■“郑恺在宁波新开的火锅店被指抄袭”后续

双方和解 火凤祥会将雷同设计撤下

晚报快评：明星做生意，可别当甩手掌柜哦

此前，闹得沸沸扬扬的宁波火凤祥火锅涉嫌“抄袭”吼堂老火锅的事件有了最新进展。昨日，记者获悉，双方已经就此事达成了和解。

7月19日

“郑恺火锅店抄袭”的话题登上微博热搜首位。

7月19日下午

在网络舆论沸腾许久后，郑恺旗下的火锅店发布声明。称如结果显示存在侵权，将承担相应责任并第一时间进行整改。

随后郑恺本人也在个人微博转发该声明，表示“如有侵权，立即整改，绝不姑息”。

7月19日

《人民法院报》发布了《餐饮店装修与他人高度相似，是否侵权?》一文，以“‘椰妹’商标侵权及不正当竞争案”为例进行解读。

文章在“法官说案”章节中表示，“在现代商业活动中，市场经营者使用的商标、商品名称、包装、装潢等商业标识等均可能具有识别商品或服务来源的功能，即使经营者使用的商标不足以造成市场混淆，但如果其使用的装潢等与他人有一定影响的装潢等构成相同或者近似，亦可构成不正当竞争。”

7月26日晚间

火凤祥发声明，确认店内装修存在部分设计借鉴了吼堂老火锅的设计思想和理念。

记者 毛雷君 制图 张靖宇

吼堂和火凤祥的设计对比。

最新进展

火凤祥和吼堂双方达成和解

7月26日晚间，火凤祥宁波品牌管理有限公司发表声明称：近几日，经过和吼堂老火锅团队的积极沟通，确认火凤祥宁波店内装修存在部分设计借鉴了吼堂老火锅的设计思想和理念，并对吼堂老火锅深表歉意。并且将相关部分陈设全部撤下，已经对此加强监督，杜绝此类事件再次发生。郑恺先生只是品牌掌柜并非经营决策人。将在以后在加强原创方面和鉴别能力，希望社会各界监督指导。

而同一天，吼堂老火锅也发表了声明，声明称郑恺火锅店经营团队飞赴成都，与其进行了有效沟通，表达歉意并承诺对相关问题进行整改，并已发道歉声明，己方非常认可对方团队积极处理问题的态度。该品牌火锅店透露，经过沟通了解后才得知，郑恺并非火锅店的实际决策人，而在此次事件解决过程中，郑恺的沟通协调起到了非常积极有效的作用，对于舆论对郑恺造成的负面影响深感遗憾。

此后，郑恺的个人微博也第一时间转发了这两份声明。随后该事件成为新浪微博热搜第一名。

昨日上午，记者联系上了火凤祥宁波品牌管理有限公司相关负责人。该负责人表示，目前事件已经得到了相对圆满的解决，他们不便于发表过多的言论。

该负责人告诉记者，这个事件对他们的经营并没有造成过多的影响，每天的客流量还是很多。“针对网上有人说这个属于网络炒作，我们并不认同这个说法，还是坚持口味和品质，让事实来告诉大家吧。”最后，该负责人告诉记者。

专家表示

结果双赢，没必要走法律程序

宁波的知识产权保护专家孙佳恩认为，在吼堂老火锅能够举证证明拥有著作权的前提下，火凤祥有涉嫌著作权侵权的风险，但是目前双方已经和解解决，火凤祥已修改装修、陈设、美术作品与文字等，法律风险已经很低。如果吼堂老火锅再诉诸法院，人民法院审理时间较长，判赔金额会较低，显得毫无意义，而火凤祥目前的举动，会获得消费者的理解，有利于提升火凤祥的品牌形象，有利于火凤祥未来品牌布局。

“虽然此次事件引发了网络热议，但是现在看来结局还是比较理想的，双方都得到了自己想要的结果。”孙佳恩表示，知识产权保护目前在我国还处于相对比较初级的阶段，希望通过这个事情让更多商家提高自我保护意识，也对净化整个市场起到一定的借鉴意义。

事件回放>>>

郑恺新开的火锅店被指抄袭

日前，明星郑恺在鄞州区钱湖天地新开了一家名为“火凤祥”的火锅店，开业首日一桌难求。但是随即有一家名为“吼堂”的火锅店发文，指责郑恺抄袭，很快，该事件成为微博热搜榜第一名。

这篇名为《尊重原创，拒绝抄袭！吼堂老火锅致郑恺先生的一封信》的文章由吼堂老火锅创始团队发表，文章称：“火凤祥”与吼堂老火锅有着高度相似，无论是设计风格、装修细节，还是各种软装，乃至产品的装盘，几乎都是一模一样，达到了令人难以置信的相似。

网友热议

–嗜睡的小猫：为啥明星总爱开火锅店，有没有开奶茶店的。

人心难医：营销团队满分好评。

可：原来我一家都不认识，但他们这么一搞，我知道有这么两家店，可是钱包不允许我去，这波炒作可以，三赢局面。

水丽净水器：也相当于郑恺为这家火锅店做了一场“事件营销”，商业场上的事情，未必就非得你死我活，寻求最大结合点，双方可接受即完美。

津生金视：和气生财，这也算是一种解决方法了。但是还要对这种侵犯原创的行为大胆说不！

晚报快评

明星做生意 可别当甩手掌柜哦

可能是明星太忙，但凡涉及自家生意上的事情，出了事大都声称自个儿“不知情”。这不，这次宁波火凤祥火锅被指“抄袭”吼堂老火锅，尽管双方已达成和解，但双方和解书上均明明白白地声明：郑恺先生只是品牌掌柜并非经营决策人。言下之意，如果是经营决策人，我郑某人肯定不会这么干！

可是，既然做了品牌掌柜，这事就注定与郑大明星脱不了干系。谁让你当甩手掌柜呢？吼堂老火锅在声明中表示：在此次事件解决过程中，郑恺的沟通协调起到了非常积极有效的作用，对于舆论对郑恺造成的负面影响深感遗憾。我实在想不出吼堂老火锅有啥好遗憾的？郑恺出面沟通协调那完全分内事，无论影响是“负”是“正”，何遗憾之有？侵权就是侵权，该担责就该担责，依我看，别说是“深遗憾”，“浅遗憾”也不必有。

还有，这事让我看到二条：一是明星赚钱只要依法就没毛病，但再忙也别当甩手掌柜，对于扯着自己名号的生意多少也得盯着点，等出了事再声称不知情，那可就被动了。当然，还有一种情况，明明知情，出事后却声称不知情，那就是明显“有毛病”了；二是这类事件经常被指有“炒作”的嫌疑，如果真有某一方向另一方“碰瓷”甚至互相“碰瓷”赚取流量，那么，成功营销的背后就是严重的不厚道。不厚道的店家、不厚道的明星，是要招人嫌的，晓得伐？不过，最好是没这回事，是吃瓜群众想多了。

胡晓新