

21

21 SHIJI FAXUE XILIE JIAOCAI JIAOXUE ANLI

世纪法学系列教材教学案例

# 知识产权法案例教程

房绍坤 郭明瑞 总主编

宋红松 编著

法学  
21  
案例



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

21 21 SHIJI FAXUE XILIE JIAOCAI JIAOXUE ANLI  
世纪法学系列教材教学案例

# 知识产权法案例教程

房绍坤 郭明瑞 总主编

宋红松 编著



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

## 图书在版编目(CIP)数据

知识产权法案例教程/宋红松编著. —北京:北京大学出版社, 2005. 3

(21 世纪法学系列教材教学案例)

ISBN 7-301-08678-4

I. 知… II. 宋… 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(2005)第 010421 号

书 名: 知识产权法案例教程

著作责任者: 宋红松 编著

责任编辑: 李 兵

标准书号: ISBN 7-301-08678-4/D·1099

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://cbs.pku.edu.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752027

电子信箱: [pl@pup.pku.edu.cn](mailto:pl@pup.pku.edu.cn)

排 版 者: 北京高新特打字服务社 51736661

印 刷 者: 世界知识印刷厂

经 销 者: 新华书店

730 毫米×980 毫米 16 开本 35.75 印张 678 千字

2005 年 3 月第 1 版 2005 年 3 月第 1 次印刷

定 价: 48.00 元

---

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 翻版必究

## 序 言

法学是一门实用性很强的社会科学,法学教育应当紧密联系立法与司法实践,以培养学生分析问题和解决实际问题的能力。为实现这一目的,传统的法学教学方法、教学内容必须进行改革。目前,各高等法律院校广泛采用的案例教学法,就是众多改革措施中最为重要的一项。案例教学法的实施,促进了法学教育水平的提高,增强了学生的实践能力,是值得推广和倡导的一种教学方法。

2001年,在山东省教育厅的资助下,我们承担了山东省法学教学改革试点专业的教学改革项目。该项目力图通过教学改革,全面提高法学专业的教学质量,培养合格的、能够适应实际需要的法律人才。为此,我们在教学的各个环节上,在强化基础理论的同时,突出强调法学教学的实践性,通过各种方式使课堂教学及课外教学密切联系司法实际。例如,我们不仅将毕业实习安排为一个学期,以便于学生全面掌握司法实际的运作程序,而且经常邀请司法实践部门的同志到校介绍司法实践经验,开设了“法官论坛”、“检察官论坛”、“律师论坛”等,以提高学生的实践认知感。但是,我们认为,仅有这些是不够的,还必须给学生一个经常性的案例教学的手头资料,这就是案例教材。因此,进行案例教学,抓好教材建设是十分重要的,这是搞好案例教学的基础工作。现在各地出版了不少案例教材,但这些案例教材大多只是单纯的案例分析,在体例上是“一案一题”,还缺乏与法律规定、法学理论的有机结合,不利于学生通过案例掌握现行法律规定和相关的法学理论。为此,我们在北京大学出版社的大力支持下,编写了这套全新的法学案例教材,以适应案例教学的需要。

为编写一套质量高、特色鲜明的案例教材,我们进行了广泛的调查分析,总结了现有案例教材的得失,汲取了各方面的意见和建议,以使本套教材能更好地适用教学改革的要求。本套教材具有如下特点:第一,体系新颖。本套案例教材以法学的基本理论为线索,就每个具体理论问题设案情简介、思考方向、法律规定、理论分析、自测案例五个部分,这一体例可以充分地体现实践、法律、理论的结合。第二,内容简洁。本套案例教材力争以简洁的语言明确问题,解析实例,说明法理,使学生能够一目了然。第三,紧密结合法律规定。针对现有案例教材往往脱离现行法规定的缺陷,本套案例教材特别强调现行法的规定,并通过实例帮助学生理解法律的规定,以增强学生自觉适用法律的能力。第四,具有启发性。本套案例教材在每个具体理论问题的设计上都包括有自测案例,其目的就是给学生以充分的思考空间,启发学生运用理论与法律分析和解决问题。

本套案例教材由房绍坤教授、郭明瑞教授任总主编,同时约请具有一定教学经验、有较高法学理论水平的同志担任各分册的主编。由于我们对编写案例教材经验不足,加之司法实践经验的缺失,因此书中不妥之处在所难免。我们真诚地希望广大读者批评指正,以期使本套案例教材能够更好地适用法学教学的需要。

房绍坤 郭明瑞

2003年7月1日

# 目 录

|                  |     |
|------------------|-----|
| 绪论 知识产权法概述 ..... | (1) |
|------------------|-----|

## 第一编 著作权法

|                      |       |
|----------------------|-------|
| 第一章 作品——著作权的客体 ..... | (9)   |
| 第一节 作品及其构成要件 .....   | (9)   |
| 第二节 作品的类型 .....      | (21)  |
| 第二章 著作权人 .....       | (42)  |
| 第一节 作者 .....         | (42)  |
| 第二节 特殊作品的著作权归属 ..... | (49)  |
| 第三章 著作权 .....        | (80)  |
| 第一节 精神权利 .....       | (80)  |
| 第二节 经济权利 .....       | (93)  |
| 第三节 邻接权 .....        | (114) |
| 第四节 著作权的限制 .....     | (127) |
| 第五节 著作权的产生及保护期 ..... | (149) |
| 第四章 著作权的保护 .....     | (158) |
| 第一节 侵权行为 .....       | (158) |
| 第二节 诉讼主体 .....       | (168) |

## 第二编 商 标 法

|                   |       |
|-------------------|-------|
| 第五章 商标 .....      | (185) |
| 第一节 商标的构成 .....   | (185) |
| 第二节 商标的显著性 .....  | (196) |
| 第三节 商标注册的禁例 ..... | (219) |
| 第四节 特殊类型的商标 ..... | (235) |
| 第六章 商标权 .....     | (243) |
| 第一节 商标权的获得 .....  | (243) |

|                         |       |
|-------------------------|-------|
| 第二节 商标权的内容·····         | (255) |
| <b>第七章 商标权的保护</b> ····· | (292) |
| 第一节 侵权行为的类型·····        | (292) |
| 第二节 驰名商标的保护·····        | (307) |

## 第三编 专 利 法

|                          |       |
|--------------------------|-------|
| <b>第八章 专利权的客体</b> ·····  | (323) |
| 第一节 专利客体的类型·····         | (323) |
| 第二节 不授予专利权的客体·····       | (338) |
| <b>第九章 专利权的获得</b> ·····  | (349) |
| 第一节 专利的实质条件·····         | (349) |
| 第二节 专利申请·····            | (375) |
| <b>第十章 专利权</b> ·····     | (385) |
| 第一节 专利权的内容·····          | (385) |
| 第二节 专利权的限制·····          | (401) |
| <b>第十一章 专利权的保护</b> ····· | (418) |
| 第一节 专利侵权判定·····          | (418) |
| 第二节 专利侵权的举证与抗辩·····      | (442) |

## 第四编 与知识产权有关的反不正当竞争

|                               |       |
|-------------------------------|-------|
| <b>第十二章 反不正当竞争法一般条款</b> ····· | (455) |
| 第一节 一般条款的构成·····              | (455) |
| 第二节 一般条款的具体适用·····            | (465) |
| <b>第十三章 不正当竞争分论</b> ·····     | (471) |
| 第一节 具体不正当竞争行为·····            | (471) |
| 第二节 商业秘密·····                 | (481) |
| <b>第十四章 商业标识</b> ·····        | (500) |
| 第一节 商号·····                   | (500) |
| 第二节 地理标志·····                 | (505) |
| 第三节 域名·····                   | (511) |
| <b>附编 知识产权执法</b> ·····        | (521) |

## 绪论 知识产权法概述

---

为什么要保护知识产权？如果不保护知识产权会怎么样呢？

在回答这个问题之前，我们先来看看另一个看似无关的问题。

为什么猪不会灭绝，而大象却濒临灭绝呢？

简单的回答是，你可以把猪养起来，但你不能养大象。但更为深层的原因是，人们饲养的家畜属于私有财产，人们会谨慎地照管他们，以降低自己的风险，获得最大回报。但人们对于大象这类不属于任何人的资源则会倾向于滥用，而不考虑其后果。那么有没有办法让人们像对待猪一样对待大象呢？

为了保护大象，非洲许多国家采取了各种办法。例如，肯尼亚制定了严禁猎杀大象的法律，但收效甚微。统计资料表明，在 20 世纪 80 年代肯尼亚丧失了 80% 的野生大象，每天被猎杀的大象就有十几头。而津巴布韦则制定了不同的制度，规定大象栖息地的村落拥有对大象的所有权，村民有权向观看大象的游客收费，还可以向捕杀大象的猎人收费。这种制度虽然招致了环保主义者的反对，但却收到了良好的效果。20 世纪 70 年代，津巴布韦的大象约三万到四万头，津巴布韦从 1975 年开始实施上述保护制度后，大象的数量稳步增长，80 年代末为 5 万头，目前是 6 万到 7 万头之间。而同时期非洲的大象从 120 万头减少到 60 万头。

对这一案例的经济学解释为，当村民获得大象的所有权之后，大象的生存就与他们的利益休戚相关了。当村民可以向观看大象的游客收费时，他们就不可能会捕杀所有的大象，而是会保护大象不被灭绝，以保障自己的长远利益。他们就会主动地采取保护大象的行动，如为大象留出更多的生存地带，积极配合警察制止偷猎行为等。因此尽管津巴布韦允许每年捕杀 200 头大象，但大象的数量一直在上升，而且津巴布韦一些贫困的村庄也已经利用由此而来的利润建立了学校和医疗站。<sup>①</sup>

这看上去是一个与知识产权无关的问题，但却涉及知识产权制度的一个根

---

<sup>①</sup> 引自 Russell Roberts: 《看不见的心(The Invisible Heart)》，中信出版社 2002 年版，第 250—253、310—311 页。

本问题,即为什么要建立知识产权制度?知识产权制度的优越性何在?

知识产权制度涉及一个基本的政策选择,即智力创造带来的利益如何分配,主要由谁来获得这部分利益更加合理。有两个选择,一个是知识归社会公有,这样虽然降低了社会公众获取、利用知识的成本,但同样也降低了人们创造知识的积极性,要知道公共品总是存在供给不足的问题;另一个就是将知识私有,即通过知识产权制度赋予知识的创造者一定范围内的私有权利,使其可以在一定程度上独享知识带来的利益,这一制度虽然在一定程度上增加了公众利用知识的成本,但为知识的创造提供了足够的刺激,解决了知识供给不足的问题。

可能有人会怀疑这样的结论,认为人类的创新源于探索未知领域的好奇心,而并非为了利益的驱动,即使没有知识产权制度人类也不会停止创新。这的确是一个有力的质疑,然而并不足以动摇知识产权的地位。创新除了需要好奇心之外,还需要资本的投入,尤其是近代以来随着创新活动的日益复杂和规模化,对资本的需求也越来越巨大,如果没有知识产权制度提供的排他性权利,投资者无法预期投资回报,也就不会投资于创新活动。

除了为创新活动提供充分的激励之外,知识产权保护的目的还在于促进知识的传播和利用以及对公平交易的维护。知识产权制度的基础之一是市场制度,知识产权只是赋予了权利人一种对其智力成果的排他权利,这种权利只是赋予了权利人一种市场竞争的优势,即可以在一定时间内制止他人利用其智力成果进行市场竞争。要想获得商业利益,权利人还必须对其智力成果进行商业利用。这样也就自然实现了促进知识传播和利用的目的,自然实现了对社会和经济发展的促进作用。

## 二

知识产权是一个宽泛的概念,那么究竟有哪些权利属于知识产权的范畴呢?下面我们通过一个商业创意市场运作的案例来回答一下这个问题。

原告徐勇为摄影家,多年拍摄北京胡同照片,发现许多游客对北京胡同文化很感兴趣,遂创办了北京第一家开展胡同游览活动的专业性公司——北京胡同文化游览有限公司,在北京首创“胡同游”旅游项目。徐勇精心设计了旅游线路,从北海后门出发,途中主要经过钟鼓楼、银锭桥、恭王府、四合院的居民家等。他还设计了乘坐人力三轮车的旅游方式,并为三轮车设计了红车篷黑车身的外观,为车夫设计了黄坎肩、黑灯笼裤、冬毡帽夏草帽的服饰。原告的三轮车外观及车工服饰这种组合已成为原告“胡同游”旅游品牌中特有的包装装潢,并取得外观设计专利权。

在经营胡同游一段时间后,徐勇发现陆续出现多家公司也开始经营同样的

旅游项目。其中一家名为四方博通的公司,不但旅游线路与其相同,而且三轮车的外观、车夫的服饰也与其相近似。这些公司的进入对徐勇公司的市场收益带来很大冲击,徐遂向法院起诉了四方博通公司,认为四方博通公司采用相同的方式与其经营同样的旅游项目,旅游线路、服务外观均与其相同,侵犯了原告的知识产权。

法院审理后认为,原告自1994年从事“胡同游”服务以来,受到了各方面的关注。由于其服务质量高,并进行了广泛的宣传,原告的“胡同游”服务在北京地区享有较高的知名度,已为相关公众所知悉,应认定为知名服务。

原告为其“胡同游”服务专门设计了三轮车外观及车工服饰,其人力三轮车的外观与从事同类“胡同游”服务所通用的人力三轮车外观有明显区别,故应认定原告设计的三轮车外观及车工服饰为其所特有。

被告在从事与原告相同的胡同游览服务时,使用的人力三轮车的外观及车工的服饰从车身色彩、车工服饰搭配及由此形成的整体风格等方面均与原告相近似,甚至在被告发放的宣传材料中,还使用了原告的车队通过银锭桥的照片。对于胡同游览服务来说,特定的三轮车外观和车工服饰对消费者区别不同服务者提供的服务具备识别作用。因原告的三轮车外观及车工服饰属于知名服务的特有装潢,在消费者对原告的服务装潢已形成特定印象的情况下,被告的上述行为会使消费者将被告的服务与原告的服务相混淆,或使消费者认为被告的服务与原告的服务存在着联系,并认为被告的服务与原告的服务有相同的质量和水平。这些均会对消费者选择服务产生影响。被告的行为无偿占有了原告为其服务装潢的知名度及影响力所付出的努力。并且,被告的使用行为还会降低原告服务特有装潢的显著性,亦会对原告的权益造成损害。被告上述行为构成不正当竞争,应承担相应的法律责任,停止侵权行为,赔偿原告因此所受到的损失。

原告“胡同游”服务的各条线路及途经的主要景点是客观存在的,原告不能因其选择了这些线路及景点,就对其享有禁止他人使用的独占权利,故原告关于被告在相同的“胡同游”服务中选择与其相同的线路及景点作为参观内容构成不正当竞争的主张,法院不予支持。<sup>①</sup>

在这起案件中,原告通过对多种知识产权的运用对自己的商业经营加以保护。一般来说,知识产权保护的客体主要是两类,一是创造性智力成果,一是识别性商业标识,这两类客体在本案中都有体现。保护创造性智力成果的知识产权主要有著作权、专利权,我国在近年来还立法保护集成电路布图设计权和植物

<sup>①</sup> 《北京胡同文化游览有限公司与北京四方博通旅游文化发展有限公司不正当竞争纠纷案》,北京市第一中级人民法院民事判决书(2001)一中民初字第23号,中国知识产权司法保护网, <http://www.chinaiplaw.com/wsjsx/wsjsxdi111.htm>。

新品种权;保护识别性商业标识的知识产权主要是商标权,一些无法得到商标法保护的商业标识还可以得到反不正当竞争法的保护。

对创造性智力成果的保护主要是为了防止他人通过对权利人智力成果の利用与权利人争夺市场利益。在本案中原告对其设计的服务外观申请了外观设计专利,就可以起到防止他人加以模仿进行商业利用的作用。对识别性商业标志的保护主要是为了防止他人模仿,造成消费者对商品或服务来源的混淆、误认。本案中原告的服务外观就作为知名服务特有的外观受到了反不正当竞争法的保护。

知识产权保护主要是防止竞争者通过模仿对权利人的智力成果或商业声誉进行免费搭车,以保护创新者的利益并维护竞争秩序。但知识产权法也非常注意在赋予创新者知识产权的同时,避免这种保护的範圍过大,将本来属于公众可以自由利用的信息纳入保护范围。因此,并非一切智力成果均可受到知识产权的保护,例如本案中原告首倡“胡同游”的创意以及设计的胡同游旅游线路就属于不受知识产权法保护的範圍。

不同的知识产权保护之间的界限并非泾渭分明,在对一些对象的保护中可能发生重叠。像本案中旅游服务的外观,如三轮车的颜色、车夫的服饰等,既可能作为艺术作品得到著作权法的保护,又可能作为外观设计获得专利,还可能作为服务特有的外观得到反不正当竞争法的保护,如果具有显著性的话还可能申请注册商标保护。

这些保护虽然有重叠之处,但又各有特色和侧重。以本案中车夫的服饰和三轮车的外观为例,著作权保护是将其视为作品禁止未经许可复制其表达,外观设计专利则是禁止将相同或近似的外观设计用于同类产品的工业生产,而商标法和反不正当竞争法的保护则侧重于防止冒用和市场混淆。

获得不同知识产权保护的条件和保护的强度也不相同。有人将反不正当竞争法比作仅供遮风避雨的茅棚,意即虽然获得这种保护相对容易,但保护的强度也极低;将著作权法比作有院墙的房屋,比之前者其保护条件和强度都稍高一些;而把专利法比作建立在山巅的城堡,如欲得到庇护需要爬上高高的台阶进入戒备森严的城墙,难度较大,但一旦进入则保护也更为严密。以本案为例,如果得到的是反不正当竞争法的保护,则权利人无权禁止他人在不发生混淆的情况下使用与其三轮车外观和车夫服饰相同的设计;如果得到的是著作权法的保护,则无权禁止他人独立创作出相同的设计并加以使用;如果得到的是专利法的保护,则即使是使用者独立创作出来的相同设计也不得使用。

不同知识产权保护的作用与成本也不相同,权利人可以根据自己的需要加以选择,也可以结合不同类型的知识产权给自己提供更充分的保护。

### 三

作为一种财产权,知识产权与有体财产权有何不同之处呢?这些不同给知识产权保护带来了什么样的特殊性呢?我们还是通过一个案例来回答这个问题。

1993年10月,著名生物学家牛满江经他人介绍与中茵公司法定代表人潘自航相识。同年10月28日,牛满江为中茵公司的产品灵芝孢子粉题词两幅,一幅内容为“贺自航灵芝孢子粉赴美展览,育天下灵丹,除人间绝症”;另一幅内容为“自航灵芝孢子粉,生命科学之光”。牛满江将上述两幅题词交给了中茵公司。1994年三四月间,中茵公司委托南京金城塑料制品厂(简称金城厂)经营部制作了印有牛满江题词手迹“育天下灵丹,除人间绝症”的包装袋500只,每只包装袋装“自航灵丹”(即灵芝孢子粉)2克销售。牛满江于1995年4月28日以中茵公司侵犯其著作权向北京市第一中级人民法院起诉,请求法院判令中茵公司立即停止侵权、公开赔礼道歉,赔偿原告不少于500万元人民币的经济损失及原告因提起本案诉讼而支出的费用。

被告辩称,牛满江的题词是其主动赠予的,其内容是直接对灵芝孢子粉的赞誉,在灵芝孢子粉商品包装上使用此题词,只是再现对产品赞誉本身这一客观事实。牛满江未规定在灵芝孢子粉的包装上不能使用其题词,故这种使用不应视为侵犯著作权。

法院认为:牛满江为中茵公司产品的题词为书法作品,具有独创性,符合作品的构成要件,应受著作权法保护。牛满江虽然将该作品的原件交给了中茵公司,但并未将该作品的著作权一同转让。中茵公司取得了牛满江题词原件的物权,但没有取得著作权。中茵公司未经牛满江许可,擅自使用牛满江的作品,其行为构成了对牛满江著作权的侵害,应承担侵权的民事责任。<sup>①</sup>

这是一个比较具有代表性的案件。被告虽然获得了原告书法作品原件的所有权,但并未获得该作品的著作权,因而也就无权对该作品进行复制。这个案件体现出,知识产权保护的客体是与有形财产不同的无形财产,知识产权的目的并不在于对物质性的有形财产的控制和利用,而是对借助物质载体表现出来的无体的信息的控制。

由于知识产权的客体属于无形财产,导致知识产权权利保护范围和条件的界定均较为困难。除非被控侵权者对原告的智力成果进行的是原样照搬的模

---

<sup>①</sup> 《侵犯牛满江题词作品著作权案》,最高人民法院(1997)知监字第66号民事判决书,中国知识产权司法保护网,<http://www.chinaiprlaw.com/alfx/alfx78.htm>。

仿, 否则即使是对保护对象界定最清晰的专利权, 在认定被控侵权者是否实施了专利技术这一问题上也存在较大困难, 而在版权和商标保护中, 如何确定实质性复制作品以及使用近似商标就更为困难。知识产权保护的条件也存在较大主观性, 如著作权的独创性、专利权的创造性以及商标权的显著性, 在认定时均受到判断者主观的影响。

正是由于保护客体的特殊性, 知识产权保护往往是一种很难在事先明确的保护。这种保护通常需要等到案件发生后, 由法官在个案中根据知识产权规则加以明确。因此, 知识产权的保护更加依赖诉讼, 英美法中将其称之为“诉讼中的准物权”就体现了知识产权的这一特点。这一特点也决定了在知识产权法学习中案例分析的重要性。面对主观性很强的知识产权规则, 先例所积累的经验一方面是理解这些模糊的规则的关键, 另一方面也是克服主观性、增强知识产权规则可预见性的工具。

知识产权客体的无形性是导致知识产权保护更加困难的原因。由于非物质性的信息易于复制和传播的特点, 知识产权侵权更加容易也更加隐蔽。不像有形财产那样, 知识产权权利人无法对信息进行事实上的排他性独占, 其所获得的权利仅仅是一种禁止他人利用的法律权利, 证明侵权行为的存在以及进一步证明遭受的损失也都更加困难。这些特点决定了要有效保护知识产权需要运用与有体财产权保护不同的措施。

---

## 第一编 著作权法

---



# 第一章 作品——著作权的客体

## 第一节 作品及其构成要件

著作权的客体是作品。《中华人民共和国著作权法实施条例》<sup>①</sup>第2条规定:“著作权法所称作品,是指文学、艺术和科学领域内具有独创性并能以某种有形形式复制的智力成果。”学理上通常认为,作品的构成要件有三:1. 作品是思想的表达;2. 表达须具有独创性;3. 能够以有形形式复制。下面分别讨论作品的构成要件。

### 一、作品是思想的表达

版权理论认为,作品由“思想(idea)”和“表达(expression)”两种成分构成,“思想”是作品内在的主观成分,将“思想”通过可以为人的感官所感知的客观形式表现出来就构成了“表达”。因此,表达实际上就是作品,作品是思想的表达。著作权法对作品的保护只能及于表达,对于作品中的思想,以及在作品中被描述、解释、分析和包含的任何事实、工艺流程、过程、系统、操作方法、概念、规则等,都不属于著作权保护的范围。<sup>②</sup>

#### (一) 案情简介

##### 1. 金正 VCD 诉摩托罗拉案<sup>③</sup>

原告东莞市金正科技电子有限公司为其金正 VCD 机产品制作电视广告。该广告的画面主要是熊熊燃烧的烈火,配以伽利略、哥白尼、布鲁诺、李时珍、屈原等人物的头像,金正 VCD 机产品和“真金不怕火炼,金正 VCD”的广告词。该广告从 1997 年 6 月开始在中央电视台播出。1997 年 12 月,被告摩托罗拉(中国)电子有限公司为其 GP88 无线电对讲机设计制作平面报纸广告,并刊登在《广州日报》和《深圳日报》上。该广告的主要画面为对讲机在熊熊燃烧的烈火中燃烧,配以“真金不怕火炼”的广告语及“摩托罗拉 GP88 无线电对讲机”的文字。

<sup>①</sup> 以下简称《著作权法实施条例》。

<sup>②</sup> 参见唐广良、董炳和:《知识产权的国际保护》,知识产权出版社 2002 年版,第 196—197 页。

<sup>③</sup> 参见《金正科技电子有限公司诉摩托罗拉(中国)有限公司抄袭其广告作品制作自己产品的广告侵犯著作权案》,载《人民法院案例选》2000 年第 2 辑,人民法院出版社 2000 年版。

东莞市金正公司向广州市中级人民法院起诉称:被告摩托罗拉公司在《广州日报》等报刊上刊登的《摩托罗拉 GP88 无线电对讲机广告》广告语和广告画面与其金正 VCD 机广告如出一辙,无论是广告创意还是表现手法,均抄袭了原告的广告,侵犯了原告的著作权,应承担“停止侵害、消除影响、赔礼道歉、赔偿损失”的民事责任。被告摩托罗拉公司答辩称:原告不是“真金不怕火炼”一语的著作权人。该语作为一个成语早就被收录入各类词典中,作为一句广泛流传并使用的俗语早就进入了公有领域,任何人使用该语均不需要经过授权。“真金不怕火炼”的广告创意不是著作权法保护的客体,著作权法所保护的是作品的表现形式,并不保护作品的思想、创意等内容本身,因此请求法院驳回原告的诉讼请求。

法院认定:原告在电视、杂志、户外广告牌等媒体上为其金正 VCD 产品所作的广告,分别属于电视作品和美术作品,其著作权受我国著作权法保护。我国著作权法只保护作品的表达形式,而不保护作品的思想。双方的作品虽然都表达了“产品可经受考验”的意思,也都配以火焰和所宣传的商品来表达此意思,但将被告刊登在报纸上的摩托罗拉 GP88 无线电对讲机的广告和原告的上述作品相比较,两者在火焰的形状、图案、广告语的字体、排列以及所作广告的产品名称及图案等方面都有较大的区别,两者的表达形式差异较大。由于二作品画面明显不同,且表达此种思想的通常方式也就是火和物相映,因而尚不足以认定被上诉人的作品构成对上诉人作品的抄袭、剽窃。“真金不怕火炼”一语已是家喻户晓,也不能作为上诉人的作品来保护。法院判决驳回原告的诉讼请求。

## 2. 《末代皇帝的后半生》著作权案<sup>①</sup>

原告李淑贤(溥仪遗孀)与被告贾英华曾是邻居,贾英华曾帮助李淑贤整理溥仪的日记及其他遗留文字,并整理李的一些口述资料。他们以署名“李淑贤”、“贾英华整理”的方式将整理的有关文章发表于杂志上。随后,李淑贤将存放在李处的溥仪日记等整理成果全部交给王庆祥,后者利用上述资料完成了《溥仪的后半生》一书,于 1988 年出版。与此同时,贾英华自费采访了三百余人,包括与溥仪一道被特赦、从抚顺到北京的人、溥仪去世前守候在病榻旁的人,查阅了大量档案资料,在此基础上完成了《末代皇帝的后半生》一书,于 1989 年出版。

李淑贤与王庆祥向法院起诉,指控贾英华的《末代皇帝的后半生》一书,在主题思想及史实排列顺序上与《溥仪的后半生》相同,抄袭了《溥仪的后半生》一书达 70% 以上,构成侵犯著作权,要求被告公开道歉,销毁存书,不得再印刷出版,并且赔偿经济损失等。被告贾英华辩称:《末代皇帝的后半生》一书是被告自己根据调查、收集并整理的历史资料独立创作完成的,根本不存在抄袭李、王一书的行为。

<sup>①</sup> 参见郑成思主编:《知识产权案例评析》,法律出版社 1994 年版,第 2—7 页。