

Sanrio



社长寄语



衷心感谢各位长期以来对三丽鸥的各项活动的理解与热情支持。我们所倡导的企业理念“人人和睦相处”，正通过以 HELLO KITTY（凯蒂猫）为代表的众多卡通角色向全世界传递笑容与感动。对三丽鸥而言，这些卡通角色与设计是将此理念具象化、温暖连接人们心灵的无价之宝。我们深知，守护这份宝藏并将其价值传承至未来，是我们最为重要的责任与使命。

三丽鸥的卡通角色深受全球喜爱，然而令人遗憾的是，侵权商品及不当使用行为至今仍未得到充分遏制。对此，我们正积极与国内外执法机关等相关部门携手合作，在线上线下多措并举，采取坚决有力的应对措施。此外，三丽鸥已引入运用最新 AI 技术的侵权商品监控与处置系统，以提高应对速度和增强处置效果。这些措施均已被列为三丽鸥中长期经营计划的重要项目，未来将持续推进并不断完善。我们认为，这是为了确保广大粉丝能够安心体验三丽鸥世界观而不可或缺的活动。

此外，我们所理解的知识产权保护，绝不仅限于查处侵权商品，宣传推广同样是不可或缺的重要活动。我们将通过积极传播旗下卡通角色的故事，展现正版产品所蕴含的品质魅力与设计价值，来持续强化与广大粉丝的情感纽带。我深信，让公众真正理解并认同三丽鸥品牌，才是保护知识产权最为有力之道。

三丽鸥承诺，今后将继续悉心呵护卡通角色这一珍贵宝藏，为全世界带来更多笑容与欢乐。敬请各位一如既往地给予支持与喜爱。

三丽鸥股份有限公司 社长兼首席执行官
辻朋邦

三丽鸥的知识产权保护活动

现有举措

1. 全球业务拓展的基石：知识产权体系的构建

作为支撑三丽鸥业务拓展的基石，我们始终致力于在主要市场广泛布局，打造商标矩阵，构建具有战略意义的知识产权体系。

2. 与粉丝共同守护：知识产权宣传及交流活动

我们在主要市场持续开展知识产权宣传活动，并与广大粉丝携手，共同推进提升知识产权保护意识的交流活动。

3. AI 赋能线上侵权商品对策创新

通过引入应用 AI 技术的系统，我们建立了一套能够监测并打击电商平台及社交媒体上侵权商品的高效机制。相较于以往，侵权人的手段不断呈现出新的变化，而该应对机制能够动态适配、精准应对这些新的侵权手段，使预防、打击效率得到大幅提升。

4. 通过多方协作机制进行维权

我们与世界多个国家和地区的海关、执法机关等相关部门紧密合作，持续开展从边境防控到查处打击的各项维权行动。通过切断侵权商品的供应源头，将其彻底从市场中清除。

5. 卡通角色抢注的对抗之战：恶意商标注册申请的对策与成果

为阻止他人恶意申请的商标获得注册，我们建立了严密的监控体系，充分利用异议申请、无效宣告申请及撤销连续三年不使用注册商标申请等法律程序，坚决遏制恶意商标注册。

6. 知名品牌地位的确立：获得商标知名度的认可

在主要市场，我们已有多件注册商标依各个国家和地区的法律制度被认定为驰名商标。基于这些认定成果，我们得以享有比普通商标权更广泛的保护，从而能够更强有力地行使权利。

7. 知识产权活动成果：行业认可与社会荣誉

在商标权的有效运用、知识产权保护、以及知识产权管理体系与全球战略等领域，我们获得了行业与社会的广泛认可，并荣获了多个荣誉奖项。我们将这些认可转化为动力，致力于推动知识产权活动向更高层次发展。

未来展望

自 20 世纪 70 年代起，三丽鸥便将知识产权保护与运用作为事业的根基，在长达半个世纪的发展历程中深耕不辍，持续积累与完善。今后，我们也将继续恪守这一基本方针，并为应对瞬息万变的商业环境，持续推进战略层面的优化，特别是通过进一步拓展 AI 技术的应用，我们将能更为迅速和高效地打击侵权人日益狡猾的侵权行为。在全球战略方面，我们并非单纯地增加实施侵权对策的地理区域，而是会综合评估业务成长潜力、恶意注册与侵权商品风险、各司法辖区的法律制度等多重因素，在优先级较高的市场构建稳固的知识产权防线，同时深化与执法机关等相关部门的合作，强化多方协同的权利保护机制。此外，我们还将运用定量与定性指标，将侵权商品查处成果、权利取得状况及经济效益等多个指标进行可视化呈现，从而清晰展示知识产权活动在提升企业价值方面所发挥的作用。未来，三丽鸥将一如既往地秉承“人人和睦相处”的企业理念，全力投入知识产权保护工作，持续向广大消费者传递正品的价值。

01

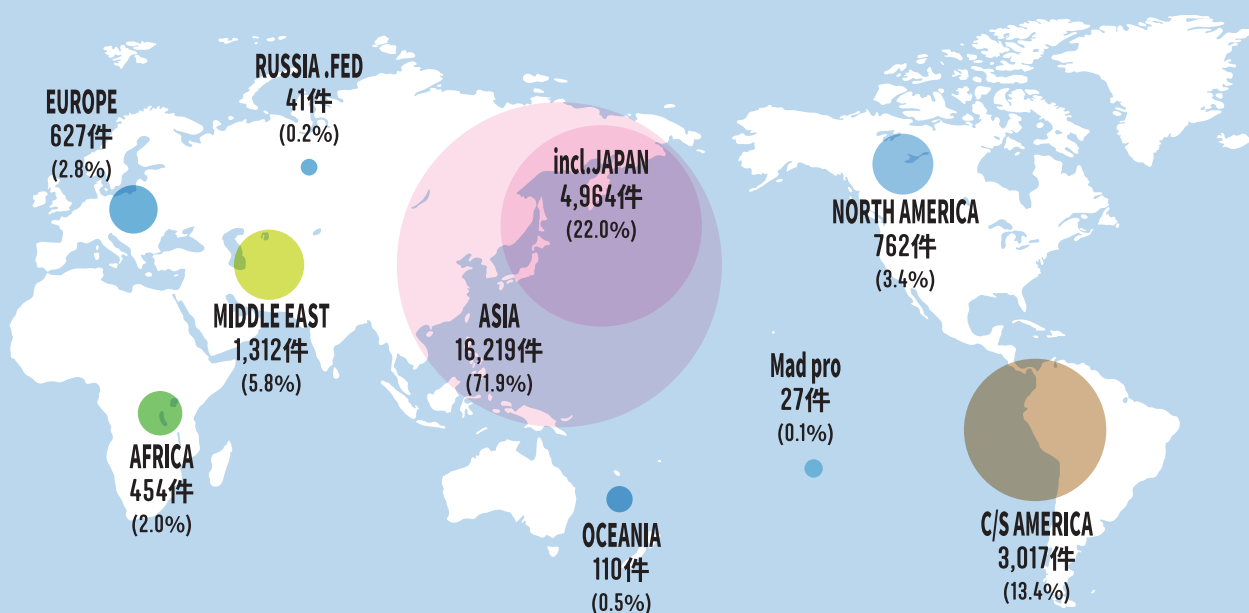
全球业务拓展的基石

知识产权体系的构建

三丽鸥自主开发了以 HELLO KITTY（凯蒂猫）为代表的**四百五十多个**卡通角色，除了在全球销售卡通角色商品外，还授权多家企业将卡通角色应用于各种商品开发、广告宣传、空间设计及内容服务等领域。

构建具有显著规模优势的全球保护网

三丽鸥始终坚持在业务拓展前积极对商标权等知识产权进行前期布局。通过这一具有前瞻性的战略，我们快速进入了新兴市场、顺利推进了商品化进程，并为全球的粉丝们构建了能够放心购买商品、安心享受服务的环境。



商标注册
国家和地区数量

超过 **150** 个

全球注册商标
持有总量

23,114 件

截至 2025 年 12 月 1 日的统计数据

知识产权宣传及交流活动

三丽鸥的卡通角色是温暖心灵、连接人与人之间情感的重要载体。为守护这一世界观，让广大粉丝能够安心获得情绪体验，我们将在与粉丝携手的同时，与执法机关等相关部门紧密协作，为知识产权保护竭尽全力。

三丽鸥举措 —— 「主动型知识产权保护策略」

为什么知识产权宣传属于主动策略

三丽鸥所倡导的“主动型知识产权保护策略”并非单纯以清除侵权商品、打击侵权人为目的的强硬应对措施。

我们坚信，扩大知识产权宣传的受众范围，让更多人了解知识产权保护，这本身正是根植于“人人和睦相处”的企业理念而形成的独属于三丽鸥的主动策略。

我们将知识产权保护定位为“交流”活动

三丽鸥知识产权保护交流聚焦于“粉丝”与“执法机关”两大核心对象。一方面，通过积极传播卡通角色的魅力，激发广大粉丝“想要守护”的情感共鸣与价值认同；另一方面，通过迅速向执法机关报告侵权线索，加强信息共享，以推动多方协作的高效品牌保护行动，有效遏制侵权行为的发生。



02 与粉丝共同守护

知识产权宣传及交流活动

三丽鸥认为，知识产权保护不应仅仅被视为是应对侵权商品的举措，还应将其视为一项旨在守护“KAWAII”这一企业核心价值的活动。这些活动基于“人人和睦相处”的企业理念及“One World, Connecting Smiles.”的新愿景，致力于与粉丝建立“情感纽带”，提供“治愈”体验，并承载着我们的社会责任。

沟通理念

守护三丽鸥伙伴与三丽鸥卡通角色

守护・支持・未来

Sanrio values authenticity
Protecting the smiles of our characters and fans



Dear friends, express your love for your favourite Sanrio characters by choosing authentic products!
We are committed to protecting our brand through intellectual property rights protection.
This will ensure Sanrio characters keep spreading joy for generations to come!
Every choice made safeguards our community, builds trust, nurtures happiness, and fosters heartfelt connections.

© 2023 SANRIO CO., LTD.

英语

三丽鸥用行动守护正版
让微笑 在守护中绽放



选择正版，是对未来的粉丝群体及角色的一种爱的表现。
为了让各位珍贵的三丽鸥小伙伴们能受到大家长久的喜爱，
我们也将通过知识产权保护措施来守护市场上的正版。
您的每一次选择，都将成为今后推动微笑及信任的力量。

© 2023 SANRIO CO., LTD.

中文

ซานริโอชวนสนับสนุน
สินค้าลิขสิทธิ์
รักการรอยยิ้มของเหล่าตัวละครและแฟน ๆ



สวัสดีครับ ๆ! เราขอสนับสนุนเหล่าแฟน ๆ ของซานริโอให้เลือกซื้อสินค้าลิขสิทธิ์แท้และ
เราขอปกป้องแบรนด์ของเรา ผ่านการปกป้อง และ ดูแลลิขสิทธิ์ในเชิงกฎหมายเพื่อให้ความบันเทิงและรอยยิ้มของเรา
ส่งต่อมายังคนรุ่นต่อไปได้อย่างปลอดภัย!
ทุกการเลือกสินค้าลิขสิทธิ์ คือการปกป้องตัวละครรักของเรา สร้างความเชื่อมั่น ความสุข และสายสัมพันธ์ที่อบอุ่นจากใจ!

© 2023 SANRIO CO., LTD.

泰语

Sanrio menghargai
nilai-nilai autentisitas
Menjaga keceriaan senyuman para karakter dan penggemar kami



Dear teman-teman, tunjukkan rasa cinta kepada karakter Sanrio favoritmu dengan memilih produk asli dari Sanrio!
Kami berkomitmen untuk melindungi brand kami melalui perlindungan hak kekayaan intelektual.
Komitmen ini memastikan agar karakter Sanrio dapat terus menyebarkan kebahagiaan dari generasi ke generasi!
Setiap pilihan yang diambil turut membantu menjaga komunitas kita, membangun kepercayaan,
menumbuhkan kebahagiaan, dan mendorong terciptanya ikatan tulus yang penuh makna.

© 2023 SANRIO CO., LTD.

印尼语

知识产权宣传及交流活动



首次尝试开展大规模的宣传活动

2024 至 2025 年间，三丽鸥首次尝试在中国及东南亚地区相继开展了大规模的知识产权宣传活动。这是一项开创性举措，将知识产权保护行动转化为了“提升品牌价值的战略传播”。

与主流媒体的合作（中国）

在中国市场，除投放广告之外，三丽鸥还与 CCTV（中国中央电视台）、新华网等合作开展了推广活动，通过主流媒体这一发声渠道，三丽鸥将对于知识产权保护的真诚态度和坚定决心清晰地传达给了消费者。

装点街头的大规模视觉推广活动（东南亚）

在东南亚市场，三丽鸥将知识产权保护信息铺设于消费者目所能及的多个场所，包括机场、车站、地铁车厢内部以及街头的大型电子屏等。

此次宣传活动的立意，远不止于简单的“警惕侵权商品”的警示，而是着力传递一种积极正向的理念 -- “选择正版三丽鸥产品，就是表达对这些卡通角色的喜爱”。我们希望以此在粉丝及消费者中激发广泛的情感共鸣与价值认同。



02 与粉丝共同守护

知识产权宣传及交流活动

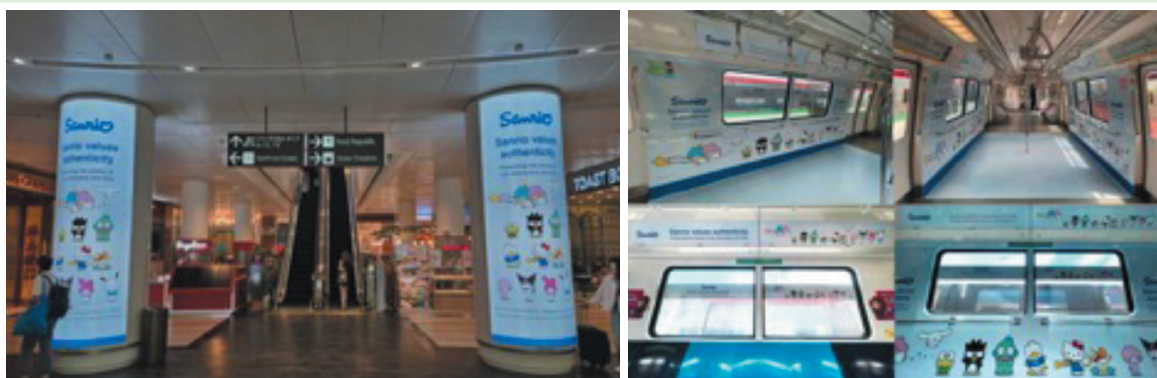
交通广告 · 户外广告（东南亚）

开展情况

在侵权商品影响较大、同时也是业务拓展重点的东南亚市场，我们通过投放高辨识度的交通广告与户外广告（OOH）开展了大规模宣传活动。

交通广告（新加坡）

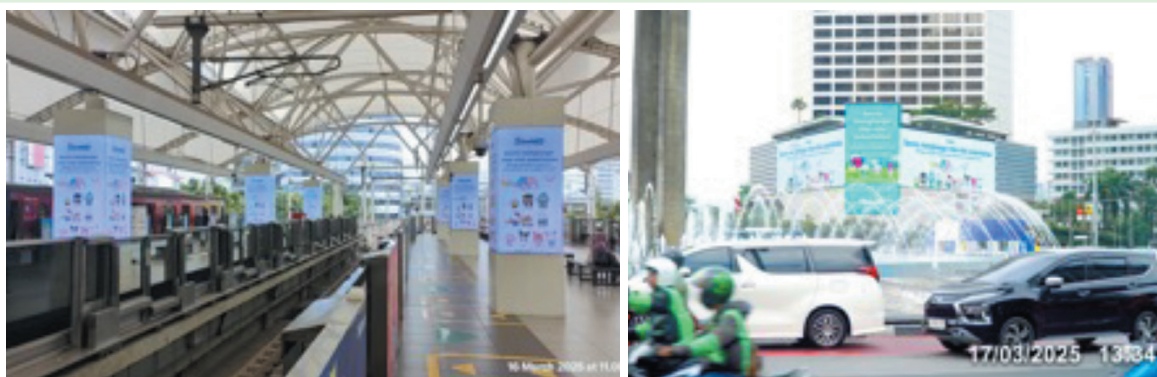
投放期间：2025 年 3 月



累计流量：**1,220 万人**

户外广告（印度尼西亚）

投放期间：2025 年 3 月



累计流量：**723.1 万人**

02 与粉丝共同守护

知识产权宣传及交流活动

中国中央电视台节目播出（中国 / 节目中）

三丽鸥就其知识产权保护举措接受了专访，相关专访视频已在中央电视台财经频道和中文国际频道播出，该节目的播出向市场传递了三丽鸥强化知识产权保护举措的决心，有效增强了对侵权商品的威慑力。

播出日期：2025 年 3 月 22 日（CCTV2《第一时间》）

2025 年 3 月 24 日（CCTV4《中国新闻》）



来源：央视网

累计曝光量：**2,524 万**

02 与粉丝共同守护

知识产权宣传及交流活动



新华网（中国 / 论坛与直播、座谈会、访谈）

开展情况

三丽鸥在中央重点门户网站“新华网”主办的“中外企业品牌知识产权维护”在线论坛交流活动中发表了主题演讲，详细分享了其在中国市场的知识产权保护实践经验、品牌保护策略以及取得的成果。

此外，三丽鸥还积极参与了“新华网”知识产权座谈会，并接受了其采访邀约，就三丽鸥在知识产权领域的独特理念与保护方针，向外界广泛传递了三丽鸥坚定不移的立场与态度。

开展时间：2025 年 2 月 20 日 ~



来源：新华网

累计曝光量：**435.2 万**

知识产权宣传及交流活动

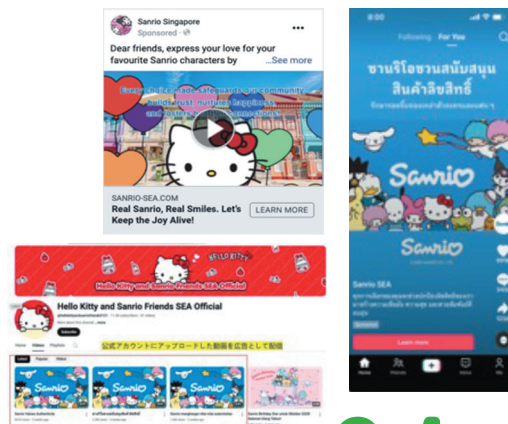
为构建长期的品牌信任，三丽鸥持续通过各类媒体开展日常宣传活动。这些活动已成为提高市场知识产权意识的重要基础。

权利声明（中国）



2025 年在《中华商标杂志》和《中国市场监管报》发布权利声明。

社交媒体广告（东南亚·中国）



累计曝光量：约2.4亿

访谈刊载与转载（中国）

在官方媒体上，法务部部长接受专访，助力提升品牌形象。

环球网、光明网、中国网、新民周刊
四家媒体的专访内容被

113 家媒体转载。



主要刊登媒体

光明网	中讯网	大粤日报	金融报道网
新浪网APP	华声在线	广东快报网	都市在线
新浪网	中国网	深圳资讯网	上海新闻热线
光明云媒APP	中华网	热点新闻网	法律在线
企业观察报	新华在线	环球网	第一法制网
商业日报网	商业观察网	环球网APP	中财网
新闻网	南方新闻网	网易	新民周刊
商业头条网	华夏报道网	新浪APP	大湘新闻网
大众焦点网	企业财经新闻	网易号APP	湖南商报网
华夏快报网	东方早报网	喜马拉雅APP	成都在线
华声晨报	中国法律商务网	成都都市报	华夏晚报
资讯中国	腾讯网	杭州新闻时报	财经产业网
上海视窗	新浪看点	宁波都市圈	今日浙江网
商业经济网	上海财经网	今日头条	今报在线
封面资讯网	广发证券易淘金APP	广州商报	白鹿网
新闻视角网	一点资讯	广东新闻时报	上海资讯网
中华商业网	环球时报APP	商业中国网	法制头条
焦点视界网	凤凰网深圳	财经新闻	中国法制网
湖南晚报	新闻快讯网	中国商业网	中国商业报道
长沙日报	南方企业新闻网	财经中国	华夏资讯网
上游新闻四川	中国城市新闻网	上海新闻时报	中国前沿观察网
融媒浙江	热搜中国网	上海时报	品牌资讯网
浙江时报	财经快报网		

AI赋能线上侵权商品对策创新

为加强侵权商品应对措施以及优化业务流程，三丽鸥于 2024 年引入了一套新的管理系统。

新的管理系统并非是将全部判断与处理任务交由 AI 全权负责的完全的自动化机制，而是一种将中国、欧洲和美国等主要市场的专业分析师与 AI 技术有机结合的“Human-in-the-Loop”方法。AI 负责对海量在线市场数据进行高速而广泛的分析，高效监测出疑似侵权商品及上架动向。与此同时，以三丽鸥法务部门为核心，联合熟悉各地区市场特性、语言及销售惯例的分析师团队，共同对 AI 的监测结果进行审核甄别、判定优先级，制定复杂案件的应对策略，并将日常运营中积累的经验总结与处理结果反馈至系统，从而能够持续改进监测算法、优化流程，构建可以持续提升系统整体精确度与效率的机制。

在这种混合模式下，我们将三丽鸥法务部门多年来在打击侵权商品中所积累的专业知识及独有的技术诀窍，融入系统设计核心；同时，将对历史案例的分析意见和侵权模式的研究成果赋能 AI，使其学习相关数据与监测逻辑，从而灵活、快速地应对不法商家不断变化的侵权手法和手段。

制定新对策的必要性

三丽鸥针对全球电商平台的侵权商品对策始于 2000 年代，即在非常早期的阶段，三丽鸥便开展了针对网络销售平台知识产权侵权的投诉维权实践。然而，随着近年来线上电商的迅猛发展，侵权商品的流通渠道和销售手法正日趋复杂化和隐蔽化。传统应对措施主要聚焦于发现疑似侵权的商品，并对其进行删除投诉，这一“事后处置”模式已不能满足线上侵权对策的需求。此外，即使成功删除了部分侵权商品，新的侵权商品仍不断涌现，维权效果也难以得到有效量化的评估。基于以上情况，三丽鸥决定积极利用最新 AI 技术，构建全新的应对机制。与此同时，也正因为三丽鸥的卡通角色深受全球粉丝的喜爱，才需要更先进、高效的保护措施。

AI赋能线上侵权商品对策创新

自 2024 年 8 月引进最新 AI 技术以来，三丽鸥的品牌保护取得了显著成效。

39 个平台下架件数：**168,522**

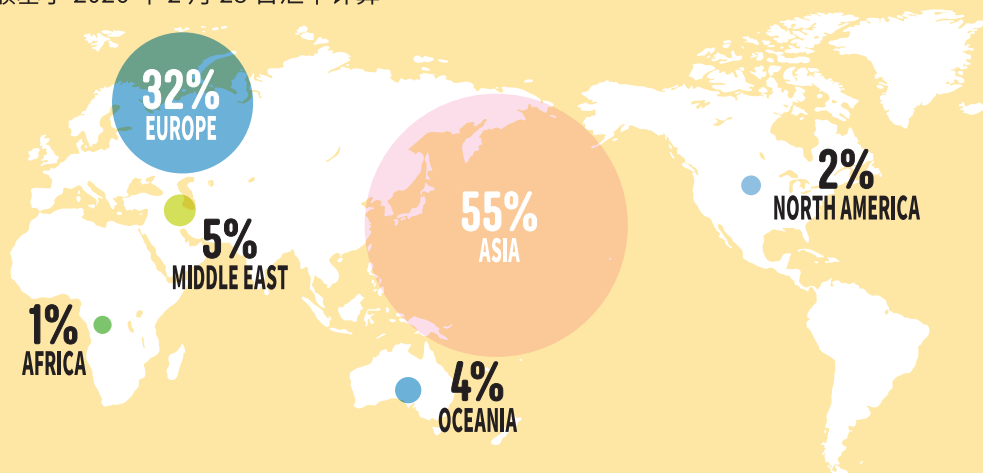
下架商品数量：**540 万件**

下架库存总额：**31 亿 3,300 万日元**
(相当于 20,078,000 美元。)

※ 2024 年 8 月至 2025 年 10 月的统计数据

※ 库存上限数量乘以各商品价格的总和

※ 金额基于 2026 年 2 月 28 日汇率计算



在引入新系统的初期阶段，我们将侵权问题尤为严重、同时也是重要市场的亚洲地区（中国、韩国、东南亚各国）及欧洲地区列为了优先重点区域，并采取了集中性的措施。未来，我们将在持续完善针对这些优先重点区域已有措施的基础上，逐步将范围扩大至同样存在侵权商品流通的非洲及中南美等国家和地区。随着 AI 技术的不断革新，监测精准度与能力预计将进一步提升，我们将以实现全球范围内的侵权商品均可进行线上投诉与下架为目标，持续推进相关工作。

通过多方协作机制行使权利

作为三丽鸥全球知识产权保护体系的核心，我们正与**约 70 个国家和地区** 的海关、公安以及具有执法权的行政机关等执法部门紧密协作，推进战略性的知识产权保护措施。

4.1 边境执法

三丽鸥已在约 70 个国家和地区的主要港口、机场及海关建立了协作机制，致力于通过与各海关的紧密配合，阻断侵权商品的跨境流通。

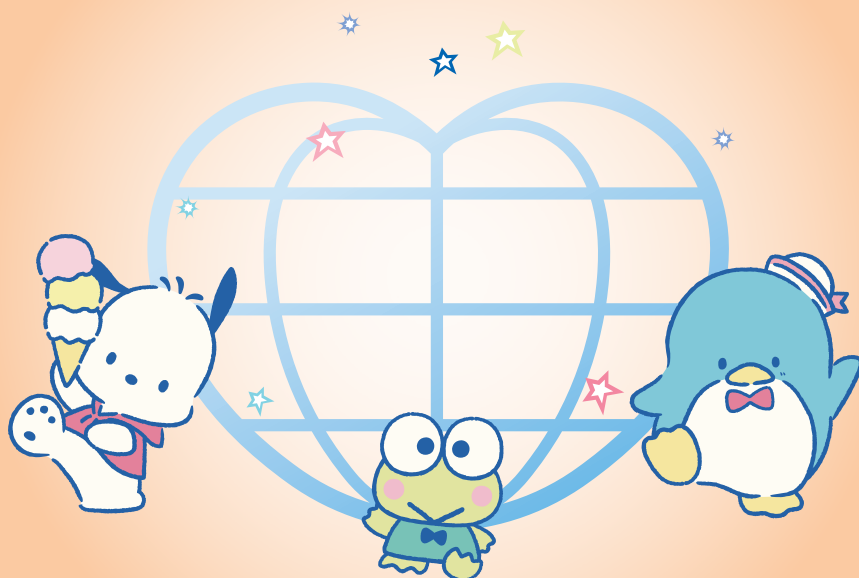
海关边境扣留措施

通过在重点海关实施知识产权海关备案，构筑海关扣押的执法基础。

海关专项沟通项目

针对侵权商品流通集中的重点区域，与海关工作人员进行专项沟通和宣传，着力提升其真伪鉴定能力，实现扣押效率的最大化。

基于三丽鸥与海关协作构建的全面执法体系，三丽鸥的知识产权能够在**全球法律保护网络**中获得更坚实的保障。



4.2 侵权商品生产集聚区域及批发零售商的查处行动

三丽鸥在全球约 70 个国家和地区与当地执法机关保持紧密合作，持续推进遏制侵权商品流通的多项举措。我们开展了多维度的线下行动，包括对疑似生产侵权商品的工厂实施现场突击检查，对侵权批发商及零售店铺采取警告措施，以及在必要时开展查处行动等。

三丽鸥知识产权战略的特点在于，我们的目标并非是单纯地扩大实施侵权对策的国家和地区范围，而是通过多维度分析各市场状况，实现资源的战略性分配。具体而言，三丽鸥会综合评估业务成长潜力、市场规模、侵权商品流通风险、当地法律制度及知识产权保护执行状况、与行政机关开展合作的可能性等多重因素。在此基础上，针对被判定为优先级较高的市场，重点投入人力及预算等资源，以构建能实现最大效果的运营体系。基于以上战略方针，三丽鸥得以在全球范围内系统、高效地推进侵权对策。

近年来，侵权商品生产集聚区域的动向也呈现出新变化。以往侵权商品生产多集中于特定区域，但随着打击力度的加大及国际知识产权保护协作的发展，侵权商品的生产正呈现出向多地区分散转移的“扩散型”趋势。为应对此类形势变化，三丽鸥进一步加强与各执法机关的合作，持续实施覆盖生产至市场流通全环节的监控；同时，我们协助执法部门开展查处行动，通过扣押侵权商品、阻断流通渠道等措施，全力推进侵权商品的打击工作。



执法机关查处的侵权商品



4.2 侵权商品生产集聚区域及批发零售商的查处行动

【典型案例 1】

行政机关集中查处侵权商品

2025 年 8 月，中国湖南省株洲市市场监督管理综合行政执法支队根据三丽鸥提供的前期线索，出动 20 余名执法人员，对辖区内 5 家企业同步开展现场检查。

本案系针对童装生产商擅自使用三丽鸥的“HELLO KITTY（凯蒂猫）”、“MY MELODY（美乐蒂）”等卡通角色商标的专项查处行动。

此次株洲市查处案例表明，如今的执法行动已不局限于侵权商品制造集中的特定区域，而是在全国范围内广泛展开。



4.2 侵权商品生产集聚区域及批发零售商的查处行动

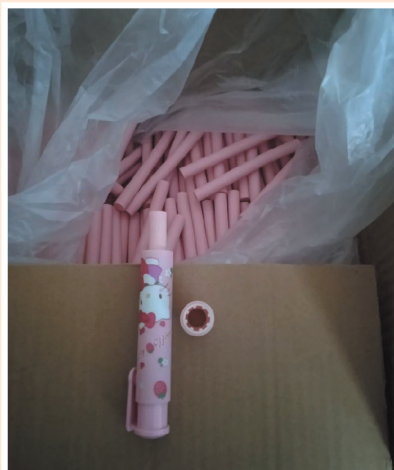
【典型案例 2】

打击侵权刑事犯罪

2024 年，三丽鸥通过市场调查发现了大量商标权侵权证据，向中国公安机关报案。公安机关收到报案后迅速展开调查，调查结束后对侵权商家实施了强制搜查，查获约 39 万件文具类侵权商品。随后，侵权商家因销售假冒注册商标的商品罪被提起公诉，最终其被判处有期徒刑并处罚金。

该案例是一个具有重要意义的典型案例，充分表明执法力度不限于行政机关的查处：对于性质恶劣的侵权行为，公安机关亦可将其作为刑事案件立案，对最终对侵权人处以刑事处罚。

2021 年《刑法修正案（十一）》已将侵犯知识产权的最高刑罚由有期徒刑 7 年上调至 10 年，有望进一步强化侵权震慑效果。

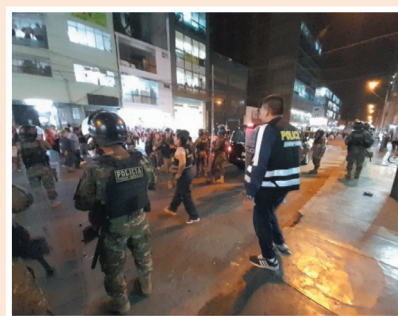




4.2 侵权商品生产集聚区域及批发零售商的查处行动

【典型案例 3】

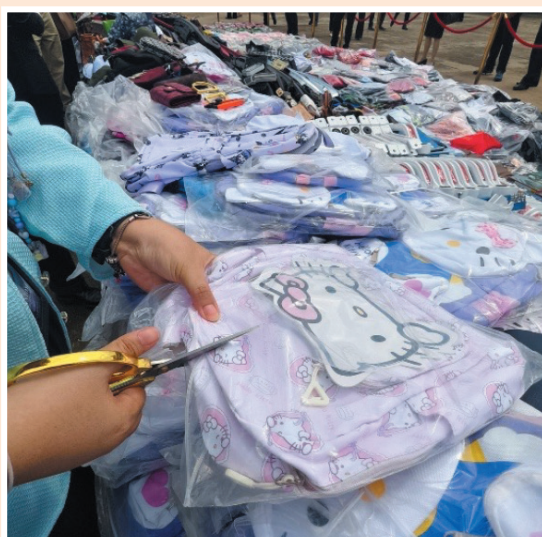
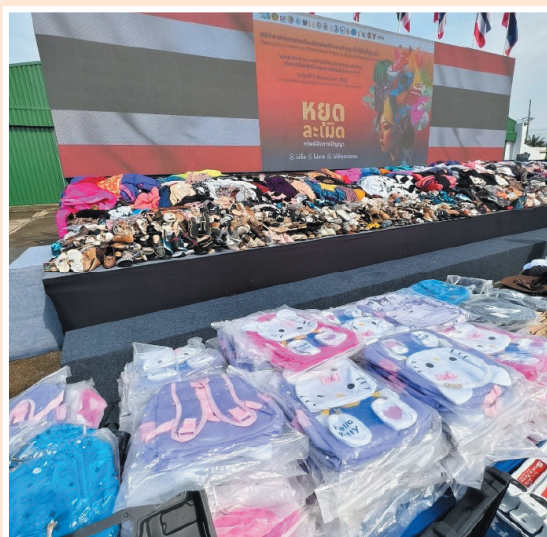
利马知识产权警察刑事查处行动



三丽鸥在存在侵权商品制造与流通的众多国家和地区均与当地执法机关联合开展查处行动。本案系 2025 年 4 月与秘鲁警方协作，针对服装类侵权商品销售商实施的刑事打击行动。

【典型案例 4】

泰国侵权商品销毁活动



2025 年 9 月由泰国知识产权厅（DIP）实施的侵权商品销毁活动的现场。

05 卡通角色抢注的对抗之战

恶意商标注册申请的对策与成果

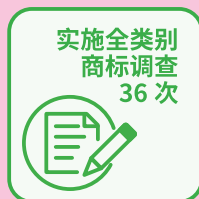
全球监控体系的构建

三丽鸥已建立一套全面的监控体系，持续监控与三丽鸥自有知识产权近似的第三方申请商标。通过这一全球性的监控网络，我们能够及时发现针对三丽鸥卡通角色的侵权线索，实现快速响应。

商标监控的战略功能与作用

- 防止品牌价值稀释
- 强化既有权利的权利基础及排他性
- 降低品牌重塑及业务谈判成本

中国监控规模：**每周监控数万件**以上以上商标



截至 2025 年 12 月

我们也在将中国的成果与经验应用于强化其他重点市场的监控体系。

什么是恶意商标注册申请

恶意商标注册申请是指第三方出于不正当目的，利用他人商标尚未注册之机加以抢注，或通过模仿他人商标、抢先提出申请、企图据为己有的行为。

以下是三丽鸥通过异议申请或无效宣告申请成功阻止的恶意商标注册申请的案例节选。

图形近似		
文字近似	kuluomi	Pochakoko
要素近似		

05 卡通角色抢注的对抗之战

恶意商标注册申请的对策与成果



法律应对措施的全球布局

三丽鸥基于不同国家和地区的实际情况和法律制度差异，选择适当的、符合各法域法律规定的维权手段，制定最优的应对方案。

三丽鸥通过采用提起异议申请及无效宣告申请 / 撤销连续三年不使用注册商标申请等方式，高效应对恶意注册并坚定地维护自身权利。



数据成果展示

中国大陆地区阻止恶意注册取得的成果，彰显了三丽鸥全球知识产权保护战略的有效性。

异议申请案件

申请件数 **592 件**
成立件数 **447 件**
胜 率 **75.51%**

无效宣告请求案件

请求件数 **152 件**
成立件数 **137 件**
胜 率 **90.13%**

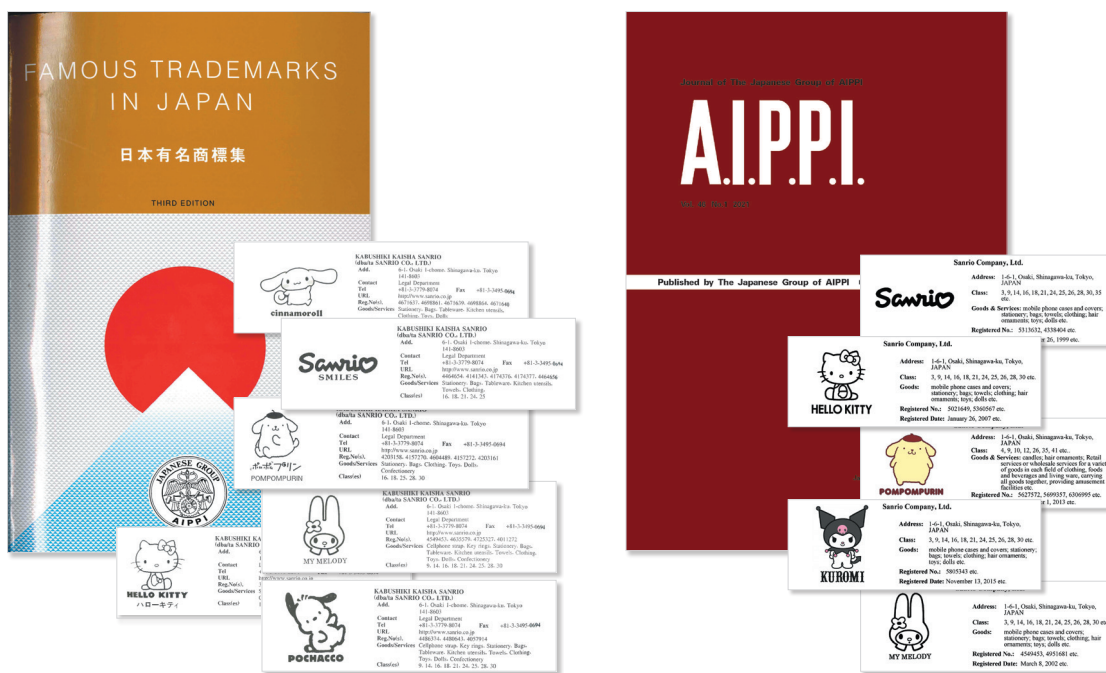
(2014 年 1 月至 2025 年 12 月期间的案件数据)

我们采取法律应对措施的案件超过 700 件，并保持着高成功率，这切实捍卫了三丽鸥的知识产权。

06 知名品牌地位的确立

获得商标知名度的认可

根据多个国家和地区的相关法律商标法的不同规定，知名商标可获得一定的强化保护或者受到主管行政机关的重点保护等。三丽鸥的部分商标已在日本注册为防御商标，同时收录于《日本著名商标集》。



《日本著名商标集》收录的我司部分商标（AIPPI・JAPAN 2004, 2021）



防御商标注册证（日本）

06 知名品牌地位的确立

获得商标知名度的认可

除日本外，三丽鸥商标早在 1999 年便已入选中国《全国重点商标保护名录》，其后相继被中国各地《重点商标保护名录》收录，获得了更全面的保护。此外，三丽鸥商标还在韩国被收录于《主要被盗用商标资料集》并获得重点保护。在知名度认定方面，我们已经取得诸多成果。



中国《全国重点商标保护名录》(旧标识)
1999 年 原国家工商局商标局

《重点商标保护名录》是指中国行政机关将经认定具有较高知名度的商标正式登记入册的一套商标清单。商标入选该名录，即意味着其拥有了与其知名度相称的法律保护地位。中国最高人民法院发布的指导意见亦明确，入选该名录可作为法院认定商标知名度的参考依据，该意见对强化顶级品牌商标保护具有至关重要的意义。



中国地方《重点商标保护名录》
2020 年 上海市知识产权局
2024 年 上海市浦东新区知识产权局
北京商标协会
2025 年 浙江省市场监督管理局(浙江省知识产权局)
上海市浦东新区知识产权局



《主要被盗用商标资料集》韩国专利厅 2024 年

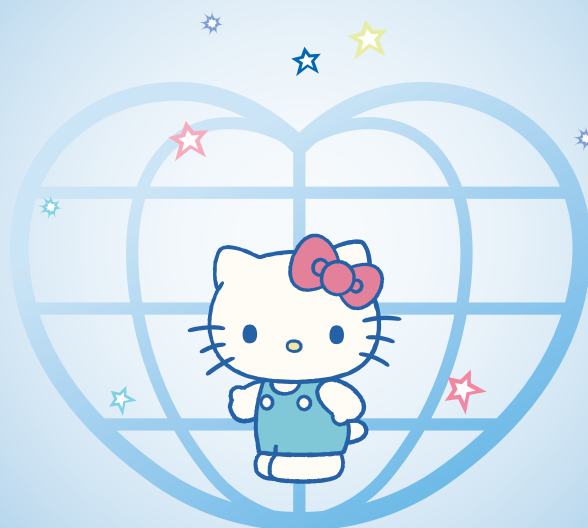
	상표 제510751호	키홀더, 장식핀, 장신구류, 시계, 벨트
	상표 제482587호	완구류, 장난감류, 인형류, 골프용품류
	상표 제492995호	헤어장식, 헤어핀, 헤어밴드
	상표 제493917호	키홀더, 장식핀, 장신구류, 시계류
	상표 제497017호	완구류, 장난감류
	상표 제498030호	헤어장식, 헤어핀, 헤어밴드
	상표 제476007호	키홀더, 귀걸이, 반지, 장식핀, 장난감, 의류, 갑 등
	상표 제776820호	키홀더, 장식핀, 장신구류, 시계, 벨트
	상표 제779747호	완구류, 장난감류, 인형류, 골프용품류
	상표 제776822호	헤어장식, 헤어핀, 헤어밴드
	상표 제493914호	키홀더, 장식핀, 장신구류, 시계류
	상표 제497020호	완구류, 장난감류
	상표 제498035호	헤어장식, 헤어핀, 헤어밴드
	상표 제581536호	장신구류, 장식핀, 향, 목걸이

行业认可与社会荣誉

卡通角色累计收入全球排行榜

排名	IP	累计收入（美元）
1	其他卡通角色	1,470 亿美元
2	凯蒂猫 (Hello Kitty)	890 亿美元
3	其他卡通角色	760 亿美元
4	其他卡通角色	740 亿美元
5	其他卡通角色	380 亿美元

来源：Fandom（Ultimate Pop Culture Wiki）截至 2024 年 4 月



行业认可与社会荣誉



LICENSING EXPO CHINA

卓越商业价值 IP 奖：三丽鸥家族

年度娱乐媒体授权 IP 奖：三丽鸥家族



卓越商业价值 IP 奖
LICENSING EXPO CHINA
2023 · 2024

年度娱乐媒体授权 IP 奖
LICENSING EXPO CHINA
2025



知识产权保护金盾奖（中国 2025 年）

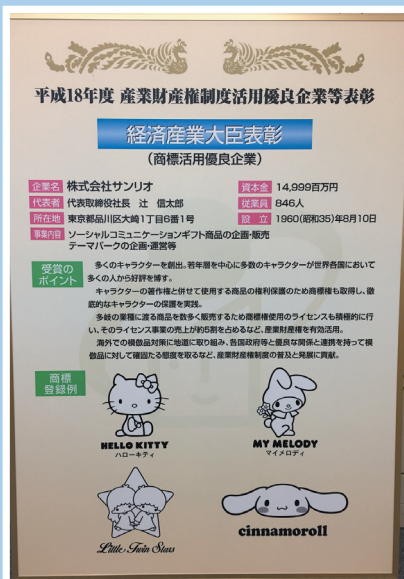


获奖亮点

三丽鸥公司作为全球知名的卡通形象创造者，始终将知识产权保护作为企业发展的核心战略之一。自 20 世纪 80 年代进入中国市场以来，三丽鸥通过积极的商标注册战略，将卡通角色插图作为图形商标、卡通角色名称作为文字商标进行注册，确保了品牌在中国市场的法律保护。

截至 2024 年 12 月，三丽鸥名下已有 4562 件有效的注册商标。同时，针对恶意商标申请，三丽鸥在过去十余年中成功处理了 707 件相关案件，异议和无效宣告的胜率分别达到 73.3% 和 90.2%。这些数据充分证明了三丽鸥在中国商标法制框架下应对措施的高效性。

日本经济产业大臣表彰 商标运用优秀企业



获奖亮点

- ◎创作众多卡通角色。众多卡通角色以年轻群体为主要受众，在世界各地广受好评。在保护卡通角色著作权的同时，为保障周边商品的权益亦注册了商标权，全面落实角色的全方位保护。
- ◎在多个行业领域广泛销售多类商品，积极开展商标权授权许可业务，其授权业务的销售额约占总销售额的五成，实现了工业所有权的有效利用。
- ◎在海外扎实开展仿冒品应对工作，与多国执法机关等建立良好合作关系，对仿冒品采取坚决遏制的态度，为工业所有权制度的普及与推广作出贡献。

日本文化厅长官特别表彰

辻信太郎

(三丽鸥公司创始人 名誉会长)

日本文化厅长官表彰内容

您作为三丽鸥公司创始人，多年来在拓展卡通角色业务过程中，为著作权保护的普及教育作出了重大贡献。特此表彰功绩。

获奖亮点

作为三丽鸥创始人，多年来在国内外开展以“HELLO KITTY（凯蒂猫）”为代表的卡通角色授权业务，期间在海外侵权对策方面不遗余力，为2020、2021年度实施的凯蒂猫著作权宣传大使活动作出重要贡献。



08 知识产权体系的核心

人气角色介绍

01



HELLO KITTY 凯蒂猫

诞生于英国伦敦郊区。
身高是 5 个苹果，体重是 3 个苹果。
是一个开朗又温柔的小女孩。最喜欢烤饼干和弹钢琴，
梦想成为钢琴演奏家或者大诗人。擅长科目是音乐和英语。
最喜欢的食物是妈妈做的苹果派。
与双胞胎妹妹咪咪的感情特别好。

02



MY MELODY 美乐蒂

率真又开朗、非常爱护她的弟弟。奶奶亲手缝制的小红帽是她的宝物。
喜欢和母亲一起烤制曲奇饼干。
最喜欢的食物是杏仁磅蛋糕。
梦想是成为糕点师。

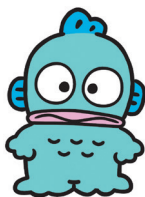
03



LITTLE TWIN STARS 双子星

诞生于梦幻星云关怀星球的双胞胎。
为了成为更加明亮的星星，他们从遥远的星之国度到来。
姐姐拉拉比较胆小且有些爱哭。
最爱绘画写诗，特长是烹饪。
弟弟奇奇好奇心旺盛，有些急性子还有些顽皮。
最爱钓星星和发明创造。特长是用背上的星星飞行。

04



HANGYODON 半鱼人汉顿

出生在中国神秘海域的半鱼人，擅长逗笑别人。
但事实上是个怕寂寞的浪漫主义者。
一直想要成为英雄，但不知为何不太顺利。
喜欢中式凉面、虾味仙贝、火锅和温泉。
和章鱼小百合是好朋友。特技是逗人发笑。
兴趣是收集半鱼人周边。

05



POCHACCO 帕恰狗

因其圆滚滚的身材而得名。
好奇心旺盛，有些冒失，又有一点点爱管闲事。
他是喜欢绕道散步的小狗男孩。
出生在软绵绵城郊外的黄莺小巷。
身高和 4 大杯他最爱吃的香蕉冰激凌一样。
体重则是相当于 3 根软绵绵城田野中的胡萝卜。
喜欢红花草，朋友多到数不清。

08 知识产权体系的核心

人气角色介绍

06



BAD BADTZ-MARU 酷企鹅

喜欢恶作剧、脾气有点别扭的企鹅男孩。爱吃银座的高级寿司和酥脆拉面。爸爸虽然面相凶恶但超级乐观，妈妈是热衷教育的虎妈。喜欢收集反派明星的小卡。未来的梦想是当公司的大老板。虽然看上去有些乖戾，但其实是个不错的家伙？

07



POMPOMPURIN 布丁狗

是以戴着咖啡色贝雷帽为特征的金毛犬男孩。他性格悠闲，最喜爱的词汇是“出去玩”，最讨厌的词语是“看家”。爱好是收集鞋子。会把主人爸爸的皮鞋、妈妈的凉鞋等，单只地偷偷藏起来。喜欢牛奶、软乎乎的东西和妈妈做的布丁。特长是睡午觉和布丁狗体操，还有和谁都能马上变成好朋友。梦想是将来长得更加高大。主人姐姐家门厅里摆放的布丁狗篮是他的家。

08



CINNAMOROLL 大耳狗

遥远天空的白云之上诞生了一位白色小狗男孩。有一天，在喜拿咖啡馆工作的大姐姐发现了从天空中轻飘飘飞来的大耳狗，就此开始与之一起生活。因为大耳狗卷曲的尾巴就像是肉桂卷（Cinnamon Roll）一样，大姐姐为他起名“喜拿”（Cinnamoroll），现在是咖啡厅招牌犬。特技是扑扇大耳朵飞翔。性情温顺却格外亲人，偶尔会在客人膝头酣然入睡。

09



KUROMI 酷洛米

自称是美乐蒂的宿敌。虽然看起来大大咧咧，但其实特别有少女情怀？！超~喜欢帅气的人。魅力点是黑色头巾和粉色骷髅。爱好是写日记。最近还迷上了恋爱小说。喜欢的颜色是黑色。喜欢的食物是鳗头。她的小弟巴库能载着酷洛米在空中飞翔，忍耐力极强，即使遭受酷洛米捉弄也从不气馁。他正努力让全世界都变成酷洛米的主场！

SANRIO INTELLECTUAL PROPERTY REPORT

