



世纪

经济管理类

法律应用简明教材

民商法系列

主编 姚欢庆

21st Century

Concise Applied Law Textbooks of
Economics and Management

知识产权法 典型案例

姚欢庆 郑小敏 郑晓辉 编著



中国人民大学出版社

21 世纪经济管理类法律应用简明教材
民商法系列·主编 姚欢庆

知识产权法典型案例

姚欢庆 郑小敏 郑晓辉 编著

中国人民大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

知识产权法典型案例/姚欢庆等编著.
北京:中国人民大学出版社,2003
(21世纪经济管理类法律应用简明教材)

ISBN 7-300-04536-7/D·758

I. 知…

II. 姚…

III. 知识产权法-案例-中国-高等学校-教材

IV. D923.405

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 009390 号

21 世纪经济管理类法律应用简明教材

民商法系列·主编 姚欢庆

知识产权法典型案例

姚欢庆 郑小敏 郑晓辉 编著

出版:中国人民大学出版社

(北京中关村大街 31 号 邮编 100080)

邮购部:62515351 门市部:62514148

总编室:62511242 出版部:62511239

本社网址:www.crup.com.cn

人大教研网:www.ttrnet.com

发行:新华书店总店北京发行所

印刷:北京金特印刷厂

开本:787×965 毫米 1/16 印张:22

2003 年 3 月第 1 版 2003 年 3 月第 1 次印刷

字数:369 000

定价:23.00 元

(图书出现印装问题,本社负责调换)

序

曾宪义

法律制度为每一个现代国家谋求安邦定国进而发展社会、推进文明所必不可少的选择，法的有与无、良与恶、行与毁、守与废，一得一失之间，无不关乎国家、民族、社会的盛衰与成败。中国共产党的十五大将“依法治国”、“建设社会主义法制国家”举为治国方略，并经全国人大通过，写入了宪法修正条款。党的十六大重申加强社会主义法制建设，提出“到二〇一〇年形成中国特色社会主义法律体系”的奋斗目标。

一个国家的法制发展状况，取决于整个社会的政治、经济条件，同时也取决于法律教育的建设与发达程度。一个国家法律文化的鼎盛必定以其人民具备良好的法律意识与坚定的法律信仰为一项主要的指标，而在社会整体之中，必定具备一个拥有相当程度法律素养的知识阶层。以法律教育的角度观之，作为教育内容的“法律”绝不仅仅只应涵括作为见诸研究、形诸学说的法律，还应当地包含作为信念、入于人心的法律，包含作为工具、用于实务的法律。由此看来，法律的教育是具备了不同的互有差别的若干层次的，作为其顶端的是用于培养和造就专门法律人才的法学教育，其教育的对象应当是将来的法学家与专门的法律工作者及治国人才，其教育的内容应当是系统而严格的法学知识体系与不同程度的法学研究方法训练，其教育的载体是各所专门的法学教育、法学研究机构。而作为法律教育根基的必然是对广大民众所进行的法律普及，其教育的对象是来自于不同阶层、有着不同文化背景的普通大众，其教育的内容是简要的法律常识与基础的法治观念，其教育的形式多样而广泛，均以达到以上内容的最广泛宣教与传播为目的，以法律理念的普及求得民风敦化、社会规范为其要旨。而连结全社会法律教育的基础部分与尖端部分的中间一环，便是切实使社会知识阶层整体法律素养得以提高，这一环节正是国家法律教育最需要着力的部分，一个社会知识阶层整体的法律素养如何，直接关乎国家法律文化建设的成功与否，作为“国之大典”的法律制度能否通达、顺畅地和社会各领域实行也直接有赖于此，该层次上法律教育的成败应当是度量法律教育整体成败的最主要标准。对于这一部分的法律教育，其教育的对象应当是广大的高等学校学生以及众多非法律专业的实务工作人员，其教育的内容应当是可以适用于学习者从事实务的一般法律知识及对其法治意识的强化，其教育的形式应当是普通高等学校中的公共法律课程以及对在

职人员的继续教育。

而在我国当前广大的知识阶层之中,除了专门的法学人才之外,最迫切需要掌握法律知识,在整个知识阶层当中占有最大的比重,最广泛地分布在社会主义现代化建设的各个领域之内的,当属经济与管理方面的人才,包括了在不同战线上从事经济与管理工作的在职人员,也包括了在普通高等学校中求学的经济与管理专业的学生们。他们已经或者即将在我国的社会主义现代化建设事业中发挥至关重要的作用,在经济与管理专业的学生和经济与管理部门的工作人员中实施与其专业、工作相适应的法律教育,大力提高他们的法律素养,对于他们现在或将来更好地从事各自领域内的工作无疑具有最实际的意义,而对于从整体上增强广大知识分子的法律素养也将不无直接的帮助。

有鉴于以上的认识,中国人民大学法学院、对外经济贸易大学法学院和中南财经政法大学法学院等与中国人民大学出版社经过长期的酝酿和成熟的准备,决定编写一套“21世纪经济管理类法律应用简明教材”,并由中国人民大学出版社编辑出版。

本套教材选取了与经济、管理专业密切相关的“民商法”、“经济法”、“行政法”与“国际经济法”四个法律部门进行编写,并按照不同的部门法学分成四个系列,每一系列均包括“理论概要”、“典型案例”、“教学法规”三个部分,既立足于基本的部门法学逻辑框架,又注重切合实际,选取了与经济、管理专业关系较为紧密的若干案例、法规加以分析讲解。本套教材坚持了中国人民大学出版社一贯的“高品位”、“高水准”的编写要求。“理论概要”部分由在各自领域内具有全国领先地位的学术中坚独立单科编著,并由其领衔编写“典型案例”与“教学法规”两个部分,力求以强大的学术阵容为广大读者奉献出一套独具权威性、新颖性、针对性、适用性的系列教材。

伴随这一套教材的圆满出版,我们相信,为迎接中国法律文明即将到来的、空前昌盛的美好前景,我们必将有能力不断地奉献出更多的成果,竭尽我们的绵薄之力。

是为序。

2002年11月

序

邓荣霖

我们正处在一个充满科学、民主和法治气息的经济时代。经济主宰着世界格局，经济改变着价值观念和生活方式，经济影响着政治、军事、文化、外交等领域。总之，经济左右着时代前进的方向。

客观地讲，经济事务的筹划运行，不管是宏观的还是微观的，不管是政府的还是企业的，大多表现为管理活动。而现代管理活动是在遵循效益、规则、权责、人本、系统等理念基础上，通过协调组织内、外部利益关系来实现具体经济社会目标的自觉过程。这其中，效益是管理目标，规则是管理依据，权责是管理手段。倘使缺乏规则意识和依据，权责就无法落实，人本思想将会落空，管理系统也会出现紊乱，最终导致预期效益大打折扣。因此，规则化管理是极其重要的。

规则作为行为规范，既赋予人们行为自由，又施以行为约束，是自由和约束、权利和责任的统一体。在一国规则体系中，法律占据主控地位，是一国政府管理社会各项事务的重要工具。法律作为显性、刚性规则，渗透着执政阶级的管理思路 and 模式。因此，将经济管理活动纳入法治化轨道，是一国政府行使经济管理主权的制度化运行方式。

回顾改革开放的历程，我国经历了从人伦经济向法治经济的过渡，经济管理民主成分日益增强。改革初期，受人治思想的影响，各种淡漠法律的做法，如“霸王合同”、审批关卡、随意减免税、体罚职工等屡见不鲜。随着商品经济的发展和经济法制的完善，社会法制观念普遍增强：一方面，公民和组织逐步学会了利用法律武器维护自身合法权益；另一方面，国家经济管理机关也逐步意识到依法管理、社会参与管理的重要性。

根据改革进程的发展，我国在1993年和1999年的宪法修正案中，将“国家实行社会主义市场经济”和“实行依法治国，建设社会主义法治国家”写入根本大法，明确了改革的目标、原则和方向。据此，经济管理法治化进入一个新的历史时期。

依照市场经济体制的目标模式，政府、企业 and 市场是密不可分的体制要素。政府通过宏观调控和市场管理，实行国民经济持续、快速和稳定发展。政府要依法行政、效益行政，首先必须通过行政法、经济法将其经济管理职权（责）和程

序制度化,政府宏观调控政策,如计划、货币、税收、利率、产业结构、统计、国家投资、外汇、进出口管理等,以及市场管理措施,如维护公平竞争、消费者权益保护、标准化管理、产权交易市场培育等,均需要通过法律明确下来。各级经济管理机关及其公职人员,应当依法行政,廉洁行政。

与政府相对应,企业是市场经济的基础。企业不仅要实现利润目标,还要承担社会责任。企业作为多元利益关系的集合体,除自律管理外,很多方面都要依法经营管理,比如,企业在设立、组织机构设置、组织形式变化以及市场退出过程中,必须依法申请审批和登记;企业日常经营中的劳动、用地、产品质量、财务、人事、税收、工会等事务,需要依法进行;企业对外交易时,合同、知识产权、产品检疫、银行结算、海关监管等,又都是不可或缺的法律事务。毫不夸张地说,现代企业生活在法律汪洋之中。

随着中国加入WTO,经济管理活动又增添了国际化色彩,其中,依照规则办事是入世后我国政府、企业和市场所面临的第一挑战。WTO精神倡导市场交易的公平、公正和公开,就是要求经济管理事务法治化,淡化人治的痕迹。因此,政府经济管理部门要带头树立法制观念,切实依法行政。广大公众和经济组织要积极学习法律,在维护自身权益的同时,监督和参与社会经济管理活动,积极推进我国社会主义法律建设。长期以来,外国投资者在我国投资时,最担心的不是政策优惠,而是投资法律环境的稳定性和透明度,这一问题,同样是新形势下国内投资者面临的共同问题。因此,依法进行经济管理势在必行。

十六大报告在阐述全面建设小康社会时提出“依法治国基本方略得到全面落实,人民的政治、经济和文化权益得到切实尊重和保障”的法制目标;同时强调,要“加强法制宣传教育,提高全民法律素质,尤其要增强公职人员的法制观念和依法办事能力。党员和干部特别是领导干部要成为遵守宪法和法律的模范”。这是加强社会主义法制建设工作的重要内容。

中国人民大学出版社策划出版这套“21世纪经济管理类法律应用简明教材”无疑顺应了时代的要求。这套教材分“民商法”、“经济法”、“行政法”和“国际经济法”四个系列,每一系列又分为“理论概要”、“典型案例”、“教学法规”三个部分,基本上涵盖了高等院校经济管理专业学生以及国家机关、各类企业、公司的经济管理人员在工作、学习和科研过程中所涉及的相关法律问题。

作为法律入门教材,每一系列的“理论概要”部分,系统、简明地介绍了相关学科的基本法律知识;在此基础上,系列教材还设有“典型案例”部分,使理

论制度与实务操作相互结合、渗透，起到指导法律运用的效果，这是非法学专业
人员学习法律的重要途径。

增强法律观念是建设法治国家的基础性工作，也是实现科学管理的客观要
求。因此，我希望经济管理专业的读者朋友们本着时代责任感学习法律，在实践
中运用法律并且传播法治精神，共同为我国法制建设增光添彩。

以此为序。

2002 年 11 月

编写说明

本书为 21 世纪经济管理类法律应用简明教材民商法系列知识产权卷案例部分。本书旨在为高等院校经济、管理专业学生，以及在国家机关、事业单位、各类企业、公司中从事与知识产权相关业务的人士了解和掌握知识产权法律在实践中的应用提供一定的帮助。

本书共分三编：商标法、专利法、著作权法，每编下又分为两个部分：概述和法律应用。概述部分简单扼要地介绍了知识产权法的基本理论问题，有助于宏观掌握该部门法律。在法律应用部分，以案例为分析单位，从“案情简介”、“法律问题”、“法律依据”、“法理和法律分析”、“存在问题”、“参考案例”6 个方面对案例进行全面分析。

本书具有如下特点：第一，内容丰富，资料翔实。本书共收录了 54 个案例，大部分选自《最高人民法院公报》，具有典型性，基本上涵盖了知识产权领域的重要法律问题。每个案例中都列明了所依据的法律及其修订情况，分析了存在的问题并提供参考案例。第二，深入浅出，适于阅读。编者在保留所选案例基本案情的前提下进行了适当的删减，“法律问题”和“存在问题”部分深入浅出地介绍了纠纷所在以及所涉及的一些基本问题，结合“法律依据”和“参考案例”，有助于准确、全面理解。

需要说明的是，第一，由于我国入世前后，三部知识产权法律及其实施细则（条例）都进行了修订，目前可选择的案例素材很少，所以编者所选的案例一般是以修订前的法律作为案例依据的，笔者在“法律依据”以及“法理和法律分析”中予以标明，但是在“存在问题”部分中则主要是结合修订后的法律法规进行分析的。读者在阅读时请予以注意。第二，本书所选的案例及其分析的问题，已经基本上能够反映知识产权法律应用的全貌了，但由于篇幅所限，不可能将所有的问题一一分析，有些问题反映在“参考案例”部分所列案例中，读者请一并参阅。

本书由中国人民大学姚欢庆、郑小敏、郑晓辉编写，最后由本卷主编姚欢庆审定。由于水平所限，错误难免，还望读者指正（电子信箱：tsgul8@mail.ruc.edu.cn）。

编著者

2002 年 11 月 9 日

目 录

第一编 商标法

第一章 商标法概述	(3)
一、商标法概述	(3)
二、商标权的取得	(7)
三、商标权的内容、特点	(12)
四、注册商标的期限、续展和变更	(14)
五、商标权的撤销和注销	(15)
六、商标使用管理	(17)
七、商标权的保护	(19)
第二章 商标法法律应用	(25)
一、商标申请纠纷	(25)
1. “K” 商标复审案	(25)
2. “WOMEN’S NATIONAL BASKETBALL ASSOCIATION” 商标审查案	(29)
3. “太和” 商标异议案	(32)
4. “乡巴佬” 商标驳回复审案	(34)
5. “神经妥乐平” 商标驳回复审案	(37)
6. “金来来” 和 “金利来” 商标复审案	(40)
7. “TOP 精良” 商标审查案	(43)
8. “Harvard” 商标异议案	(45)
9. “苹果” 商标复审案	(48)
二、商标侵权纠纷	(51)
10. 北京巴黎大磨坊食品有限公司诉北京太阳城商场商标 侵权案	(51)
11. 香港山顿国际有限公司诉深圳市华达电子有限公司商 标侵权案	(54)
12. 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	(61)

13. 台湾宜兰食品公司诉无锡咪咪乐食品公司商标侵权案	(66)
14. 北京同仁医院等诉张家口市奥马眼镜公司商标侵权案	(70)
15. 天津狗不理包子饮食(集团)公司诉哈尔滨天龙阁饭 店、高渊商标侵权案	(76)
16. 浙江龙泉县宝剑厂诉龙泉县万字号宝剑厂商标侵权案	(82)
17. 江苏如皋酒厂诉如皋巨龙黄酒厂商标侵权案	(85)
18. 北京市清华文通信息技术公司诉清华紫光(集团) 总公司商标侵权案	(89)

第二编 专利法

第一章 专利法概述	(97)
一、专利权概述	(97)
二、专利权的主体	(99)
三、专利权的客体	(101)
四、授予专利权的要件	(104)
五、授予专利权的程序	(108)
六、专利权的内容	(112)
七、专利权的保护	(114)
第二章 专利法法律应用	(118)
一、专利申请纠纷和专利权属纠纷	(118)
19. 陶义诉北京市地铁地基工程公司发明专利权属纠纷案	(118)
20. 北京锅炉厂诉潘代明专利权属纠纷上诉案	(125)
21. 邱石玉诉哈尔滨市大众医疗保健用品厂专利权属纠纷案	(129)
22. 刘永民、刘永友诉北票矿务局、北票矿山机械厂专利 申请权纠纷案	(132)
23. 哈达诉解放军第二五三医院实用新型专利权属纠纷案	(135)
24. 平谷宫廷风味烤鸡厂诉唐国兴确认专利申请权纠纷案	(139)
25. 李玉等诉李连贵风味大酒楼李连贵熏肉大饼发明专利 申请权纠纷案	(144)
26. 深圳普斯顿五金机械有限公司诉许正文实用新型专利 权纠纷案	(148)

二、专利行政纠纷	(151)
27. 香港美艺金属制品厂诉中国专利局专利复审委员会确认 “惰钳式门”发明专利权纠纷上诉案	(151)
28. 北京市顺义赵全营淀粉厂诉北京市专利管理局处理决定 上诉案	(157)
29. 吴正德诉中国专利局案	(161)
30. 福建省晋江县上浦弹簧厂请求宣告“臂力器”实用新型 专利权无效纠纷案	(163)
三、专利侵权纠纷	(169)
31. 何沛平诉吴县经济技术开发区研究所实用新型 专利侵权纠纷案	(169)
32. 多堆垛国际股份有限公司诉深圳富威冷暖设备有限公司 侵犯发明专利权纠纷案	(174)
33. 李光诉首钢重型机械公司专利侵权纠纷上诉案	(178)
34. 郭立文、哈尔滨磁化器厂诉高淳县灯饰公司等侵犯专利 权、注册商标专用权、法人名称权纠纷案	(184)
35. 陆正明诉无锡市环境卫生工程试验厂等专利侵权上诉案	(191)
36. 刘秉正诉北京市康达汽车装修厂专利实施许可合同 纠纷案	(196)
37. 宋志安诉无锡锅炉厂一分厂专利侵权纠纷案	(200)
38. 上海螺钉厂诉上海群英机械厂技术转让合同纠纷案	(206)

第三编 著作权法

第一章 著作权概述	(215)
一、著作权概述	(215)
二、著作权的客体	(216)
三、著作权的主体	(219)
四、著作权的内容	(224)
五、著作权的限制	(229)
六、邻接权	(232)
七、著作权的保护	(234)

八、计算机软件著作权·····	(237)
第二章 著作权法法律应用 ·····	(240)
一、著作权权属纠纷·····	(240)
39. 广西广播电视报社诉广西煤炭工人报社电视节目预告表 使用权纠纷案·····	(240)
40. 陈立洲、王雁诉珠江电影制片公司和王进侵害 著作权纠纷案·····	(245)
41. 刘国础诉叶毓山侵害著作权纠纷案·····	(250)
42. 张义潜诉临潼县华清池管理处署名纠纷上诉案·····	(254)
43. 张延华诉临潼县县志编纂委员会等著作权纠纷案·····	(260)
44. 梅忠恕诉上海蓝波高电压技术设备有限公司侵犯著作 权案·····	(267)
二、著作权侵权纠纷·····	(271)
45. 北京华企多媒体制作有限公司等诉山东电视台侵犯 著作权纠纷案·····	(271)
46. 北影录音录像公司诉北京电影学院侵犯作品专有 使用权纠纷案·····	(276)
47. 陈卫华诉成都电脑商情报社著作权纠纷案·····	(285)
48. 大连音像出版社诉北京市海淀区音像艺术服务社 侵害录音带专有出版权纠纷案·····	(291)
49. 20世纪福克斯电影公司诉北京市文化艺术出版社 音像大世界侵犯著作权纠纷案·····	(296)
50. 美国沃尔特·迪斯尼公司诉北京出版社等侵犯著作 权纠纷案·····	(302)
51. 钱钟书、人民文学出版社诉胥智芬、四川文艺出版社 著作权纠纷案·····	(311)
52. 吴冠中诉上海朵云轩、香港永成古玩拍卖有限公司 侵害著作权案·····	(316)
53. 张承志诉世纪互联通讯技术有限公司侵犯著作权纠纷案·····	(322)
54. 东方计算机技术研究所诉恒开公司、恒开经营部计算机 软件著作权侵权纠纷案·····	(329)

第一编



商标法

第一章

商标法概述

一、商标法概述

(一) 商标的概念

商标是指能够将不同的经营者所提供的商品或者服务区别开来,并可为视觉所感知的标记。商标是商品交换的产物,是商品经济发展到一定程度的必然现象。

1. 商标的特点

商标具有如下特点:

第一,商标的所有者或者使用者是而且只能是商品的生产者、经营者或者服务的提供者。

第二,商标是商品上或者服务上使用的标记。其标志的是商品或者服务,即用于交换的劳动产品或服务。标记的目的是为了出售自己的商品或者向消费者提供某项服务。

第三,商标是标明商品或者服务的来源并且区别同类商品或服务的标记。这是商标最重要的作用。

第四,商标的构成要素包括文字、图形、字母、数字、三维标志和颜色组合,以及上述要素的组合。

2. 商标的作用

商标的主要作用有:

(1) 区别功能。使用商标可以将某商品或服务与其他同类商品或者服务区别出来,也可以将同一商品或者服务的不同的销售者提供者区别开来。因此商标往往代表着商品生产者、服务提供者的信誉。商标有助于维护生产者和经营者的合法权益。

(2) 质量指示功能。同一种商品或者服务因生产者、服务提供者的不同,其质量也有所不同。由于商标代表着不同的商品生产者、服务提供者,因此也表明了商品质量的差别。

(3) 广告宣传功能。既然商标作为一种标志,可以标志商品、服务的质量和企

业的信誉,它自然就成了广告手段,而且人们也可习惯简单地通过商标来购物。

(二) 商标与相关概念的区别

1. 商标与商品名称

商品名称,是指用以区别其他商品而且用在本商品上的称谓,分为通用名称和特有名称。商品的通用名称是对同一类商品的一般称呼,商品的特有名称是标明产地、性能、特点的某一特定商品的名称。根据商标法的规定,商品的通用名称不能作为商标使用;商品的特有名称如果符合法定条件的,可以注册成商标使用。对于他人的注册商标,不能作为自己的商品的名称使用,但是一商标淡化成为商品通用名称时,原商标所有权人便丧失其专用权。

2. 商标与商品装潢

商品装潢是指商品包装上的装饰,其作用在于说明、美化商品,可以对商品进行渲染、夸张,也可以直接表示商品的品质、原料、功能等等,并可以随时更改。而商标的作用在于识别和区别商品,不允许对商品夸大,不允许直接表示商品的品质等,并且具有较高的稳定性。

3. 商标与工业品外观设计

外观设计是对商品本身的美化,受专利法的保护。外观设计受保护的要件之一是富有美感。而商标的目的不在于美化,因此也就不以有美感为受保护的要件。另外,外观设计保护期限只有10年,不能续展;而商标可以通过不断的续展而永久保护。

4. 商标与商号的区别

商号就是企业名称。商号的意义在于识别企业而不是识别商品。在我国商号经登记后受法律保护。商号权排斥相同商号的地域范围比商标专用权小得多。实践中,有时商号被用做商标而加以注册,也有将商标用于企业名称的情况。

(三) 商标的种类

根据不同的标准,可对商标作不同的分类。

1. 平面商标和立体商标

平面商标指以文字、图形或者文字、图形组合而成的标志。平面商标包括文字商标、图形商标和文字图形混合商标等。文字商标是最为常见的商标类型。立