



3·15 聚焦

今年,中国消费者协会提出的消费者维权年主题为“共筑满意消费”,进一步强调了以提升消费体验为目标,强化消费维权,普及消费知识。在“3·15”国际消费者权益日到来之际,各地市场监管部门联合知名品牌企业,持续深化消费者普法教育宣传活动,致力于为消费者营造更加满意的消费环境,全面提升消费体验。

守护权益同筑消费和谐 凝聚力量共创美好未来

作为全球红牛品牌及“红牛”商标的创始者和所有者,天丝集团深知提升消费体验、筑牢消费信任对于企业和品牌发展的重要性。近年来,天丝集团积极响应消费者诉求,通过司法诉讼、刑事打击和行政执法多管齐下,严厉打击假冒伪劣产品,坚决抵制侵权违法行为,在捍卫正品权益的同时,以实际行动保护消费者的合法权益,同时,天丝集团在行业内积极发挥知产保护的带头作用,通过与全国食品、饮料、酒类企业携手推行行业共治,共同致力于为广大消费者营造一个公正、安全、有序的消费环境。

以司法为剑

保护知识产权、优化营商环境、提振消费信心

近年来,我国高度重视知识产权保护,通过加强立法、司法、执法、宣传等多方面的探索与实践,全面提升知识产权保护水平,为我国经济社会发展注入新动力。也为推进科技创新、建设创新型国家提供有力保障。

在知识产权司法保护领域,2020年12月21日,最高人民法院对“红牛商标权属纠纷案”的终审判决,明确了红牛系列商标归属天丝集团所有。2024年7月,最高人民法院对红牛维他命饮料有限公司(以下简称“红牛合资公司”)股东资格案的终审判决,确认了泰国天丝集团许氏家族是泰国红牛控股股东和注册在中国的红牛合资公司控股股东的事实,同时明确了红牛合资公司的经营期限为20年(1998年9月30日至2018年9月29日届满)。这两个里程碑式的司法判决,彰显了我国司法体系对强化知识产权保护的坚定立场,更为优化营商环境、提振消费信心注入了强大的法治动力,同时也进一步强调了平等保护中外商标权利人合法权益,全力推动我国经济增长和高质量发展。

此外,自2016年以来,天丝集团针对由华彬集团实际控制的“红牛合资公司”,及其违法授权的华彬集团生产工厂、代加工厂、销售公司等主体,生产、销售“红牛维生素功能饮料”的违法行为,发起了一系列的商标侵权及不正当竞争的诉讼。截至2025年2月,浙江省高级人民法院、黑龙江省高级人民法院、吉林省高级人民法院、广东省广州市天河区人民法院、福建省福州市中级人民法院在红牛系列诉讼案的一审判决中均一致判定,“红牛合资公司”及华彬集团体系生产工厂、代工厂、销售公司等主体生产、销售“红牛维生素功能饮料”的行为构成商标侵权,判决其立即停止商标侵权及不正当竞争行为,并立即停止使用含有“红牛”字样的企业字号。相关诉讼案件的一审判赔额已累计近6亿元人民币。

在前述司法案件审理、宣判过程中,节节败退的华彬集团突然于2019年声称找到了一份只有签名但未加盖任何签署主体公章的所谓“50年协议”复印件,并以此为依据在全国多地法院提起诉讼,企图依据该协议主张相关权利,然而最高人民法院以及多个地方法院已陆续在红牛侵权纠纷案件中拒绝采纳其主张。2025年1月23日,广东省深圳市中级人民法院二审裁定撤销深圳市前海合作区人民法院作出的对“50年协议”部分条款效力进行认定的(2019)粤0391民初725号一审判决,并将案件发回重审。本次二审裁定推翻了错误的一审判决,这对于在商标侵权诉讼中已经不断失利的华彬集团来说,无疑是雪上加霜。

与此同时,为华彬集团代工“红牛维生素功能饮料”产品,并常年为华彬集团供应红牛罐、盖等生产包材的奥瑞金体系公司,其在生产环节的违法涉案金额已达数十亿元人民币。截至目前,奥瑞金科技股份有限公司、北京奥瑞金包装容器有限公司、辽宁奥瑞金食品工业有限公司、湖北奥瑞金饮料工业有限公司已先后被湖北省武汉市中级人民法院、北京市知识产权法院、北京市东城区人民法院一审判决认定上述主体生产“红牛维生素功能饮料”构成商标侵权,并已累计判赔天丝公司经济损失及合理维权支出5000余万元人民币。这一系列判决充分体现了我国司法在保护知识产权方面的惩戒力度,通过切断侵权产业链的上游关键环节,从根本上遏制假冒侵权商品流入中、下游消费市场,充分保护了广大消费者的消费安全。

司法保护的利剑出击,体现了我国对知识产权保护的坚定决心,也为消费者提供了识别正品、保障消费安全的法律保障。天丝集团在积极维护正品、打击侵权方面的积极行动,有效阻隔了假冒伪劣商品对消费者的潜在侵害,从根源上捍卫了消费者的知情权与自主选择权,进一步提升了消费者对正品红牛的信任度和消费安全感。



目前,天丝集团在中国大陆地区合法授权的正品红牛饮料共有四款,分别为:经典风味的红牛®维生素风味饮料、保健功能的红牛®维生素牛磺酸饮料、0糖果味的红牛®维生素能量饮料,以及在中国大陆地区首发的瓶装新品——红牛®能量饮料。

“四无商品”红牛维生素功能饮料(共两款)



以执法为盾

深化执法协同、严打假冒伪劣、提升消费体验

保护知识产权、提升消费体验不仅依赖于司法裁决,同时更需要市场端的执法力度与普法教育。司法保护与行政监管应协同并行,共同打击假冒侵权行为,共筑消费和谐。鉴于此,天丝集团在30余年深耕中国市场的进程中,不断加强与市场监管执法部门的协作,共同打击假冒侵权的山寨红牛产品。有效保护了消费者的正当权益,并持续致力于提升消费体验。

近年来,天丝集团全力配合全国各级市场监督管理部门,在全国范围内针对由“红牛维他命饮料有限公司”出品的,由华彬集团体系生产工厂、销售公司及奥瑞金代工企业生产、销售的“红牛维生素功能饮料”开展了系列专项执法行动。截至2025年2月底,全国各地市场监管执法部门已责令立即下架、强制查扣“红牛维生素功能饮料”超100万箱。2019年,天丝集团的打假案例入选了公安部与市场监管总局共同发布的“整治食品安全问题联合行动十大典型案例”,涉案总货值达两亿元人民币。

2020—2024年,全国多地市场监管部门相继发布风险告诫和行政提示:“现市场上销售的‘红牛维生素功能饮料’未经天丝医药保健有限公司授权生产,系侵权产品。经销此商品

构成商标侵权及不正当竞争等违法行为。”特告诫各商超经营者:立即停止销售侵权商品“红牛维生素功能饮料”,如继续销售该商品,行政机关将依法从重查处。并提示各经营者在经营相关产品时应履行好进货查验及索票索证义务,以免承担商标侵权的法律责任。据不完全统计,自2020年以来,全国各地市场监管部门针对销售“红牛维生素功能饮料”的侵权违法行为,已作出风险提示、行政告诫、责令改正、行政处罚等各类执法文书多达8000余份。其中,仅2024年就开具约1300份行政执法文书,责令下架、停止销售“红牛维生素功能饮料”侵权商品约10万箱。

截至目前,京东、淘宝、天猫、抖音、微信、快手等全国性电商平台,已陆续下架、关停山寨侵权红牛销售链接万余条。近年来,永辉、大润发、家乐福、华润万家、中国石油昆仑好客、中国石化易捷、罗森等众多的全国性连锁商超、连锁便利系统也纷纷下架、停售由华彬集团生产、销售的“红牛维生素功能饮料”。通过市场监管部门的协同保护与行业共治,有力维护了企业的声誉与品牌形象,同时也有力保护了消费者的合法权益。

天丝集团自1993年在海南建立首家红牛工厂以来,始终

深耕中国市场。在中国持续高水平对外开放的大背景下,参与进博会的近五年来,天丝集团持续在华投资达43.6亿元人民币,涵盖了红牛生产基地建设和商业运营能力的全面提升,持续深化红牛在华业务。

2020年,天丝集团公布了未来三年将在华投资10.6亿元的计划,用于在中国设立新代表处、深化在华合作伙伴战略关系等。2022年3月,天丝集团总投资20亿元,在四川内江建设天丝集团红牛饮料(四川)生产基地,项目首期已于2023年12月宣布投产。该项目成为2022年四川省外商直接投资(FDI)到资额最大的食品饮料类外资项目,被视为川泰经贸合作的典范。2023年7月,总投资13亿元的天丝集团红牛饮料广西东盟经开区生产基地项目正式开工,项目建成后将成为天丝集团联通中国与东盟市场的重要支点,也是天丝集团持续加码中国的重要体现。

“共筑满意消费”不仅是政策导向,更是企业与消费者的共同愿景。天丝集团将以司法为剑,以执法为盾,继续配合各级司法、公安、市监部门以及同行业公司,构建多维度的食品安全网络。严打假冒伪劣,筑牢消费信任;共筑满意消费,共创和谐未来。