

刘家琛 主编

JUAN SHUOFA CONGSHU · JUAN SHUOFA CONGSHU

举案

JUAN SHUOFA CONGSHU 举案说法丛书 JUAN SHUOFA CONGSHU

说法

JUAN SHUOFA CONGSHU · JUAN SHUOFA CONGSHU

常见知识产权纠纷
案例解

四川人民出版社

常见知识产权纠纷 案 例 解

主 编：刘家琛

副主编：耀振华

撰 稿：王启庭 汪世波

杨 桦

四川人民出版社

2001年·成都

图书在版编目 (CIP) 数据

常见知识产权纠纷案例解/刘家琛主编. —成都: 四川人民出版社, 2001.9

(举案说法丛书)

ISBN 7-220-05493-9

I. 常... II. 刘... III. 知识产权-民事纠纷-案例-分析-中国 IV. D923.405

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 035637 号

CHANGJIAN ZHISHI CHANQUAN JIUFEN ANLI JIE

常见知识产权纠纷案例解

刘家琛 主编

责任编辑
封面设计
技术设计
责任校对

罗晓椿
文小牛
杨 潮
伍登富

出版发行
网 址

四川人民出版社 (成都盐道街 3 号)

[http://www. bookss. com](http://www.bookss.com)

E-mail: [scrmcbsf @ mail. sc. cninfo. net](mailto:scrmcbsf@mail.sc.cninfo.net)

防盗版举报电话

(028) 6679239

印 刷

内江新华印刷厂

开 本

850mm×1168mm 1/32

印 张

14.75

插 页

4

字 数

339 千

版 次

2001 年 9 月第 1 版

印 次

2001 年 9 月第 1 次印刷

印 数

1-10000 册

书 号

ISBN 7-220-05493-9/D·744

定 价

18.60 元

■ 著作权所有·违者必究

本书若出现印装质量问题, 请与工厂联系调换



《举案说法丛书》简介

江泽民指出：“依法治国，是党领导人民治理国家的基本方略，是发展社会主义市场经济的客观需要，是社会文明进步的重要标志，是国家长治久安的重要保障。”增强全民法律意识，是实现依法治国的必备条件。随着我国经济的发展和社会的进步，各类经济活动和社会活动中遇到的法律问题越来越多，人们也迫切需要了解 and 掌握法律知识。为了向广大读者特别是青少年普及法律知识，提高法律素养，特推出一套《举案说法丛书》。

《举案说法丛书》是一套内容十分丰富的书。丛书（第一批）分为8个分册，分别讲述了刑事、民事、经济等方面的常用法律。作者根据各门法律的结构体系选用案例，每个分册都选用近百个案例，然后根据案例来解释法律、说明法律。这些案例涉及社会的各个领域，都是从近几年来全国各省、市、自治区发生的真实案件中筛选出来的，反映了丰富多采的经济生活和社会生活中千姿百态、扑朔迷离的现象，作者再从这些案例中分条分款地对照法律知识来加以解说。通过整套丛书，读者可以从许许多多案例中，生动、具体地了解多部法律及相关法规的有关知识。



这对广大读者学法、懂法、守法，运用法律武器来保护自身的合法权益非常有益。

《举案说法丛书》的主编是最高人民法院副院长、资深大法官刘家琛。他虽然多年从事法院领导工作，但他始终是法学界、司法界从事法学研究并不遗余力呼唤法治的忠诚战士，被誉为专家型的领导干部，主编了多部法律知识方面的图书。他认为全国人民特别是广大青少年法律素质的提高，是实现依法治国，建立社会主义法治国家宏伟目标所必须具备的基本条件，也是国家长治久安的希望所在。而广大青少年又是祖国的未来和希望，编著这套丛书的意义就在于构筑一个法治希望工程。鉴于此，他组织我国法学界和司法界的专家、教授以及专家型法官，倾注很大心血编写了这套丛书。这套丛书的编写，得到了最高人民法院、最高人民检察院、司法部、共青团中央、中国教育电视台等单位及有关领导的高度重视和大力支持。

这套丛书可读性极强，案例典型生动，法律解释精辟、准确，浅显易懂。广大读者可从这些真实但又离奇的案例的叙述和解释中，轻松又深刻地领悟到法律知识的精华。

这套丛书适合于广大政法院校师生、青少年学生、解放军、武警部队战士，以及全社会其他阶层人士阅读。

内 容 提 要

随着科学技术的发展和知识经济时代的到来，知识产权越来越受到人们的重视。该书通过95个案例，简明扼要地阐明了著作权法、商标法、专利法的基本知识。



《举案说法》丛书编委会

总策划：刘家琛 最高人民法院副院长
顾 问：张 穹 最高人民检察院副检察长
刘 飏 司法部副部长
赵 勇 共青团中央书记处书记
主 编：刘家琛
副主编：夏吉先 杨泽民 朱天水
编 委：（以姓氏笔画为序）
邓星盈 刘家琛 朱天水 李钻连
邹玉利 罗书平 罗由沛 杨泽民
夏吉先 袁久勇 赵卫东 谭昌华
耀振华



目 录

1. 商品分类及商品分类的方法	(1)
2. 注册商标与注册商标的种类	(6)
3. 注册商标的法律性质与法律效力	(11)
4. 商标申请注册的注册原则	(16)
5. 商品通用名称与注册商标的区别	(20)
6. 注册商标与商品标记近似不予注册	(25)
7. 国徽不能作为商标申请注册	(29)
8. 缺乏显著性特征的商标不予注册	(34)
9. 商标注册不当应予撤销	(39)
10. 商标注册的审查和核准	(44)
11. 驳回商标注册的法定复审程序	(49)
12. 商标异议的法定复审程序	(54)
13. 外国企业在我国注册商标的原则和法律程序	(58)
14. 商标代理人的资格及代理程序	(63)
15. 注册商标的转让与续展	(68)
16. 商标许可合同中当事人的权利义务	(73)



17. 商标侵权的构成要件	(78)
18. 驰名商标与近似商标	(83)
19. 加工承揽中商标侵权的认定	(88)
20. “狗不理”包子商标权的归属	(93)
21. 商标印刷厂截留和印制注册商标构成侵权	(98)
22. “天津大发”面包车商标的灭失	(103)
23. 葡萄酒包装侵犯“万宝路”商标权	(108)
24. 擅自制造他人注册商标应承担法律责任	(113)
25. 逆向假冒他人商标构成商标侵权	(118)
26. 留置产品引起的商标纠纷	(122)
27. “龙泉”与“龙泉七星”宝剑商标权纠纷	(126)
28. 制造销售假“西凤酒”构成犯罪	(130)
29. 商标侵权损害赔偿的计算	(135)
30. 发明专利“创造性”条件的判断	(140)
31. 设计人资格的认定	(145)
32. 对发明创造享有先用权的判断	(149)
33. 先用权人“原有范围”的确认	(153)
34. 利用专业知识作出的发明性质的认定	(158)
35. 职务发明与非职务发明的界线	(162)
36. 以技术方案完成时间判断职务发明	(167)
37. 从发明创造的过程判断是否为职务发明	(173)
38. 相同主题申请专利的申请日的确定	(177)
39. 专利权归属的认定	(181)
40. 专利申请权的认定	(185)
41. 专利申请权的共有	(189)
42. 外观设计专利权无效的认定	(193)



43. 实用新型专利权无效的认定	(197)
44. 专利申请权与专利权主体的一致性	(202)
45. 智力活动的规则与方式不能授予专利权	(207)
46. 对技术方案的验证与实施不享有专利权	(211)
47. 科学研究与实验使用他人专利不构成侵权	(217)
48. 专利权保护期终止后的实施行为不构成侵权	(222)
49. 未全部覆盖专利保护的必要技术特征不构成侵权	(226)
50. 超出先用权的限制而制造销售的行为构成侵权	(231)
51. 缺少独立权利要求的必要技术特征不构成侵权	(236)
52. 实施从属专利技术须得到在先专利权人许可	(241)
53. 缺少专利保护范围的一个技术特征不构成侵权	(246)
54. 间接侵害专利权的认定	(250)
55. 专利权受侵害的利害关系人	(254)
56. 专利申请阶段的技术转让合同纠纷	(258)
57. 专利实施许可合同中的侵权纠纷	(263)
58. 专利申请权可以协议转让	(268)
59. 专利实施许可合同纠纷	(272)
60. 作品的种类	(276)
61. 作品的法律特征	(281)
62. 委托作品的法律特征	(286)
63. 共同创作作品的认定	(291)
64. 作品完整权与专有出版权的保护	(297)
65. 职务作品及其著作权的认定	(301)
66. 单位作品与职务作品的认定	(307)
67. 复制品与作品的区别	(313)



68. 外国作品受保护的条件的	(317)
69. 丢失作品原稿构成侵权	(323)
70. 计算机软件著作权的法律保护	(328)
71. 著作权许可使用合同纠纷	(334)
72. 民间文学作品的法律保护	(340)
73. 合作作品及其著作权的认定	(344)
74. 篡改他人摄影作品做广告构成侵权	(349)
75. 侵犯著作权构成犯罪的认定	(355)
76. 未经同意进行营业性演出的法律后果	(360)
77. 教学科研性的合理使用不构成侵权	(366)
78. 抄袭与介绍评论性合理使用的区别	(372)
79. 假冒署名侵犯被假冒人的著作权	(378)
80. 历史题材作品的巧合与抄袭	(383)
81. 表演者邻接权的保护	(388)
82. 录音录像制作者邻接权的保护	(394)
83. 作品改编的法律后果	(399)
84. 错印作者姓名侵犯署名权	(404)
85. 讲演稿的著作权法保护	(408)
86. 著作权继承的法律效力	(413)
87. 侵犯商业秘密的构成要件	(418)
88. 擅自相互披露、使用他人商业秘密纠纷	(422)
89. 非法获取商业秘密构成侵权	(426)
90. 自动离职将原厂的商业秘密供他人使用构成侵权	(431)
91. 以利诱手段获取使用他人经营信息的商业秘密 构成侵权	(436)



92. 违反保密协议使用商业秘密构成侵权·····	(441)
93. 利用职务之便将本厂技术秘密提供他厂使用构成侵权 ·····	(445)
94. 以利诱方式获取他人商业秘密构成侵权·····	(450)
95. 窃取并使用他人商业秘密构成侵权·····	(456)



1. 商品分类及商品分类的方法

举 案

霞浦电子仪器厂从 70 年代中期开始生产推拿机, 1978 年开始在该产品上使用“康乐”牌商标。1981 年霞浦电子仪器厂向国家商标局申请注册“康乐”牌文字商标, 并于 1983 年 5 月 30 日核准注册, 取得“康乐”牌商标的专用权, “康乐”牌商标核定使用的商品为电动推拿机。1984 年霞浦电子仪器厂又推出了新产品电子针灸按摩器, 并在同年 11 月经某省电子工业总公司批准开始批量生产 Ly—5 型电子针灸按摩器, 因电子针灸按摩器是未经核定使用的商品, 该厂便以“康乐”文字作为非注册商标使用在电子针灸按摩器上。1984 年“康乐”牌 Ly—5 型电子针灸按摩器荣获省优质新产品称号, 1985 年 6 月被轻工部评为全国轻工业优秀新产品, 1986 年 12 月被电子工业部评为部级优质产品。

某市延庆磁疗器械厂成立于 1986 年 8 月, 该厂以“康乐”作为其商品磁块的名称, 生产并销售“火光”牌 SC—A、B、C



型“康乐”磁块，并在产品包装上突出使用“康乐磁”字样。1989年5月10日延庆磁疗器械厂向国家工商行政管理局商标局申请注册的“耿”字牌商标被批准注册，于是将原非注册商标“火光”牌改为注册商标“耿”字牌。另外延庆磁疗器械厂厂长耿某在80年代初曾任某省某市磁疗器械厂厂长，SC—A型磁块是耿某在此期间独立研制。某市磁疗器械厂成立于1981年，该厂在80年代初期曾生产和销售过SC—A磁块，并以“康乐”作为该产品名称。1986年8月耿某离开某市磁疗器械厂，到延庆磁疗器械厂任厂长。

1987年起，霞浦电子仪器厂研制的“康乐”牌电子针灸按摩器和延庆磁疗器械厂研制的“火光”牌康乐磁同时在北京西单商场、北京东风市场销售。在市场销售中因“康乐”文字的使用造成了消费者的混淆和误购，因而双方发生纠纷。

霞浦电子仪器厂遂向国家工商行政管理局商标局申请在电子针灸按摩器上注册康乐文字商标，1988年10月30日获得核准。1988年11月霞浦电子仪器厂就本案争议上告到某县工商局，后被移交某市工商局处理。1989年8月该市工商局通知霞浦电子仪器厂：延庆磁疗器械厂用康乐作为磁疗商品的名称，虽有不妥之处，但尚未构成对你厂注册的康乐商标专用权的侵犯。霞浦电子仪器厂对市工商局的通知不服，遂于1992年2月10日向某市中级人民法院提起诉讼。

霞浦电子仪器厂称：“康乐”商标用于我厂生产的电子针灸按摩器是经国家工商行政管理局商标局依法核准的注册商标，对“康乐”牌商标享有商标专用权。延庆磁疗器械厂生产销售的磁块取名为“康乐磁”，从而导致了消费者的误认误购。延庆磁疗器械厂的行为已侵犯了我厂的“康乐”商标专用权，请求法院依



法制止侵权行为，并判令被告赔偿经济损失 60 万元人民币。

延庆磁疗器械厂则称：我厂将“康乐磁”文字作为商品名称使用并不违反商标法的有关规定。我厂生产的“康乐磁”自 1983 年即投放市场，行销全国，出口东南亚地区，“康乐磁”作为商品的特有名称享有较高的知名度。另外我厂生产的康乐磁与霞浦电子仪器厂生产的电子针灸按摩器的产品名称、外形结构、性能用途、产地、包装等方面均有不同，因此，消费者不会对“康乐磁”和“康乐”牌电子针灸按摩器产生混淆的误认，故要求法院驳回霞浦电子仪器厂的诉讼请求。

法院审理认为，《中华人民共和国商标法》只保护商品注册商标，并不保护商品的名称，虽然延庆磁疗器械厂生产的“康乐磁”早在 80 年代初期已投放市场，但并未依法注册获得法律保护。按照国际惯例和我国的一贯做法，商品分类主要遵循功能用途是否相同类似的原则。延庆磁疗器械厂生产的“耿”字牌磁疗器，其功能和用途与霞浦电子仪器厂生产的康乐牌电子针灸按摩器基本相同，都是医疗器械，均有止痛功能，用于治疗关节炎、神经痛等病患，两者属于类似商品。现延庆磁疗器械厂将注册商标为“耿”字牌的磁疗器取名为康乐磁疗器，其康乐名称构成了对霞浦电子仪器厂康乐注册商标专用权的侵犯，属侵权行为。

说法

本案法院的认定涉及两个法律问题，即何为商品的分类；同种或类似商品划分的标准。

判断商品是否属同类或类似是认定是否侵犯了商标注册专用权的一个重要条件，因此，如果两个生产者、经营者使用同一名



称的商标，是否构成侵权就要看这两个生产者、经营者生产的产品是否属于同一种产品或者虽然不属于同一种但属于同一类产品。属同种或同类就可能构成侵权，否则不构成侵权。

同一种商品简称同种商品，这是商标法上的法律术语，是否属同种是按其原料、形状、性能、用途等因素及习惯来判断，有些商品的原料、外观不相同，但从消费情况考虑，两者本质上具有同一性，应视为同一种商品。例如，收音机、录音机、电唱机、扬声器、音箱，虽然其用途、结构不同，但是在组合音响这一概念上属于同一商品。又如，自行车用的车架、车条、车轴、车圈、车闸用途不同，但是在自行车零部件这一概念上也应属于同一商品。因此，在商标审查实际中，同一种商品的概念并不是指完全一样的相同商品。对于商标注册用商品和服务国际上的分类，于1957年在法国的尼斯签订了《商标注册用商品和服务国际分类尼斯协定》，简称《尼斯协定》，1967年在斯德哥尔摩修订，1977年在日内瓦修订，1979年、1990年再次修改。到目前为止，商标注册用商品和服务国际分类已经做了5次修改。1991年出版第6版国际分类。修改后的《尼斯协定》按类别顺序排列的商品和国际分类共有42个类别，其中商品类别为34个；服务类别为8个。类下又分为一万多个小项，以便于商标申请人指明自己的商标将在哪个或哪些项目的商品或服务上申请注册，也便于商标转让或许可使用时，指明适用范围。我国已于1988年11月1日起正式采用《尼斯协定》对商标注册用商品和服务的分类。

类似商品亦是商品法律术语，一般是指两种或者两种以上的商品在所用原料、功能、用途、外观形状以及销售场所等方面，具有一定程度的共同点，如果在这种具有共同点的商品上使用相



同或者相类似的商标容易引起混淆，使消费者误认为是同一个企业生产的商品。判断商品是否类似，既要考虑商品本身，还应考虑商品与商标的关系，也就是在某些商品上使用相同或者近似的商标时是否会使顾客误认为这些商品是同一企业生产的。如果是后一种情况，即使商品本身不会引起误认和混淆，也应将这些商品视为类似商品。各国商标注册机关对于商品类似的判断没有统一的标准，大都是根据生产、销售的实际情况和商品在流通过程中的习惯来掌握确定。我国 1988 年 11 月 1 日以后，采用国际商品分类，国家工商行政管理局商标局根据我国的实际情况结合国际商品分类的规定，制定了类似商品分类表，主要以商品的用途和销售作为类似商品的划分原则，从而使商品的类似划分更加合理、科学。前述的“康乐”商标侵权，就是依据该表第十大类第二小类似类群中包括了电疗器械和磁疗器械，电子针灸按摩器属电疗器械，磁块属磁疗器械，因此二者属类似商品。同时，这两种商品在销售中发生了频繁的消费者误认误购。