

The Loss of Olympus Lawsuit Exposed in China

奥林巴斯败诉中国

大曝光

朱德泉◎著

——揭秘中国涉外商标维权第一案的台前幕后

千禧龍



这是一部涉外商标维权的启蒙教案

中华工商联合出版社

责任编辑:王国瑞 郭敬梅

封面设计:李 栋 孙希前

图书在版编目(CIP)数据

奥林巴斯败诉中国大曝光/朱德泉著. —北京:中华
工商联合出版社, 2002.5

ISBN 7-80100-840-5

I. 奥... II. 朱... III. 纪实文学—中国—当代
IV. I25

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 033681 号

中华工商联合出版社 出版、发行

北京东城区东直门外新中街 11 号

邮编:100027 电话:64153909

北京市卫顺印刷厂印刷

新华书店总经销

850 × 1168 毫米 8.5 印张 200 千字

2002 年 6 月第 1 版 2002 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 7-80100-840-5/F·335

定 价:19.80 元

追踪发生在品牌时代的遭遇战

(自序)

六年前，我选择了记者这个职业。由于深信舆论监督的力量，我坚定地选择了社会新闻。

“让无力者有力，让悲观者前行”，一直是我心驰神往的为文境界。虽然有的时候，自己也很受伤。但是，每当在夜深人静的时候打开自己经营了5年多的文档，看到“吃吃喝喝打白条，民怨沸腾讨说法”的“大嘴镇政府”受到查处，积压经年的白条得以兑付；看到历时一个多月的慈母欲献肾救女追踪，2万多字的报道使母女换肾手术变成现实，并且因此成立了济南市尿毒症救助基金；看到出资18万雇佣黑势力的副县级干部被处决；看到我笔下那个曾经黯然离开家乡远走他乡的硕士村支书引发一场“杨本伦现象”的大讨论；看到一个个《新闻援助特别行动》里的打工者拿到工钱、露出久违笑容的一瞬……便找到了自己为自己喝彩和“疗伤”的满足。

六年来，不少熟悉的同行从社会新闻领域跨到财经报道，并且成为声名雀起的高手，而追逐真相和用文字为弱勢

群体带来些许温暖的信念支撑着自己“不弃不休”。当我听到每个人都期望这个世界到处充盈着爱的声音；当我看到弱者同样渴望着欢乐与幸福，我为我的选择感到欣慰和快乐。

三年前，一个偶然的机会，我第一次接触到“千禧龙”和曾创造出中国商标策划神话的宋体金，并深为他对民族品牌事业的执著追求和他所引发的那场千年之交商标战的无序所触动，采写了《“千禧龙”不是唐僧肉》的深度报道。没有想到的是，从此竟再也无法抽身。是奥林巴斯“千禧龙”相机事件的出场让我得以连续追踪报道了18个月，直到这起首例外企商标侵权诉讼案结束。

这是一场发生在品牌时代的遭遇战。曾几何时，商标领域还被认为是知识产权中最简单、最没有必要探讨的领域。感谢这个变革的时代让这个曾经的“冰点”逐渐暴露在世界经济的阳光下。在这18个月里，我对知识产权里的这一相对狭窄领域逐渐产生了兴趣，并且开始翻阅几乎能查到的所有专业书籍。最初的阅读味如嚼蜡，偏好实证的习惯让我寻找鲜活的例子，曾经引起轩然大波的“1997”事件和宋体金的商标传奇就这样成为我研究的课题之一。我发现，商标问题的的确确是个长期被漠视的战略问题，从懵懵懂懂到奋力保护过程中发生的两个故事——“1997”事件和“千禧龙”风波，以及其他许多商标案例，恰好构成我解读市场秩序混乱和外国品牌资本“东渐”下中国品牌遭遇的极好文本。这又使我开始恶补民商法以及国外相关的知识产权法规、恶补流通领域的营销知识……

比较常常是费力不讨好的事情，但是，比较中梳理事

实，发现问题的过程同样是一种快乐的体验。

直到“千禧龙”胜诉奥林巴斯后的一个月，我发现，积累的资料已经足以使我能记述一下曾经发生的历史了。而这时，中国已经加入 WTO，商标法完成了与国际接轨的修订并正式实施。商标，这个生产和流通领域拥有的无形资产，也能够变成人人拥有的“知本财富”了。在 WTO 的规则和外资蜂拥而至之下，品牌之争成为又一个商战制高点。在洋品牌强大的资本力量面前，中国民族品牌何去何从？本书正是站在入世的门槛上的一本维护民族品牌专用权的遭遇战实录。

最后，感谢本书的主人公宋体金先生给我创造了能够深入探讨品牌问题的机会，感谢接受我采访的所有人士，感谢允许我在繁忙工作中外出补充采访直至最终成稿的《生活日报》的领导。同时，期望宋体金的明天再为品牌事业所做的一切不再被人认为是神话。我更期望看到入世后的中国有更多的像宋体金这样的品牌策划人出现在品牌发展的大潮中。

朱德泉

2002年3月1日凌晨三时

新 知 识 分 子 的 决 断

(序)

作为一名职业策划人，他显然是一个迷恋尼古丁和茶叶的家伙。他的办公桌上永远放着两盒以上不同牌子的香烟和一只紫砂壶。他与他的朋友们在北京饭店后面一座写字楼里办公，他一空闲下来，就忍不住拉开窗帘，嘴里叼着香烟，手里托着那只小巧得过的茶壶，眯起眼睛寻找对面北京饭店的 4224 房间。6 年前的 12 月 19 日，当他从那间屋子里走出来，差一点就从北京饭店的楼顶跳下去，成为东长安街上一堆令人伤感的风景。

“我还在活着！”2001 年 12 月 19 日上午，37 岁的宋体金舒舒服服地猫在办公室里用笔记本电脑上网，烟灰缸里满是烟蒂。他身后的窗帘一直紧闭着，阳光透过缝隙暖暖地照射进来，一屋子辛辣浓重的烟味……

宋已经花了整整 18 个月时间，独立面对一场闹得沸沸扬扬的涉外商标侵权官司。他说：“24 小时里除了睡觉，我的脑子一直在不停地紧张运转。”

日本奥林巴斯光学工业株式会社是全球最大的光学仪器

制造厂商之一，享有世界性的声誉。2000年初，一家名不见经传的地方企业——徐州汉都实业发展有限公司在国内市场上发现进口相机“奥林巴斯 WIDE80型”无论在机身、包装盒还是信誉卡等显著位置上，都公然印有该公司注册商标“千禧龙 QIANXILONG”字样，公司原董事长宋体金一怒之下，将奥林巴斯告上了法庭。

宋形容自己像一枚钉子碰上了一头牛。

11月27日下午2点，疲惫的宋体金终于接到了北京市高级人民法院下达的民事判决书，判决书判定：被告日本奥林巴斯光学工业株式会社侵犯徐州汉都实业发展有限公司注册商标“千禧龙 QIANXILONG”事实成立，应予赔偿后者经济损失25万元人民币，并在判决生效后30日内，就侵权一事在《人民日报》上公开向后者赔礼道歉。

现在，宋说：“牛皮破了。”

“牛皮破了，还相信神话吗？”他问自己。

其实，宋体金在这以前的许多时间里一直与种种神话纠缠不清，对于神话的格外迷恋使他看上去像一个坚定的浪漫主义者。

毋庸置疑，在传奇和诗意的联想上，中国的徐州是一个别具魅力的地方。当宋体金还是一个乡村男孩的时候，他迷恋于两千年前汉高祖刘邦的著名诗句“大风起兮云飞扬”，并数次到圯桥——张良拾履的地方寻找古镇下邳的文明与风情，然而其早在康熙七年的8级地震中变得支离破碎、凋零殆尽。

1981年，宋体金参军后成了一名卫生员。那时候，他

可不知道什么是策划，成为一名作家是这个文学青年的梦想。

三年后退伍，他加入《徐州日报》社，如愿以偿做了一名文字工作者。后来，时值苏、鲁、豫、皖四省发起成立淮海经济区，宋参与创办了《经济新闻报》，并成功组织了几次经济活动，从而得以进入《人民日报》下辖的《市场报》工作。

经济搭台，文化唱戏，两者的结合会产生怎样惊人的效果？宋体金渐渐相信了媒体所营造的迷人神话，然而他也一直信奉一则故事：把一只青蛙放进煮沸的热水中，它必然会拼命挣扎跳出来；但如果把青蛙放进温水中并逐渐加热，青蛙能逐渐适应周围的水温，而当水温高得无法承受时，它已无力跳出来。

“我究竟做哪一只青蛙呢？”宋常常扪心自问。

终于，他拒绝继续忍受体制的压力与束缚，便离开了报社，着手创立徐州汉都实业发展有限公司。他渴望在故乡汉文化的历史渊藪中挖掘出宝贝来，可那时连他自己都没有意识到，他其实一直在企图营造一个更大的神话——而这个神话仿佛一个气球被越吹越大，1995年终于爆炸，一切遂荡然无存。

——这就是1995年轰动全国的“1997”商标神话。

早在1994年5月，宋体金及其公司就意识到了1997年香港回归的重大意义，于是向国家工商行政管理局商标局申请并注册了注册号为787190的“1997及图形”商标，随后，便对这一创意进行了精心包装与炒作，先以500万元高

价转让“1997”纪念啤酒，接着又委托北京市拍卖市场向海内外公开拍卖“1997”纪念酒（白酒、葡萄酒）创意。

“提前半年我就住进了北京饭店 4224 房间，进行各方面的策划与运作。”宋像揭伤疤一般回忆着过去的痛楚，“作为小人物的我和作为大创意的‘1997’商标开始频繁出没在公共媒体空间，并迅速成为各方面的谈论对象，一切都已准备就绪，就等 12 月 19 日这一天举槌了……”

然而，12 月 18 日下午，徐州汉都实业发展有限公司突然接到了国家商标局盖有“加急”印签的（1995）468 号红头文件，对“1997”注册商标予以撤销！

宋体金成了第一个吃“螃蟹”的人。

他破产了。

站在北京饭店的楼顶上，宋体金百感交集。俯瞰着长安街上车来车往，那一刻，他描述人生的感觉就像是坐跷跷板，一会儿上了天，一会儿又下了地！

他一无所有走出了北京饭店，两手空空登上了去山东的火车，靠朋友们的接济寻求新的发展……

几年以后，宋体金重回北京，并且执意在北京饭店后面的写字楼里办公。他每天注视着对面的 4224 房间，这几乎成为朋友们众所周知的秘密。他说这会促使他保持清醒状态。“1997”商标神话的终结，对宋而言又未尝不是一种解脱，而且他也并非一无所获——他在人生最暗淡的时候却收获了许多意义非凡的友谊，支撑着他重新选择人生的坐标。

他信誓旦旦地说：“朋友是我老宋最大的财富。我这一生什么都可以失去，但我不能失去爱，不能失去情。”

“这是最好的时代，也是最坏的时代；这是智慧的时代，也是愚蠢的时代……”狄更斯在小说《双城记》的开头，曾写下了如此具有万金油效果的绕口令。如果我们并不否认这是一个嫌贫爱富的时代的话，那么我们同时应该承认，在今天的生活中，显然为许多人搭起了舞台，期待着任何一位个性张扬的人演绎人生的传奇。职业策划人宋体金们在努力证明着一个事实：这个时代，如果你没有显赫的背景，同时也不打算结交权贵，到处钻营，而坚持要做一个独立、自尊的人，那么，惟一的前提只能是你发掘自己的智慧，去创一番事业。

因为，在新经济时代，知识本身就是一种决断力，新知识分子的使命就是赚到钱和做成事，在经济上和文化上捍卫自身的人格与尊严。

张 末

2002年4月15日

引题：胜诉在北京

2001年11月27日，下午2：30。

山东。《生活日报》编辑部。

我案头的电话响起急促的铃声：“德泉，告诉你一个好消息，奥林巴斯败诉了！北京高院判决他们必须在30日之内，在《人民日报》上刊登道歉声明。我刚刚走出北京高院！”

电话里，原徐州汉都实业发展有限公司董事长宋体金的声音明显变得有些异样。

这个结果当属意料之中。自从2000年5月25日，我在《生活日报》上率先披露了奥林巴斯涉嫌商标侵权，“千禧龙”向日商索赔的消息后，便一直追踪报道案件审理的全过程，历时18个月，资料如山。

“判赔的金额是多少？”

“25万元”，宋体金的声音多少有点遗憾。毕竟，徐州汉都实业发展有限公司起诉日本奥林巴斯光学工业株式会社侵犯商标权一案，是国内企业首例起诉外商商标侵权案，此中的任何一点得失，都对如何维护中国企业的知识产权有着借鉴意义。

那块刻有“功夫针”标记的铜板至今仍静静地躺在中国历史博物馆里，“济南刘家功夫针铺，认门前白兔为记。收买上等钢条，造功夫细针，不误宅院使用，客转与贩……”的记载把中国乃至世界的商标史上溯到北宋年间。

正如我们的祖先最早发明了火药，却只把这样的聪明才智运用到年年贺岁的“一声爆竹响”上，致使1840年在那场无可奈何的海战中被英国人的坚船利炮击败一样，“只有最早”的中国商标史也是悲怆多于自豪。

事实上，中国商标的发展轨迹一直跌宕起伏、命运多舛：资本主义萌芽阶段，西方列强的掠夺和倾轧限制了民族商标的发展，解放后长达30年的计划经济又使商标变成了可有可无的东西，直到改革开放，人们才逐渐发现：方寸商标原来是商战中最锐利的武器。销路看好的“青岛啤酒”在美国被人抢注，日本人则一口气抢注了“同仁堂”药膳、“鹦鹉牌”手风琴、“女儿红”黄酒和“杜康”白酒商标，“凤凰”、“蝴蝶”被印尼商人抢注、“阿诗玛”被菲律宾商人抢注、“竹叶青”被韩国商人抢注……

与此同时，在市场经济初期的信用缺失的状态下，假冒伪劣猖獗，以至于许多国外企业纷纷把侵害他们商标权的中国企业告上法庭。

个中案例，学费颇多。

我们保护商标知识产权就是在这样“内忧外患”的历史条件下开始起步、摸索、逐渐完善的。自80年代至今，我国不但加入了国际上主要的知识产权协定和组织，而且大刀阔斧地把使用了30多年的商品国内分类改为使用国际分

类。2001年12月1日实施的新《商标法》更完全与国际接轨。

就在此案判决书下达半个月前，卡塔尔首都多哈，一记小小的木槌敲开了中国加入世界贸易组织的大门。

“加入世贸组织，中国将从中受益，世界各国也将从中受益。中国的发展离不开世界，世界的繁荣也离不开中国”，新闻发布会上，外经贸部部长石广生的致辞冷静、务实。而在早些时候，为应对入世，国家经贸委设立了国内产业损害调查局，外经贸部设立了世贸组织司、中国政府世贸组织咨询局和公平贸易局，国家工商总局设立了外商投资企业注册局，这五个机构已陆续开展工作。

在中国加入WTO的大背景下，品牌资本已经成为企业核心竞争力的重要部分。物竞天择，我们的民族品牌路在何方？

宋体金告诉我，为了这个官司，他中断了汉都公司筹建新公司、文化推广和品牌投资等第二阶段的营销策略，甚至遭到董事会的质疑，辞职“谢罪”。

传真机沙沙作响，缓缓吐出北京市高级人民法院（2000）高知初字第37号判决书。我连忙写稿。

1998年12月，徐州汉都实业公司获准在照相机等9类产品上使用“千禧龙 QIANXILONG”商标，并取得国家工商局颁发的注册证号。汉都公司对该商标进行了大量广告宣传，使该商标迅速成为国内知名品牌。但此后，汉都公司并未生产标有该商标的照相机。

据汉都公司介绍，2000年市场上出现了标有“千禧

龍”字样的奥林巴斯 WIDE 80 型照相机，在其产品、外包装和质保书上分别标有“千禧龍”字样。汉都公司认为奥林巴斯的此种行为侵犯了其商标权，遂向法院提出起诉。被告则认为，奥林巴斯品牌在中国市场上被消费者所熟知，其 WIDE 80 型照相机明显标注了“奥林巴斯(OLYMPUS)”商标，在产品上标注“千禧龍”只是为了纪念和喜庆，不会造成消费者对商品商标的误认，谈不上侵犯汉都公司的“千禧龍 QIANXILONG”的商标权。

北京市高级人民法院经审理认为，汉都公司对商标“千禧龍 QIANXILONG”进行了注册，享有在包括照相机等核定产品范围内的商标专用权，应受法律保护。据此，法院判决奥林巴斯公司立即停止侵权，在《人民日报》上赔礼道歉，并赔偿徐州汉都实业有限公司 25 万元的经济损失。

全国各大媒体纷纷报道了这起中国企业起诉外企商标侵权第一案的一审结果。《北京晨报》的标题显露出北京报人特有的俏皮语言，那标题说：《冒充“千禧龍” 奥林巴斯要赔 25 万》。

几天后，日本共同社记者中川以《奥林巴斯败诉 因侵害商标权而进行损害赔偿》为题也把这一消息发回了日本

北京 29 日共同社消息：据 29 日出版的中国报纸《北京青年报》报道，因为“千禧龍”商标被使用，中国企业状告照相机大户奥林巴斯光学工业株式会社，请求损害赔偿的诉讼判决最近在北京高院（相当于日本高等法院）举行，该法院裁定奥林巴斯支付人民币 25 万元（约合 374 万日元）的

损害赔偿金。对于涉及到海外企业的商标权侵害诉讼，在中国是第一次，关于商标权侵害的损失赔偿额，也是迄今最高的。

中国企业该如何更好地保护自己的智力成果？在给外企“国民待遇”的时候又该如何规范他们的市场行为？

2001年12月6日，《京华时报》披露了一组触目惊心的数字：北京高院公布新近审结的17起涉外案件，涉及计算机网络域名纠纷、商标侵权纠纷、技术合同纠纷、专利纠纷等多个领域，而且涉及的外国公司全是知名的跨国公司，但仅有被称为“涉外商标侵权第一案”的徐州汉都公司诉日本奥林巴斯一案，中国企业是原告，它也是惟一一件我国企业赢得比较“痛快”的官司。而败诉的12起官司，全是因为我国企业侵权或违约所致。

奥林巴斯没有上诉，在法律规定的期限内赔付汉都25万元人民币后，2002年1月28日，奥林巴斯在人民日报上正式道歉，这意味着历时18个月之久的“千禧龙之战”以汉都胜利而告结束。

就在“奥林巴斯构成商标侵权”结案的同时，三家冒用三菱电机株式会社图形商标的中国企业被判支付50万元人民币赔偿金。

惨痛的教训告诉我们：商标保护之路依然漫长，巨额赔偿再次敲响企业警钟，入世之后掌握规则乃当务之急！

目 录

追踪发生在品牌时代的遭遇战(自序)	/1
新知识分子的决断(序)	/4
引题:胜诉在北京	/9

第一章 争议“1997”

一 提前四年 发现香港回归商机 /3

徐州,1993年的冬天十分寒冷。解放路附近的一栋简易宿舍楼里,29岁的策划人、徐州汉都实业发展有限公司董事长宋体金斜依在床头看书。夜渐深,他披衣而起,凝望窗外,思索一个萦绕在他心头许久的疙瘩:对重于文化产品开发的汉都,香港回归的商机在哪里?1997,1997,1997,……一酒久期,一酒久期,一酒久期……

二 抢先注册 策动'97品牌攻略 /8

一系列的推介,使汉都公司借助于徐州为“汉代名城”的影响力迅速打开了知名度。此后,汉都首倡并创办了第一所研究两汉文化的民间机构——“中国两汉文化研究所”。

1994年4月27日,“1997”纪念酒如愿拿到

了第 32 类啤酒、无酒精饮料商品的注册商标。

三 捷足先登 凤凰泉开价 500 万 / 12

事实上，凤凰泉的 500 万并非一次给付，宋体金在拿到 20 万首付资金后，就办理了商标许可使用手续，而原本约定等到“1997”商标用于产品，取得实际经济效益时再结清的另外 480 万，则随着 1995 年 12 月 14 日“1997”商标的封杀令而成为无言的结局。

四 石破天惊 爆发商标争夺战 / 15

“凭什么‘1997’就是宋体金的？！”“这是投机取巧！”声声诘问的背后，一些不法商人开始急不可耐地把“1997”贴到了自己的低质廉价品上。

五 寻求维权 CUIPPC 监测网重点保护 / 18

中联专门在北京成立“1997”商标专案科，开始投入工作。中联知识产权监测网设在全国 30 个省的监测站中的 28 个一级站就像一部随时开动着的精密雷达，把握着一切涉嫌侵权的风吹草动。

六 商标评估 惊曝 1.08 亿元天价 / 20

张小莉微微停顿，继续说：“如果我现在放弃它，我会为此而遗憾的，我想，换任何人都都会选择我的这种做法的。”

清脆的干杯声里，张小莉一字一句的宣布：“嘉诚同意，无偿为‘1997’纪念白酒商标进行资产评估！”

七 紧锣密鼓 无形资产欲抢竞拍第一槌 / 28