

本报报道引起读者热议

企业坚守诚信是长久发展根本

本报记者 陈东明

“5月12日，本报美食版以《让这碗牛肉面成为发展特色经济有力推手——牛肉面传承频被“冒领”背后的思考》为题，对发源于我市的牛肉面传承频频被一些商家“冒领”的现象进行了探讨。文章刊出后，引起了餐饮界和文化、法律界人士的关注，纷纷与记者联系，畅谈他们对此现象的看法。

《中庸》言：“诚者，天之道也；诚之者，人之道也。”中国自古以来商道之魂为：天道酬诚，信为根本

读者来电主要为两种观点，首先是牛肉面传承频被“冒领”一事。

我国自古就有“人无信不立，家无信不旺，业无信不兴，国无信不强”的古训。企业信用的实质内容是企业的商业信用，是对企业诚实度和承诺的兑现而产生的商业信用度的评价。个人无信就无法在社会上立足，企业无信也无法与其他经济主体发生联系。对企业来说，诚信既是立足之本，也是企业生存发展的生命线。

对于陈香贵这个牛肉面品牌“冒领”陈维精后人这个问题，读者首先是感到诧异，作为一家知名公司，抢占位形成差异化，这本无可厚非，但公然冒牌陈家后人，以此为亮点想在激烈的市场竞争中快速融资和跑马圈地，建立消费者认知，则首先失去诚信这个根基。

我市一家餐饮企业老板表示：“诚信”作为社会主义核心价值观在个人层面的一个基本准则，是立人之本，是齐家之道，是交友之基，更是经商之魂，是企业家一张真正的“金质名片”。想在商场上真正长久立足发展，靠的不是假冒和杜撰，而是厚重的文化内涵、实实在在的真本事和核心技术的传承。

“近些年，我们国家非常重视对传统文化的挖掘和保护，这本来是一个很好的事情，但总有一些人从个人利益出发，将诚信丢在一边，剑走偏锋，利用假冒等手段谋取利益，搅乱市场。”一位一直关注牛肉面文化挖掘的马先生表示，陈香贵冒充兰州牛肉面创始人陈维精的后人，以此为噱头融资，在媒体进行虚假宣传，以“证明”自己是传承了200多年的“正宗”兰州牛肉面，然而，谎言总有被揭穿的一天，陈香贵对广大消费者如何交代？与其费尽心思、造假惑众，不如实事求是、踏踏实实做人，这样才会受到人们欢迎和尊重。

而我市达成律师事务所的

一名律师则从法律层面谈了自己对此事的看法。

这位律师表示，“马家大爷”作为注册商标，市场上出现的使用“马家大爷”作为招牌的或者冒充“马家大爷”进行加盟招商的涉嫌商标侵权以及不正当竞争。

根据《中华人民共和国商标法》第五十七条第二项规定，未经商标注册人的许可，在同一种商品上使用与其注册商标近似的商标，或者在类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标，容易导致混淆的，属侵犯注册商标专用权。《最高人民法院关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第九条第二款规定，商标近似是指被控侵权的商标与原告的注册商标相比较，其文字的字形、读音、含义或者图形的构图及颜色，或者其各要素组合后的整体结构相似，或者其立体形状、颜色组合近似，易使相关公众对商品的来源产生误认或者认为其来源与原告注册商标的商品有特定的联系。第十条规定，在判断商标是否相同或者近似时，应当以相关公众的一般注意力为标准，既要对商标整体比对，又要对商标主要部分比对，同时还应当考虑请求保护注册商标的显著性和知名度。

具体到“马家大爷”，判断和认定市场上出现的使用“马家大爷”作为招牌的或者冒充“马家大爷”进行加盟招商的，如果对方所使用的标识中，直接使用了“马家大爷”四个字，考虑到该商标的显著性，相关公众施以一般注意力在隔离观察状态下时，易使相关公众对商品的来源产生误认或者认为其来源与“马家大爷”商标注册人的商品有特定的联系，容易导致混淆，故涉嫌侵权的标识与“马家大爷”商标构成近似。同时，“马家大爷”商标是用于牛肉面，如果涉嫌侵权的属于同行业，其主观上攀附“马家大爷”的侵权恶意是明显的，那依法应当认定为商标侵权并承担相应的侵权责任。

此外，调查中也出现了有些冒充“马家大爷”品牌时直接“借”用“马家大爷”文案和店面实景图片的，如经过比对，双方

在店面装修、装潢等方面相同或者近似，根据《反不正当竞争法》的相关规定，也可能构成不正当竞争，同样对方需要停止不正当竞争的行为并依法承担赔偿责任。

因此，“马家大爷”在维权过程中发现上述问题后，可以向人民法院起诉，也可以请求工商行政管理部门处理。若出现未经许可，他人在同一商品上使用与自己注册商标相同的商标，或伪造、擅自制造等严重行为，构成犯罪的，可向公安报案，依法追究其刑事责任。

关于陈香贵冒充牛肉面创始人陈维精后人一事，这位律师表示，陈香贵公司在对公司介绍的过程中描述陈香贵为陈维精后人，由于查证陈香贵并非陈维精后人，那么其所作的描述属于虚假宣传，根据《反不正当竞争法》的相关规定，经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。

因此，就陈香贵公司的虚假宣传行为同样可以向人民法院起诉，也可以请求市场监督管理部门处理。

大话西游中有句经典台词：曾经有一分真挚的爱情摆在我面前，但是我没有珍惜，等到了失去的时候才后悔莫及，尘世间最痛苦的事莫过于此

读者来电中第二个观点就是要保护好牛肉面这个历史文化传承和非遗品牌，并要坚持创新使其光大，成为焦作的一张名片。

去年6月，国务院公布了第五批国家级非物质文化遗产代表性项目名录（共计185项）和国家级非物质文化遗产代表性项目名录扩展项目名录（共计140项），其中甘肃兰州牛肉面制作技艺传统面食制作技艺（兰州牛肉面制作技艺）位列其中，内容为：兰州牛肉面起源于清嘉庆年间，创始人是国子监太学生陈维精，兰州牛肉面是一道常见的面食，也是兰州的传统名食。它具有“一清、二白、三红、四绿、五黄”的特征，且色香味美，誉满全国。

《甘肃日报》、《兰州日报》、每日甘肃、兰州新闻网均作了上述报道。作为兰州牛肉面创始人陈维精的后人，陈九如时刻关心兰州牛肉面发展，也同样关心家乡牛肉面的传承与创新。

疫情过后，陈九如便迫不及待地来到了焦作。面对记者

的采访，老先生说自己深感责任重大，如何让牛肉面这道美味持续良好地发展，让其倍感任重道远。

“200多年前的秘方再回焦作，200多年前的那碗面再现怀府，这对焦作来说，不仅仅只是一道美食，也不仅仅只是一个人们津津乐道的文化现象。”餐饮界一位资深大师表示，如何抓住这个机遇，作好传承和创新，推动焦作地方特色餐饮上台阶，创品牌，促进地方经济发展，值得深思。“这段历史的挖掘和报道已经轰动了国内外，莫要墙内开花墙外香。”这位大师说。

“我也一直在思考一个问题，兰州牛肉面的创新点到底在哪里？”陈九如说。

去年，一碗兰州牛肉面搅动了资本市场。截至今年2月，马记永兰州牛肉面获得2轮融资；号称正宗兰州味道的陈香贵完成超亿元4轮融资，目前估值接近10亿元；主打手撕牛肉拉面的张拉拉用了不到一年时间也获得4轮融资。

但摆在张拉拉、马记永、陈香贵这些品牌眼前的一大难题是同质化的困局，如何走出同质化的“围城”，不能只靠所谓的正宗？

“在缺失核心技术和核心信息的支持下，现有这种情况下，品牌很容易被模仿和复制。”陈九如说。

兰州牛肉面传承200多年，历史文化底蕴深厚，除了清汤牛肉面之外，鲜为人知的是陈维精家族传承的牛肉面就有近百种，一个单品做好了就会让你火得一塌糊涂，但关键的是核心技术及核心文化。

陈维精有“怀庆食圣”之称，精通酱、卤、烹、炸及多种烹饪技法，其代表作水爆牛肚仁是招待贵宾的上品，用苏寨萝卜和上庄姜把清汤牛肉面做得更是炉火纯青，样样美食都是精品，看似简单其实个个都渗透着陈家多年积累的经验和技术诀窍。而陈家的牛肉面之所以好吃是因为许多技术细节上与现在的兰州牛肉面有所不同，其中更多蕴含着许多科学道理。

陈维精始创的兰州牛肉面许多技术诀窍不仅在煮肉、煮萝卜、炸辣椒油、调汤方面与众不同，除了食材有不同之处，重要的是许多方法和细节上不同，陈维精的牛肉面以汤为百鲜之源，讲究用中医“君、臣、佐、使”的配伍来调制牛肉“清汤”和“浑汤”，清浊分明，取其清鲜；用来制作清汤牛肉面，留其浊香；用来制作官府牛肉面，正呼应袁枚《随园食单》中的名言：“烹调之法，何以异焉？凡



打造健康美味
百姓饮食指南

主编：陈东明

新闻热线：

15893090301

监督维权热线：

18639136028



扫码关注焦作日报公众号



扫码关注焦作日报抖音号

一物烹成，必需辅佐。要使清者配清，浓者配浓，柔者配柔，刚者配刚，方有和合之妙。”

中餐要发展强大必须得有“有文化”，牛肉面的传承必须要做成文化“面”，创新也必须要接“地气”，才能更好地传承国粹餐饮文化。

正如《人民日报》评论员文章《从一碗面，看40年变迁》中所说的精辟论述：“这碗面本就有丰富文化内涵，是亟待开发的富矿……破解消费升级的密码，传统文化不失为一把金钥匙。”