原本定于7月13日开庭。但记者从蒋伟良处了解到,该案已推迟开庭,具体日期还没有确定。

据公开信息,这已经不是宁波轻纺城第一次被LV起诉了。2022年至2026年7月,路易威登马利蒂以侵害商标权为由,已4次对宁波轻纺城股份有限公司发起诉讼。

市场相关负责人表示,之前的诉讼案件都以对方撤诉或者和解的方式解决。

近5年LV在中国发起诉讼1691起

公开数据显示,近5年,LV在中国发起的商标维权诉讼高达1691起,仅2026年上半年就新增56起。

人民法院公告网显示,北京知识产权法院将于7月16日公开审理一起涉及路易威登的商标行政纠纷案。案号为(2026)京73行初4727号,原告为路易威登马利蒂,被告为国家知识产权局。

记者 毛雷君

延伸阅读

“路易威登(LV)起诉国家知识产权局”上热搜

这两天,“路易威登(LV)起诉国家知识产权局”的消息刷屏了。一个商标官司,愣是被顶上了热搜第一。

据最高人民法院发布的《中国法院知识产权司法保护状况(2025年)》,全国法院去年审结的商标行政一审案件达23393件。这类案件的被告,均是国家知识产权局——因为它是作出行政裁定的机关。也就是说,这种“某公司告国家知识产权局”的情形,平均每天会发生数十次。

但偏偏LV这桩官司,成了全民围观的事件。

1 LV为什么要打商标战

很多人不理解:LV为何要告奶茶店、南京鸭血粉丝店,甚至还要告国家知识产权局?说到这里,我们首先要知道LV为什么要打商标战。

LV的“符号焦虑”不是今天才有的。1888年,路易威登与其子乔治为了打击抄袭,推出并注册了Damier棋盘格图案,这是该品牌首个注册商标。但防伪需求依然存在,于是,1896年乔治又设计了更为复杂的Monogram图案,核心元素就是那朵四叶花。

2 LV为什么起诉国家知识产权局

这次LV起诉国家知识产权局的起因是:广东的一名服装经营者近年来以个人身份申请了100多个商标。LV针对其中一枚图案商标,向国家知识产权局提出无效宣告请求,但未获支持。

国家知识产权局的裁定为什么让LV紧张?因为裁定可能认定:LV的四叶花图案因包含传统公有纹样,显著性有限,不支持过度扩大跨类保护。而一旦这个认知固化,LV将面临两大问题:第一,维权更难。将来商家都可以用“传

3 从鸭血粉丝店到古风餐吧的诉讼之路

据媒体梳理公开裁判文书发现,此前至少有5起一审商标行政案件,由路易威登马利蒂作为原告、国家知识产权局作为被告。其中,LV有3起获得法院支持,相关行政决定被撤销,国家知识产权局被要求重新作出决定;另外2起,LV的诉讼请求被法院驳回。

第三方平台数据显示,以“路易威登马利蒂”“侵害商标权”为关键词检索,相关风险信息共1691条。从茉莉奶白到南京鸭血粉丝店,从古风餐吧到珠宝首饰,LV的诉讼之路横跨多个行业。

法律上,LV的维权行为有法可依。驰名商标的跨类保护,是商标法明确规定的权利。法律逻辑是:我国商标法遵循“注册在先”原则,LV的

一块皮革的成本可以计算,但印上Monogram的四叶花之后,它的价格就由LV说了算。

LV母公司LVMH集团2025年全年营收达808亿欧元,中国所在的亚洲市场(除日本)贡献了其中的26%;2026年一季度,这一区域营收同比增长7%。

这个庞大数字的背后,是四叶花作为品牌符号的稀缺性溢价,而一旦这个符号变成“公共素材”,LVMH集团的整个商业帝国都将动摇。

“统纹样”作为抗辩理由,LV的法律防线可能因此全面松动。第二,品牌贬值。当一个奢侈品符号被公众认定为“公共素材”,它的稀缺性和溢价能力将随之崩塌。

如果说,LV告茉莉奶白(深圳一家餐饮公司的新茶饮品牌)是民事侵权,是事后追责、索要赔偿;那么,它起诉国家知识产权局,属于商标授权确权行政诉讼,是对商标本身的“确权拉锯”,简单来说,是为以后维权扫清障碍。

四叶花图案因在传统纹样基础上进行了独创性设计,并通过百年使用获得了商标法所要求的显著性和极高知名度,因此可依法获得驰名商标的跨类保护,不因其图案元素与传统文化有渊源而影响其权利效力。

但公众的认知是另一套逻辑:千年公共文化符号,怎么就变成别人的“专属商标”?

这桩案子,LV能在法庭上赢回什么,尚待审理。说到底,国家知识产权局一年被起诉2万多次,只有被LV起诉上了热搜——不是因为LV更委屈,而是因为LV更“贵”。

这个“贵”,既是它的品牌价值,也是它的舆论代价。

据每日经济新闻

宁波银行专栏

宁波银行获《证券时报》第十七届天马奖两项殊荣

近日,由《证券时报》主办的第十七届上市公司投资者关系管理论坛在深圳圆满落幕,备受资本市场关注的“天马奖”获奖名单重磅揭晓。宁波银行凭借规范透明的信息披露、高质量的投资者沟通以及完善的资本市场品牌管理,成功斩获“投资者关系管理天马奖”;宁波银行副行长兼董秘俞罡获评“投资者关系管理杰出董秘奖”。

天马奖由《证券时报》社主办,是国内主流财经媒体中最早聚焦资本市场投资者关系管理领域的评选活动之一。自创办以来,天马奖致力于以专业标准提升上市公司投资者关系管理水平,用匠心助力上市公司展现投资价值,表彰在投资者关系管理领域表现卓越的企业及个人。

长期以来,宁波银行始终严守监管合规底线,将投资者关系管理作为公司治理、品牌建设价值传递的核心抓

手。公司严格落实信息披露各项监管要求,不断完善常态化披露工作机制,确保经营财务、重大事项等各类信息真实、准确、完整、及时、公平地向资本市场及全体投资者传递,以透明化运营夯实资本市场信任根基。

在投资者沟通服务层面,宁波银行持续搭建线上线下立体化、多元化交流平台,通过机构专场调研、业绩说明会、投资者热线、互动平台、线下路演、中小股东接待等多种形式,主动面向公募、私募、券商、保险等各类机构投资者及广大中小投资者做好政策解读、经营答疑、价值阐释工作,认真回应市场热点关切,持续拉近上市公司与资本市场的距离,让投资者全方位、深层次了解银行经营发展逻辑与长期投资价值。

稳健扎实的经营基本面,是投资者关系工作最坚实的

底气。2026年一季度,宁波银行经营发展稳中有进,核心经营指标实现稳步增长:截至一季度末,全行总资产达3.86万亿元,较年初增长6.35%;各项存款余额2.25万亿元,较年初增长10.89%;各项贷款余额1.90万亿元,较年初增长9.45%。经营效益稳步攀升,当期实现营业收入203.84亿元,同比增长10.21%;归母净利润81.81亿元,同比增长10.30%,优异的经营业绩为资本市场持续输出稳健回报。

此次斩获两项殊荣,既是资本市场对宁波银行投资者关系、公司治理工作的认可,更是一份沉甸甸的责任。下一步,宁波银行将以本次获奖为新起点,持续精进投资者关系精细化管理,不断优化信息披露质量,丰富投资者沟通形式,持续讲好宁行发展故事,充分传递企业长期投资价值,以稳健经营、规范治理回馈广大投资者信任,打造资本市场值得长期信赖的优质上市银行标杆。