



SHANGBIAO JIUFEN ANLI JIEXI

商标纠纷案例解析

这些案例极具代表性和典型性。这些案例的争议焦点囊括了商标实践中涉及的方方面面问题。通过对典型案例进行评析，从不同商标案件的个性中抽提出其共性，进而厘清商标制度中的一些基本问题，推动未来商标实践的完善和发展。

程永顺 韩元牧 吴莉娟◇著

商标的价值
源自使用

人民法院出版社

013034278

D923.435

17

SHANGBIAO JIUFEN ANLI JIEXI

商标纠纷案例解析

程永顺 韩元牧 吴莉娟◇著



北航

C1641582

人民法院出版社

D923.435

17

图书在版编目 (CIP) 数据

商标纠纷案例解析/程永顺,韩元牧,吴莉娟著.
—北京:人民法院出版社,2013.4
ISBN 978-7-5109-0677-0

I. ①商… II. ①程… ②韩… ③吴… III. ①商标法
—民事纠纷—审判—案例—中国 IV. ①D923.435

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 066450 号

商标纠纷案例解析

程永顺 韩元牧 吴莉娟 著

责任编辑 陈燕华
出版发行 人民法院出版社
地 址 北京市东城区东交民巷 27 号 (100745)
电 话 (010) 67550583 (责任编辑) 67550558 (发行部查询)
67550550 67550538 (发行部销售)
网 址 <http://www.courtbook.com.cn>
E-mail courtpress@sohu.com
印 刷 三河市国英印务有限公司
经 销 新华书店

开 本 787×1092 毫米 1/16
字 数 280 千字
印 张 16.5
版 次 2013 年 4 月第 1 版 2013 年 4 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5109-0677-0
定 价 38.00 元

版权所有 侵权必究

前 言

自 1982 年《商标法》颁行以来，中国现行知识产权制度已经走过了 30 年的历程。作为中国现行知识产权制度的“先锋”，商标制度与专利制度一样，在立法层面上，经历了逐渐完善的过程；在执行层面上，经历了不断探索提高的过程。可以说，当前，包括商标制度在内的中国知识产权法律制度本身已经基本符合了国际公约、条约的要求。与之相对的是，随着科技、经济的飞速发展，人们对知识产权认识的不断深化，在法律实施中，特别是商标实践中，经常出现由于法律条文规定不清，界定不明，或者由于对法律的理解存在偏颇，执法过于机械等原因导致的种种问题。这些问题最终导致商标案件的处理结果可能偏离了《商标法》的立法原意，既损害了正当权益人的利益，又造成了不良的社会影响和社会效果。

有鉴于此，我们认为，商标制度中的一些基本问题亟待厘清，诸如：到底什么是商标？什么是商标使用？什么是商标侵权？商标的功能和作用是什么？商标的价值从何而来？驰名商标的立法本意是什么？……时值《商标法》第三次修改之际，我们整理了近几年商标实践中出现的一些典型案例，有针对性地作了分析和评述，阐明了作者的一些观点，希望能借此对《商标法》的基本问题作出解答，并借以推进商标制度的完善。

本次精选的商标案例共 25 件。这些案例的特点在于：

第一，这些案例争议较大，社会影响也较大。我们希望，通过对这些商标案例进行深层次的评析，探寻争议的根源。若争议源自立法中存在的模糊或缺失，则希望能借此次《商标法》修改之力，予以完善；若争议源自对法律理解的偏颇，则希望能通过司法解释或相关文件予以澄清；若争议源自实践操作存在的误差，则希望能借相关评析和解读在一定程度上予以“拨乱反正”。

第二，这些案例极具代表性和典型性。这些案例的争议焦点囊括了商标实践中涉及的方方面面问题。尽管商标侵权或商标确权过程中对事实的认定依据是“个案认定”原则，但我们认为，在法律适用上，商标制度的基础和基本的判断标准、判定原则应该是相对统一的。通过对典型案例进行评析，我们希望能从不同商标案件的个性中抽提出其共性，进而厘清商标制度中的一些基本问题，推动未来商标实践的完善和发展。

第三，这些案例均是基于相关行政机关和法院裁决所认定的事实进行评析，我们力求尽可能展现案件事实，务求使相关评析更加公正、客观。这些案例大多已经过法院一审、二审，甚至再审程序而结案，但不论结果如何，我们对这些案例中引发争论的问题进行了重新反思，从多层面、多角度对其进行思考，以为总结经验、汲取教训、完善立法作出微薄努力。

需要说明的是，对这些案例的评析，吸收了许多专家、学者的观点。他们之间观点的碰撞恰恰反映了案件本身的争议。

当然，我们的案例评析与解读也未尽完美，我们希望，这些评析能起到抛砖引玉的作用，能够引发读者对商标相关问题的思考，并能推进商标制度的完善。

程永顺

2013年3月

目 录

商标行政纠纷

1. 伊兰德有限公司诉商标评审委员会商标驳回复审行政纠纷案………… (3)
2. 劲牌有限公司诉商标评审委员会商标驳回复审行政纠纷案………… (9)
3. “Freudenberg” 商标异议复审行政纠纷案 …………… (17)
4. 内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司诉商标评审委员会商标异议复审
行政纠纷案…………… (28)
5. 广州市番禺区万声达电子电器厂诉商标评审委员会商标异议复审
行政纠纷案…………… (44)
6. 绿都控股集团有限公司诉商标评审委员会商标异议复审行政
纠纷案…………… (53)
7. 四川省三花茶叶有限公司诉商标评审委员会商标异议复审行政
纠纷案…………… (60)
8. 广东伟雄集团有限公司与商标评审委员会商标异议复审行政
纠纷案…………… (67)
9. 舒英公司诉商标评审委员会商标争议行政纠纷案…………… (76)
10. 天喔食品 (集团) 有限公司诉商标评审委员会商标争议行政
纠纷案 …………… (89)
11. 雨果博斯商标管理有限公司诉商标评审委员会商标争议行政
纠纷案 …………… (97)
12. 山东良子自然健身研究院有限公司诉商标评审委员会商标争议行政

- 纠纷案 (112)
13. 路华公司诉商标评审委员会商标争议行政纠纷案 (123)
14. 李隆丰诉商标评审委员会商标争议行政纠纷案 (134)
15. 浙江占士邦服饰有限公司诉商标评审委员会商标撤销行政
纠纷案 (143)
16. 广州市晖琳美容保健品商贸有限公司诉商标局商标行政纠纷案 ... (151)

商标民事纠纷

1. 上海三联（集团）有限公司、上海三联（集团）有限公司
吴良材眼镜公司诉苏州市吴良材眼镜有限责任公司、苏州市
吴良材眼镜有限责任公司观前店、吴林泉、周彩珍侵犯注册
商标专用权及不正当竞争纠纷案 (161)
2. 苏州市双马机电有限公司诉上海双手机电有限公司侵犯注册商标
专用权纠纷案 (175)
3. 河南省正龙食品有限公司诉四川白家食品有限公司、河南省四邻
百货有限公司侵犯注册商标专用权纠纷案 (186)
4. 赵杰峰诉李忠杰、佛山市南海嘉美时代照明有限公司、佛山市南海
谢边嘉美灯饰电器厂侵犯注册商标专用权纠纷案 (194)
5. 阿迪达斯有限公司诉黎淦琼、广州康威集团体育用品股份有限公司、
广州康威集团有限公司侵犯注册商标专用权纠纷案 (205)
6. 精工爱普生株式会社诉深圳市诺昕壹科技有限公司、东莞市
凤岗联沃打印机耗材厂侵犯注册商标专用权纠纷案 (217)
7. 株式会社京滨诉福建省友力化油器有限公司等侵犯注册商标专用权
及著作权纠纷案 (229)
8. 开平味事达调味品有限公司诉雀巢产品有限公司请求确认不侵犯
注册商标专用权纠纷案 (241)

商标刑事纠纷

- 重庆久本机电有限公司及甘建等涉嫌假冒注册商标罪案 (251)

[商标行政纠纷]

1. 伊兰德有限公司诉商标评审委员会 商标驳回复审行政纠纷案

原 告：伊兰德有限公司（简称“伊兰德公司”）

被 告：商标评审委员会

诉讼一

案 由：商标异议行政纠纷

一审法院：北京市第一中级人民法院（2009）一中知行初字第 915 号

诉讼二

案 由：商标驳回复审行政纠纷

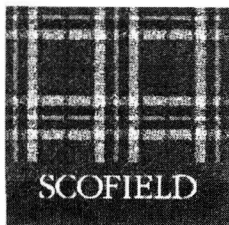
一审法院：北京市第一中级人民法院（2009）一中知行初字第 916 号

一、基本案情

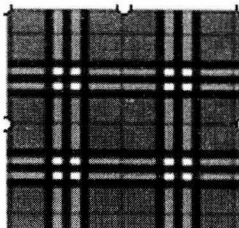
2004 年 8 月 27 日，伊兰德公司就第 4241211 号“SCOFIELD 及图”（以下简称“第 4241211 号商标”）向商标局提出了在第 18 类“手提包；公文包；钱包；书包；海滨浴场用手提袋；手提箱；旅行用大衣箱；伞”等商品上的商标注册申请。同日，伊兰德公司还就第 4241210 号“SCOFIELD 及图”商标（以下简称“第 4241210 号商标”）向商标局提出了在第 25 类“游泳衣；带兜帽的运动夹克；及膝裤子；童装；牛仔裤；内衣裤；T 恤衫；睡衣裙；浴袍；袜；帽子（头戴）；服装带；鞋”等商品上的商标注册申请。第 4241211 号商标和第 4241210 号商标（以下统称“申请商标”）图案相同，均由图形及字母组成，其中字母为金黄色的英文“SCOFIELD”，其图形部分以深红褐色为底色，并以黑色边框线条分隔成有规律排列的格子图案。申请商标的颜色属于该商标指定保护范围。

第 G732879 号图形商标（以下简称“引证商标”）由 BURBERRY LIM-

ITED 在中国申请领土延伸保护并获得批准,其优先权日期为 2000 年 3 月 15 日,其国际注册日期为 2000 年 4 月 25 日。引证商标指定使用在国际分类第 18 类“行李物品;箱子;书包;旅行袋;手提箱;手包;钱夹;钱包;背包”等商品上。引证商标为图形商标,其以浅绿色为底色,并被深棕色和红色线条分割成有规律的格子图案。引证商标的颜色属于其指定保护的



被异议商标：第 4241210、4241211 号
“SCOFIELD 及图”



引证商标：G732879 号图形

2008 年 1 月 15 日,商标局经过审查,作出 ZC4241211BH1 号商标部分驳回通知书,以第 4241211 号商标的图形部分与引证商标近似为由驳回了申请商标的注册申请。2008 年 2 月 19 日,商标局经过审查作出 ZC4241210BH1 号商标部分驳回通知书,该通知书以第 4241210 号商标的图形部分与引证商标近似为由驳回了申请商标除“游泳衣”外在其他商品上的注册申请。

伊兰德公司不服商标局的前述两个驳回决定,以申请商标的图形部分不是其显著的构成元素、引证商标缺乏显著性、申请商标与引证商标不近似为由向商标评审委员会申请复审。

2008 年 10 月 27 日,商标评审委员会经过审查作出商评字 [2008] 第 22113 号《关于第 4241211 号“SCOFIELD 及图”商标驳回复审决定》(以下简称“第 22113 号决定”)和商评字 [2008] 第 22107 号《关于第 4241210 号“SCOFIELD 及图”商标驳回复审决定》(以下简称“第 22107 号决定”),认定申请商标与引证商标在构成要素、整体外观、视觉效果相近,且都属于两商标显著性较强的部分,分别使用在书包等同一种或类似商品上,消费者不易区分。两商标已构成使用在同一种或类似商品上的近似商标。商标评审委员会依据《商标法》第二十八条的规定,对申请商标予以驳回。

伊兰德公司不服商标评审委员会作出的第 22113 号决定和第 22107 号决定(以下统称“被诉决定”),向北京市第一中级人民法院提起行政诉讼。

原告诉称：(1) 被诉决定对申请商标与引证商标相近似的判断属于认定事实错误，申请商标与引证商标并不构成混淆性相似。申请商标由文字“SCOFIELD”和图形以及颜色构成，引证商标仅仅由图形与颜色构成，二者构成要素不同。第申请商标的主要部分是“SCOFIELD”，而引证商标的主要部分是图形和颜色相结合的整体，两商标主体部分有天壤之别，没有任何相似之处。申请商标的主要和显著部分是文字“SCOFIELD”，该文字是原告独创的臆造词，具有独特性和显著性，再加上申请商标的主要部分是咖啡色（接近深红色的咖啡色）、粉色和黑色的条纹相互交织构成的格子图形作为衬底，因此，申请商标的显著性非常高，其独特的构思和构成要素使其能够区别于引证商标。引证商标没有任何特点，是一个没有独创性的普通图案。引证商标如果没有黄色、红色、白色和黑色的颜色搭配，其格子没有任何显著性。而引证商标的颜色搭配，也是其区别于申请商标的一个重要因素。综上，施以一般的注意力对上述商标的整体和局部进行对比并考虑到申请商标的显著性和独创性，公众足以将申请商标与引证商标区分开来，二者不是《商标法》第二十八条规定的相同或者近似商标。(2) 申请商标从2002年开始就在市场上使用至今，在实际使用中从未发生过任何消费者的误认，也没有与引证商标产生过任何混淆。(3) 同行业中的许多公司都使用过类似格子的图案，说明引证商标的格子图案本身没有显著性，不能被某个公司或者个人垄断使用。据此请求一审法院判决撤销被诉决定。

庭审中原告表示对被诉决定的行政程序没有异议，同时表示对于申请商标指定使用的商品与引证商标指定使用的商品构成类似商品没有异议。商标评审委员会当庭明确承认引证商标的颜色属于该商标保护的范围。

北京市第一中级人民法院经审理，于2009年11月20日作出（2009）一中知行初字第915号和（2009）一中知行初字第916号行政判决，认为：针对庭审中原告对被诉决定中明确表示无异议的内容，经审查，对其合法性一审法院予以确认。申请商标和引证商标的图形部分均由被线条分隔成格子图案的图形所构成，两商标均指定保护颜色。组成两商标图形部分的底色、线条的构成颜色均不相同，二者在视觉效果上有较大差异，两商标被不同颜色线条所分隔而成的格子图案在视觉上亦有明显区别，且申请商标除图形外，还存在英文“SCOFIELD”，亦区别于引证商标。因此，相关公众施以一般注意力足以区分申请商标和引证商标，二者并存于市场不会造成相关公众的混淆和误认。被诉决定认定申请商标与引证商标构成近似商标的事实依

据不足，应予撤销。原告提出的申请商标与引证商标不近似的诉讼理由具有事实依据，予以支持。据此判决撤销商标评审委员会第 22113 号和第 22107 号决定。

二、案例评析

本案中，申请商标与引证商标并不构成近似商标，其主要理由是：申请商标与引证商标虽然指定使用在类似产品上，但是，两商标存在以下区别：（1）申请商标与引证商标所指定的颜色不同。申请商标指定使用的颜色是红色和黑色，而引证商标指定使用的颜色是红色、驼色、黑色和白色。特别是大面积的底色，两个商标颜色不靠近，区别很明显，很突出。而各个颜色组合在一起差别也很大。（2）申请商标与引证商标的格子排列不同。申请商标和引证商标在格子的设计、分隔上存在不同。（3）申请商标有文字，引证商标没有文字。在图形的显著性较弱的情况下，更应考虑文字。两商标的设计构成区别是很明显的，因而，两商标含义是不同的，效果也是不同的。所以，两个商标整体观察具有较大区别：一个是纯图形商标，另一个是文字图形结合商标；两个商标的图形部分都是显著性很弱的商标图形，对于图形部分的排他性，应严格限定保护指定颜色的范围，从整体上比较不构成近似，不会造成混淆，因此，在先商标不应影响伊兰德公司的文字图形组合的商标注册。

（一）关于商标异议程序中，判定“商标近似”的一般标准和方法问题

在商标异议程序中，判定商标是否近似也应以相关公众的一般注意力为标准。申请商标和引证商标要整体上进行比较，通过要素对比判定两个商标是否近似。

在商标异议程序中，判定“商标近似”应当考虑引证商标本身的显著性、知名度的大小。

本案中，格子本身是通用的，是不具备显著性的，花格子使用在与面料有关的商品上本身就不应当予以商标注册，因为注册在布料类等商品上缺乏显著性。但是，注册申请人在注册时指定了颜色，虽然勉强可以给予商标注册，但其显著性仍然不强，如果将花格子注册在比如金融或者其他类别商品上是可以的。商标注册的审查标准应当是前后一致的，如果在相同或者类似

商品上已经允许了显著性很差的在先指定颜色的格子商标注册，那么，对在后申请注册的格子商标申请只要具备了区别性，也应当采取同样的审查原则，对其予以注册，而不应当对在先的注册给予准允，对在后的注册不予准允。

本案中，商标评审委员会核准引证商标 BURBERRY 注册是不恰当的，将对商品有直接叙述、直接描述的图形核准为商标注册是不公平的，当初商标评审委员会的决定有欠妥当。根据《商标法实施条例》第四十九条的规定：“注册商标中含有的本商品的通用名称、图形、型号，或者直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点，或者含有地名，注册商标专用权人无权禁止他人正当使用”，方格子属于布料的常用图形，通用图形，允许它注册成商标，BURBERRY 商标的排他性也相当弱，BURBERRY 商标的保护范围也应当严格限制。BURBERRY 商标尽管核准注册了，也不能干预在后的伊兰德公司的方格子图形加文字作为商标的正当使用和注册，否则就等于扩大了 BURBERRY 商标的保护范围。

此外，从提供的案件材料可以看出，一种格子图案作为商标本身的显著性就是很弱的，而且，从引证商标的授权过程来看，申请时，其最初以“是一种布匹图案，缺乏显著性”为由而被商标局驳回，后经过商标评审委员会的复审，因“指定颜色”以及“使用获得显著性”才得以注册，从这个角度来讲，其保护范围是明确的、有限的，不能超出它的保护范围。若作扩大的解释，是对已经注册的商标权权利的滥用。

（二）关于商标异议程序中，判定“商标近似”是否应当考虑消费者的混淆问题

判定商标是否构成近似，不能从单纯商标设计本身看。商标设计本身只是一个考虑因素，更重要的还是要看这两个商标，在实际使用当中是否会造成混淆。特别是商标使用在什么商品上，消费者对于商品选择时会施以什么样的注意力。就本案涉及的商品而言，消费者的注意力会是在商标的文字部分。也就是说，判定商标的近似，最后还要看是否会造成混淆，一般如果不能造成混淆就很难认定这两个商标构成近似，这两者之间是有密切关系的。同时也要注意，仅存在较少的混淆事实也是没有说服力的。

在考虑是否造成混淆时，可以参考美国法院的“杜邦标准”，其中包括商标本身是否近似，包括外形、发音等；使用的商品是否类似；贸易和销售

渠道，如是否在同样的商场或柜台销售，商品销售情况，实际中是否存在混淆的实例等，两商标是否存在共存的情况，商标的排他性程度，两商标潜在的混淆程度以及商标是否被有效使用等各种因素，而不能仅凭主观感觉、想象而轻率得出结论。

实践中，申请商标和引证商标都已经在市场上存在多年了，公众是否发生过混淆，混淆实例的多少都很重要。同时，带商标的商品销售场所、商品价位等都是判断是否混淆需要考虑的因素。

（三）关于在商标异议程序中，文字及图形组合商标同图形商标，特别是在申请商标的图形部分与引证商标均指定了颜色的情况下，如何进行“商标近似”的对比问题

本案中，申请商标和引证商标不应当作为颜色组合商标来进行分析，它们分别是图形商标加文字商标和图形商标，均是指定颜色的图形商标。指定颜色的图形商标同未指定颜色的商标相比，其权利范围不同，应当严格依照注册条件予以保护。

主张申请商标的文字部分是该商标的显著性部分不太恰当。应从整体上将两个商标进行对比，申请商标从整体上与引证商标不同，无论颜色、文字还是格子的排列均不同。而如果图形的显著性较弱，则还应当主要看文字的区别。其他观点认为，如果商标注册时强调保护彩色，那么就应当保护这个彩色，在彩色之外的要素就不予保护，比如英国等国家的商标法就是这样规定的。

单一颜色商标在我国基本上是得不到保护的，对于指定多种颜色商标的保护，即使申请商标和引证商标使用的颜色都相同，也还要考虑颜色的排列组合问题，如果排列组合不同，也应该不会发生混淆。比如，有很多国家的国旗是由同样的三种或者四种颜色组成的，但是排列组合不同，那么，公众同样是可以将不同的国旗区分开来的，并不会造成混淆。

2. 劲牌有限公司诉商标评审委员会 商标驳回复审行政纠纷案

原告（被上诉人、被申诉人）：劲牌有限公司（简称“劲牌公司”）

被告（上诉人、申诉人）：商标评审委员会

案由：商标驳回复审行政纠纷

一审法院：北京市第一中级人民法院（2009）一中行初字第441号

二审法院：北京市高级人民法院（2009）高行终字第829号

再审法院：最高人民法院（2010）行提字第4号

原告（上诉人）：劲牌有限公司

被告（被上诉人）：商标评审委员会

案由：商标驳回复审行政纠纷

一审法院：北京市第一中级人民法院（2011）一中知行初字第2980号

二审法院：北京市高级人民法院（2012）高行终字第290号

一、基本案情

劲牌公司位于湖北大冶，其前身是大冶县国营酒厂，始创于1953年，1998年改制为民营企业，并以生产“劲”牌保健酒知名于我国酒类行业。2005年10月20日，劲牌公司向商标局申请在第33类“果酒（含酒精）；开胃酒；蒸馏饮料；葡萄酒；酒（饮料）；米酒；含酒精液体；酒精饮料（啤酒除外）；黄酒；食用酒精”商品（类似群为3301）上注册第4953206号“中国劲酒及图”商标（以下简称“申请商标”）。



第4953206号
“中国劲酒”

2008年2月26日,商标局发出《商标驳回通知书》,认为:申请商标内含我国国名,不得作为商标使用,不宜注册,依据《商标法》第十条第一款第(一)项、第二十八条的规定,驳回了申请商标的注册申请。

2008年11月24日,商标评审委员会作出商评字[2008]第28028号《关于第4953206号“中国劲酒”商标驳回复审决定书》(以下简称“第28028号决定”),认为:申请商标中的“中国”为我国国家名称,属于《商标法》第十条第一款第(一)项明确规定不得作为商标使用的标志,依法应予驳回。遂依据《商标法》第十条第一款第(一)项和第二十八条的规定,决定将申请商标予以驳回。

劲牌公司不服商标评审委员会作出的第28028号决定,向北京市第一中级人民法院提起行政诉讼。一审法院于2009年4月7日作出(2009)一中行初字第441号判决,认为:本案申请商标为“中国劲酒”文字及方章图形共同构成的组合商标,其中文字“劲”的字体为行书体,与其他三字字体不同,字形苍劲有力,明显突出于方章左侧,且明显大于其他三字,是申请商标的显著识别部分。方章图案中的“中国酒”三字,字体明显有别于“劲”字,虽然包含有中国国名,但该国名部分更容易使消费者理解为商标申请人的所属国。因此,商标评审委员会作出的第28028号决定仅以申请商标中的“中国”为我国国家名称为由,即认定申请商标属于《商标法》第十条第一款第(一)项规定的不得作为商标使用的标志,主要证据不足。据此,判决撤销商标评审委员会作出的第28028号决定。

商标评审委员会不服一审判决,向北京市高级人民法院提出上诉。二审法院于2009年8月19日作出(2009)高行终字第829号判决,认为:《商标法》第十条第一款第(一)项的规定在一般情况下禁止将与我国国名相同或者近似的标志作为商标使用,但申请商标所含我国国名与其他具备显著特征的标志互相独立,国名仅起表示申请人所属国作用的除外。二审法院在对相关法律规定作出诠释后认同了一审法院的判决结果和理由,并据此判决驳回上诉,维持一审判决。

商标评审委员会不服二审判决,向最高人民法院申请再审,最高人民法院于2010年8月6日作出(2010)知行字第29号行政裁定,决定提审本案,并于2010年12月14日作出(2010)行提字第4号行政判决,认为:《商标法》第十条第一款第(一)项规定,所称同中华人民共和国的国家名称相同或者近似是指该标志作为整体同我国国家名称相同或者近似。本案