

财产权案例精析丛书

商标 财产权

主编 ■ 姚 旭

◎ 凤凰集团公司诉山东省日用百货进出口公司侵害
商标专用权案

◎ 上海柯达视听教育器材经营维修部诉伊士曼柯
达公司损害商业信誉纠纷案

◎ 北京同仁医院等诉张家口市奥马眼镜公司侵
犯商标权案

中国法制出版社

财产权案例精析丛书

商标财产权

主 编：姚 旭

撰稿人：姚 旭 刘淑华 杨 军
辛赤兵 宋俊伟 崔 岗
王兆刚 于 洋 范成雪

中国法制出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商标财产权/姚旭主编. —北京:
中国法制出版社, 2005.2

ISBN 7-80182-446-6

I. 商… II. 姚… III. 商标-财产权-中国
IV. D923.85

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 047849 号

财产权案例精析丛书

商标财产权

SHANG BIAO CAICHAN QUAN

主编/姚 旭

经销/新华书店

印刷/涿州市新华印刷有限公司

开本/880×1230 毫米 32

版次/2005 年 2 月第 1 版

印张/9.625 字数/238 千

2005 年 2 月印刷

中国法制出版社出版

书号 ISBN 7-80182-446-6/D·1412

定价: 18.00 元

北京西单横二条 2 号 邮政编码 100031

传真: 66062741

网

址: <http://www.zgfzs.com>

市场营销部电话: 66012216

编辑部电话: 66070047

读者俱乐部电话: 66026596

邮购部电话: 66033288

目 录

目

录

- 案例 1 北京同仁医院等诉张家口市奥马眼镜
公司侵犯商标权案 (1)
- 案例 2 如皋酒厂诉巨龙酒厂商标侵权纠纷案 (11)
- 案例 3 亚美公司诉兴华公司商标侵权纠纷案 (18)
- 案例 4 石家庄市福兰德事业发展公司诉北京
弥天嘉业技贸有限公司侵犯注册商标
专用权、不正当竞争纠纷案 (30)
- 案例 5 上海柯达视听教育器材经营维修部诉
伊士曼柯达公司损害商业信誉纠纷案 (39)
- 案例 6 东莞市爱迪工业公司诉上海爱迪电器
公司等侵犯商标权纠纷案 (48)
- 案例 7 深圳市富安娜家饰保健用品有限公司
诉冬冬宝床上用品厂有限公司商标侵
权纠纷案 (61)
- 案例 8 中国天诚广州公司诉花都市佳业房地
产开发有限公司侵犯商标权及不正当
竞争案 (71)
- 案例 9 广东科龙(容声)集团有限公司诉吴
永安域名注册纠纷案 (81)
- 案例 10 广东省汕尾市保美西装厂诉福建省晋
江恒达服装有限公司商标侵权纠纷案 (87)
- 案例 11 辽宁省医药保健品进出口公司诉哈尔

	滨医药保健品进出口公司、黑龙江省 土产畜产进出口公司商标侵权纠纷案	(100)
案例 12	芳芳陶瓷厂诉恒盛建材厂不当使用 企业名称侵犯商标权案	(117)
案例 13	菲利普·莫里斯产品有限公司诉上海 打火机总厂等商标侵权案	(125)
案例 14	建大工业股份有限公司诉青岛泰发集 团公司、青岛前金橡胶模具有限公司 侵犯商标专用权案	(133)
案例 15	冯维音等诉江苏三毛集团公司侵犯注 册商标专用权纠纷案	(151)
案例 16	凤凰集团公司诉山东省日用百货进 出口公司侵害商标专用权案	(159)
案例 17	抚松制药厂诉春城保健品制造公司侵 犯其企业名称权、商标权案	(167)
案例 18	杭州张小泉剪刀厂诉南京张小泉刀 具厂侵犯商标权纠纷案	(177)
案例 19	西安市食品厂诉西安市红星乳品厂等 侵犯商标权纠纷案	(183)
案例 20	红旗助剂厂诉新乡市涂料厂在相同产 品上使用其知名商品特有的数字名称 不正当竞争案	(192)
案例 21	烟台金华粉丝有限公司、烟台市招远 龙口粉丝加工总厂与中粮山东粮油进 出口公司商标侵权纠纷案	(199)
案例 22	李红霞诉克拉玛依市聋哑学校综合服 务部侵犯其被许可的注册商标独家使 用权案	(209)
案例 23	潍坊造锁集团公司诉温州华光五金锁 具有限公司侵犯商标权案	(217)

案例 24	上海轻工公司诉中信宁波进出口公司 商标侵权案	(225)
案例 25	台湾宜兰食品公司诉无锡咪咪乐食品 公司侵犯商标权案	(234)
案例 26	天津狗不理包子饮食(集团)公司诉 哈尔滨市天龙阁饭店、高渊“狗不理” 商标侵权纠纷案	(243)
案例 27	拓展科技公司诉安都企业集团公司应 依约在商标局对其撤销注册申请的商 标不予注册后支付补偿费案	(252)
案例 28	浙江官宝药业有限公司诉无锡金龙营 养品厂商标侵权纠纷案	(259)
案例 29	丹阳化工厂诉蒋某某及五兔王胶水厂 商标侵权纠纷案	(268)
附:		
	中华人民共和国商标法	(278)
	(2001 年 10 月 27 日)	
	中华人民共和国商标法实施条例	(289)
	(2002 年 8 月 3 日)	

案例 1

北京同仁医院等 诉张家口市奥马眼镜 公司侵犯商标权案

商标
财产
权

案情简介

原告：北京同仁医院等

被告：张家口市奥马眼镜公司

首都医科大学附属北京同仁医院（以下简称同仁医院），以精湛的眼科医疗及配镜服务技术蜚声全国。经同仁医院申请，1997年9月，国家商标局为该医院核发了第1115385和1115386号商标注册证，核准了其申请的“同仁”汉字商标及“TONGREN”拼音与“TR”字头组合的图形服务商标，核准的服务项目为42类，其中含眼镜行服务。次年5月10日，同仁医院与北京同仁验光配镜中心（以下简称同仁中心）签订了该注册商标的使用许可合同，并经国家商标局备案，同仁中心取得了“同仁”商标的使用权。1999年，国家商标局以商标监（1999）647号通知，认定了“同仁”注册商标为驰名商标。

1998年初，被告张家口市奥马眼镜有限责任公司（以下简称奥马公司）在张家口市桥东区怡安街30号开办其分支机构，向张家口市工商行政管理局申请了“张家口同仁验光配镜中心”的企业名称。之后便开始在《张家口晚报》、张家口有线广播电视台等媒体开展“同仁验光配镜中心”的宣传及业务广告，并登载了同仁的“TR”拼音字头。

原告同仁医院和同仁中心在发现奥马公司的侵权行为后，遂向张

张家口市工商行政管理局投诉。该局于1998年8月10日给奥马公司同仁验光配镜中心发出了限期改正通知书。1998年9月27日,奥马公司向张家口市工商局递交了“张家口市奥马眼镜公司同验光配镜中心关于规范使用企业名称的整改报告”,称在所有带有‘同仁’字样的之前全部加注‘张家口’地域名称,并销毁不锈钢牌匾、眼镜盒、镜布、视力表、验光配镜专用单、三维画面广告带等,并保证不引起公众误认及误导消费者。在此之后,被告以“张家口同仁验光配镜中心”名义继续在《中国邮递广告》、张家口晚报等开展促销广告。1999年5月4日,奥马公司经张家口市工商局核准办理了注销其分支同仁验光配镜中心的注销登记,当日又以原同仁验光配镜中心负责人谢爱珠的名义,以相同的经营范围及方式,相同的经营场所,在张家口市工商局桥东分局办理了“张家口市桥东同仁眼镜店”的个体工商户营业执照。7月26日,又经该工商分局将该店更名为“张家口桥东亨得利验光配镜部”(以下简称亨得利配镜部)。7月28日,奥马公司在“张家口晚报”刊载声明称原张家口市同仁验光配镜中心现更名为张家口市桥东区亨得利验光配镜中心。

同仁医院和同仁中心向张家口市桥东区人民法院提起了民事诉讼。桥东区法院于1999年9月9日依二原告提出的证据保全申请,依法对被告亨得利配镜部的经营场所采取了录像、拍照等证据保全措施。其时,该部店前仍保留有“TONGRENYANJING”的拼音字母,店堂内显著位置仍保留有“TR”拼音字头符号,每节柜台上均仍留有“TONGRENYANJING”的拼音字母。

审判情况

律师代理要点

原告律师代理要点:

1.1997年9月,经同仁医院申请,国家商标局核准了其申请的“同仁”汉字商标及“TONGREN”拼音与“TR”字头组合的图形服务

商标，核准的服务项目为 42 类，其中含眼镜行服务。1998 年 5 月 10 日，同仁医院与同仁中心签订了该注册商标的使用许可合同，并经国家商标局备案，同仁中心取得了“同仁”商标的使用权。1999 年，“同仁”商标经国家商标局认定为驰名商标。因此，原告的商标专用权及使用权在核准的范围内依法应受到保护。

2. 被告奥马公司开办的同仁验光配镜中心，与原告同仁中心的企业名称相同，并且突出使用“同仁”做其商店的牌匾、标识，其出售的眼镜盒、镜布、视力表和验光配镜单上都突出“同仁眼镜”及其拼音“TONGRENYANJING”的标识，在店内显著位置上有醒目的“TR”与同仁商标相似的标识；并同时在张家口市电台、电视台、报刊上公然以“同仁验光配镜中心”的名义大作宣传与有奖销售活动，是一种蓄意侵犯“同仁”商标权的行为。

3. 该验光配镜中心被注销后，被告亨得利配镜部继续从事相同的经营项目，并在店内仍保留了“TR”标识和“TONGRENYANJING”的拼音字母，仍构成对原告商标权的侵犯。

4. 请求法院判令被告在其已作广告的范围，公开向原告赔礼道歉，消除影响，并赔偿原告损失费 598000 元。

被告奥马公司律师代理要点：

1. 我公司开办的分支机构选择了“同仁验光配镜中心”这一字号，是符合《企业名称登记管理规定》关于企业名称实行分级登记管理，并且《企业名称登记管理办法》中并没有规定在企业名称中，不得使用与他人注册商标相同的词或词组。

2. “张家口市同仁验光配镜中心”是经过张家口市工商局核准使用的企业名称。因此，该企业名称不仅不构成对原告的侵权，反而同样应受到法律的保护。

被告亨得利配镜部律师代理要点：

1. 依照国家工商局（1999）第 81 号文件规定，企业名称与商标发生冲突的纠纷应由工商行政管理部门解决，而不应由法院管辖。

2. 企业在申请登记企业名称时，没有义务去调查该名称是否是他人的名称或是注册商标，而且该名称经过张家口市工商行政管理局

核准，不是擅自使用。

3. 即使名称核准使用不当，我部也不是侵权主体，其责任应由张家口市工商局承担，我方并无过错。

4. 即使“同仁验光配镜中心”侵权，原告也不应起诉我部，其责任应由奥马公司承担。

商
标
财
产
权

法院审判

张家口市桥东区人民法院经审理后认为：原告同仁医院依法取得了“同仁”注册商标的专用权，原告同仁中心依法取得该注册商标的使用许可，二原告的权利依法受法律保护。被告奥马公司开办其分支机构“张家口同仁验光配镜中心”，在申请分支机构的名称时，其申请以及张家口市工商行政管理局的核准，均违反了国务院颁发的《企业名称登记管理规定》第九条第（二）项关于“企业名称不得含有可能对公众造成欺骗或者误解的内容和文字”的规定。因“同仁”二字已被原告注册为商标，它不仅是同仁医院及其同仁中心的字号，而且是依法应受法律保护的服务注册商标。未经商标权人的许可，任何人不得在相同或者类似的服务上使用与其相同或者相近的文字。它与同仁字号已不再是字号与字号的关系。因此，被告及张家口市工商局强调的仅是在不同的区域使用了“同仁”作为企业字号的说法，与《企业名称登记管理规定》第九条以及商标法第三十八条第一款规定的原则相悖。即使被告在使用该字号时，在其前面加注了地域范围或隶属关系的其他定语，仍然“可能对公众造成欺骗或者误解”，使人产生与原告的服务有着某种特殊联系的结果。况且，被告在其装潢、牌匾、视力表、验光单、镜盒、镜布、服务柜台以及广告宣传等其他业务活动中，均有使用与原告注册商标相同文字或相似符号的商业行为，因此，足以认定对原告的商标专用权构成了侵权。被告亨得利配镜部虽几经易名，但其经营场所、人员及服务设施均未改变，从其更名声明的内容以及促销活动广告的内容，亦证实其是被告奥马公司原分支机构的改头换面。而且，直至原告向本院提起民事诉讼后，其仍在经营场所使用着与原告注册商标中相同或相似的拼音及字头，这些行为仍然会产生使公众误解的结果，依然构成对原告注册商标的侵

权。尽管由于工商行政管理部门的执法水平造成了被告侵权行为的持续,但侵权行为却是被告直接实施的,故二被告应对此承担连带赔偿责任。该案在审理过程中,经法院主持调解,双方当事人于2000年4月3日自愿达成如下协议:

一、被告奥马公司及亨得利配镜部当庭向原告同仁医院及同仁中心致歉(已当庭履行)。

二、被告奥马公司及亨得利配镜部于本调解书送达之日一次性给付原告赔偿金人民币壹拾万元整。

三、如果被告能按此协议第一、二项的约定全面履行义务,原告则放弃其他诉讼请求。

对上述协议,桥东区人民法院认为符合法律规定,予以确认。

依法精析

本案涉及的主要法律问题是企业名称(商号)与商标权的权利冲突,其中认定两被告是否构成商标侵权所适用的法律依据以及法律责任如何承担成为庭审中双方争议的焦点。受诉法院采取的诉前证据保全,也是本案的一个亮点,这一点后来也反映在新商标法的修改中增加了商标注册人或利害关系人有权依法在起诉前向人民法院申请采取责令停止有关行为和财产保全措施、证据保全措施的规定。

一、企业名称(商号)与商标权的法律保护及权利冲突

商标权的取得由注册人提出申请,经过商标局审查核准注册,即可取得。同仁医院早在1995年就经国家工商局核准,将“同仁”汉字及“TONGREN”拼音与其“TR”字母结合的图形注册为商标,核准的项目中含眼镜行服务。1999年又被认定为驰名商标。因此,可以认定同仁医院对“同仁”商标享有专有使用权,并受到法律保护。根据商标法的规定,商标专用权包括独占使用权、禁止权、转让权和许可使用权等几方面内容。本案中同仁医院与同仁中心于1999年5月10日签订了“同仁”商标的使用许可合同,并经国家商标局备案,

同仁中心依法取得“同仁”商标的使用权，同样受法律保护。

商号也称厂商字号或企业名称。商号与商标的根本区别在于一个商标只能有一个注册人，而一个商号可以有多个使用人，这也是造成本案原、被告争议的一个焦点。根据国家工商行政管理局《企业名称登记管理规定》第7条规定：“企业名称应由以下部分依次组成：字号（或者商号）、行业或者经营特点、组织形式。企业名称应当冠以企业所在地省（包括自治区、直辖市）、或者市（包括州）或者县（包括市辖区）行政区域名称”。如北京同仁验光配镜中心，其中“同仁”即为企业商号，受法律保护的也仅为“同仁”二字。企业名称经登记主管机关核准登记注册后即可使用，企业对其名称享有专用权，受法律保护。实践中，大多数企业将自己的商号作为商标注册，可以同时获得双重保护，有利于扩大本企业的知名度，开拓市场，为自己的商品或服务树立品牌。本案原告将企业名称申请商标注册，这样企业名称与企业商标相同，同样可以获得双重保护，并且经过多年的推广，其优良的产品和服务已深入人心，并于1999年由国家商标局认定“同仁”注册商标为驰名商标。根据新商标法的规定，驰名商标还可以获得商标法的特殊保护，即可以将商标的保护范围扩大到不相同和不相类似的商品上。

商标和商号都具有标志性，能起着区分民事主体和他们商品或者服务来源的重要作用。但是，由于商号具有地域性的特点，又由各地方工商行政管理部门注册登记，因此，在不同地区可能存在相同或者相近似的名称字号。一旦出现企业名称和商标重合的情形，就可能出现商标权和商号的权利冲突。二者产生冲突的原因，一定程度上是因为企业名称管理体制和商标权管理体制之间存在的差异，国家工商行政管理局对名称、字号的登记与商标注册分别由两个不同的部门办理。加之有些企业在登记自己名称字号时，出于种种“搭便车”的动机使用了与他人注册商标相同或者相近似的文字的情形。因此，实践中常出现企业名称字号与注册商标文字“撞车”的情形。有的不法民事主体故意在相同或者近似商品上突出使用他人注册商标的文字，造成相关公众产生误认，侵害了注册商标人的利益、淡化他人注册商

标，从而破坏了诚实信用的市场竞争秩序。

本案中，对于被告方在其分支企业名称中使用与原告方注册商标相同的文字作为自己的字号这种行为，被告方是以经过核准和符合《企业名称登记管理规定》为理由予以抗辩的，认为不构成对原告商标权的侵犯，应受到法律保护。那么，被告方的该种行为是否构成侵权，侵权侵害的是商标权，还是企业名称权，是本案在适用法律上遇到的问题。

二、认定本案被告是否构成商标侵权的法律依据

过去对于在企业名称中使用与他人注册商标相同或类似的文字是否构成侵权，缺乏明确规定。近几年来此类纠纷呈上升趋势。不少驰名商标权人对他人广告、招牌、成品介绍等上突出使用自己的注册商标文字，叫苦不迭。对此种行为，虽然适用商标法第五十二条第（五）项的兜底保护条款“给他人的注册商标专用权造成其他损害的”，由法院在具体的案件加以认定其他侵犯注册商标权的行为。但由于缺乏统一的执法标准，给各地法院办案带来困难。2002年10月12日最高人民法院公布并实行了《关于商标权民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》（以下简称《若干解释》），明确“将与他人注册商标相同或者相近似的文字作为企业的字号在相同或者类似商品上突出使用，容易使相关公众产生误认的行为”视为侵犯他人注册商标专用权的行为，解决了人民法院在处理该类案件时适用法律上遇到的难题。因此，对于这种侵权行为的处理，不仅仅是企业名称登记主管机关有权处理的问题，而是依不同的侵权性质，由被侵权人选择适当的救济方式——行政救济或者司法救济。本案中，被告方提出的“企业名称与商标发生冲突的纠纷应由工商行政管理部门解决，而不应由法院管辖”的主张，是一种片面的理解，不能成立。

认定此种侵犯注册商标权的行为，要注意其构成条件：一是使用了与他人注册商标相同或者相近似的文字；二是行为人将所使用的文字作为其企业的名称字号；三是将名称字号在与商标权人注册商标所标识的相同或者类似商品上突出醒目地使用；四是造成了容易使相关公众产生误认的效果或者结果。

本案中同仁医院取得了对“同仁”商标的专用权，同仁中心取得了“同仁”商标的使用权。二被告未经原告同意或许可，擅自设立了“张家口同仁验光配镜中心”并采用了同仁的“TR”拼音字头，以“同仁”为内容在新闻媒体上多次做广告，开展促销活动，使公众对被告的服务行为产生了与原告的服务有特殊联系的认识，以为“张家口同仁配镜中心”就是北京同仁配镜中心在张家口设立的分店，足以造成消费者误认，其侵权事实是存在的。虽然被告亨得利配镜部几经易名，但其经营场所、人员及服务设施均未改变，从其更名声明的内容以及促销活动广告的内容，亦证实其是被告奥马公司原分支机构的改头换面。而且，直至原告向本院提起民事诉讼后，其仍在经营场所使用着与原告注册商标中相同或相似的拼音及字头，这些行为仍然会产生使公众误解的结果，依然构成对原告注册商标的侵权。

三、关于本案适用的法律责任及承担

上述分析表明，两被告的行为属于侵害商标专用权和企业名称权行为，应承担相应的民事责任。根据《民法通则》第134条规定的承担民事责任的主要方式，原告请求法院判令被告公开向原告赔礼道歉，消除影响，并赔偿原告损失费598000元。最后，在人民法院的主持下，双方达成调解协议：被告奥马公司及亨得利配镜部当庭向原告同仁医院及同仁中心致歉，并且被告奥马公司及亨得利配镜部于本调解书送达之日一次性给付原告赔偿金人民币壹拾万元整。从中不难看出，在原告起诉的标的额与最后双方达成的调解协议所确立的损害赔偿额之间存在着巨大的差距。这其中涉及到关于商标侵权案件损害赔偿的范围和数额如何确定的问题。新商标法进一步明确了关于损害赔偿的规定，确立了法定赔偿制度。根据我国《商标法》第56条规定，侵犯商标专用权的赔偿数额，为侵权人在侵权期间因侵权所获得的利益，或者被侵权人在侵权期间因被侵权人所受到的损失，包括被侵权人为制止侵权行为所支付的合理开支。侵权人侵权所得利益或被侵权人所受损失难以确定的，由人民法院根据侵权行为的情节判决，给予50万元以下的赔偿。从中可以看出，在能够确定侵权人在侵权期间因侵权所获得的利益，或者被侵权人在侵权期间因被侵权人所受到的

损失的情况下，法律赋予被侵权人以选择计算损害赔偿额的权利。在两种方式都难于确定损害赔偿额的情况下，由人民法院根据侵权行为的情节判决给予 50 万元以下的赔偿，也有利于及时有效和公正合理的解决商标侵权纠纷。

本案的主要困难在于原告因被侵权遭受的损失额不好确定，被告因侵权行为获得多少也不易查清，法院正是在综合侵权人的行为过错大小、侵权行为的影响程度、侵权时间长短、被侵权人实际支出费用等因素的情况下，计算出赔偿额而调解结案的，最终确立的赔偿数额是比较合理的、公正的，也能够为原告和被告双方所接受。

本案被告亨得利配镜部抗辩中称：由于亨得利配镜部只不过是奥马公司的分支机构，即使“同仁验光配镜中心”侵权，原告也不应起诉我部，其责任应由奥马公司承担。从法院判决的内容来看，认为两被告存在共同侵权，应当承担连带清偿责任。依据《公司法》第 13 条的规定，公司可以设立分公司，分公司不具有企业法人资格，其民事责任由公司承担。本案亨得利配镜部是否具有企业法人资格是判断其是否应当承担独立法律责任的前提。而判断其是否具有法人资格主要由四个条件：第一，是否有独立的名称、经营范围和经营场所；第二，是否具有独立的财产；第三是否有健全的组织机构；第四是否承担独立的法律责任。同仁验光配镜中心是奥马公司的分支机构，亨得利配镜部虽几经易名，但其经营场所、人员及服务设施均未改变，从其更名声明的内容以及促销活动广告的内容，亦证实其是被告奥马公司原分支机构的改头换面。从法院查明的事实来看，亨得利配镜部并没有取得“企业法人的营业执照”，而是以原同仁验光配镜中心负责人谢爱珠的名义，办理了个体工商营业执照。因此，上述分析表明，虽然亨得利配镜部存在着对原告商标权的侵犯行为，但由于不具有独立的法人资格，由此产生的法律责任应当由设立该分支机构的奥马公司承担。法院认定亨得利配镜部与奥马公司承担连带清偿责任的提法有失偏颇。

四、关于诉前证据保全

本案中，桥东区法院于 1999 年 9 月 9 日依二原告提出的证据保

全申请，依法对被告亨得利配镜部的经营场所采取了录像、拍照等证据保全措施。其时，该部店前仍保留有“TONGRENYANJING”的拼音字母，店堂内显著位置仍保留有“TR”拼音字头符号，每节柜台上均仍留有“TONGRENYANJING”的拼音字母。诉前证据保全是新商标法增加的内容之一。根据新商标法第五十八条规定，为制止侵权行为，在证据可能灭失或者以后难以取得的情况下，商标注册人或者利害关系人可以在起诉以前向人民法院申请证据保全。人民法院接受申请后，必须在四十八小时内作出裁定；裁定采取财产保全措施的，应当立即开始执行。人民法院可以责令申请人提供担保，申请人不提供担保的，驳回申请。申请人在人民法院采取保全措施后15天内不起诉的，人民法院应当解除保全措施。诉前保全措施的规定，有利于及时获得有关侵权行为的证据，有效的处理商标侵权纠纷，这也是我国的商标法与国际规则接轨的体现，表明了我国商标法律制度的发展完善。

案例 2

如皋酒厂诉巨龙酒厂
商标侵权纠纷案商标
财产
权

案情简介

原告：如皋酒厂

被告：巨龙酒厂

原告如皋酒厂地处如皋市如城镇，20世纪60年代初，如皋酒厂接管了地处如皋白蒲镇的如皋白蒲油米厂为其黄酒加工厂。1981年10月，如皋酒厂申请注册了“水明楼”文字加图形商标，经核准使用于黄酒等商品上。如皋酒厂生产的“水明楼牌白蒲黄酒”被国家轻工业部评为轻工业部优质产品，1995年4月荣获95国际食品及加工技术博览会金奖，此后还获得多项国家级、省级大奖。1995年3月，如皋酒厂利用原黄酒加工厂出资成立了有独立法人资格的国营如皋白蒲黄酒厂（以下简称白蒲酒厂）。1997年，如皋酒厂又申请注册了“白蒲”外加菱形方框的组合商标，核准用于酒精饮料产品。同年，如皋酒厂将“水明楼”及“白蒲”两商标许可由白蒲酒厂使用。白蒲酒厂将“白蒲”商标用于坛装黄酒，将“水明楼”商标主要用于软包装黄酒，并在黄酒软包装袋的中间标有醒目的、字体大小相同的“白蒲黄酒”四个大字。

被告如皋市白蒲镇巨龙黄酒厂（以下简称巨龙酒厂）成立于2000年9月，经营范围为黄酒酿造，2001年5月开始生产软包装黄酒，使用未经注册的“驰龙”文字加图形的组合商标，软包装袋的中间同样标有醒目的、字体大小相同的“白蒲正宗黄酒”六个字。该产