



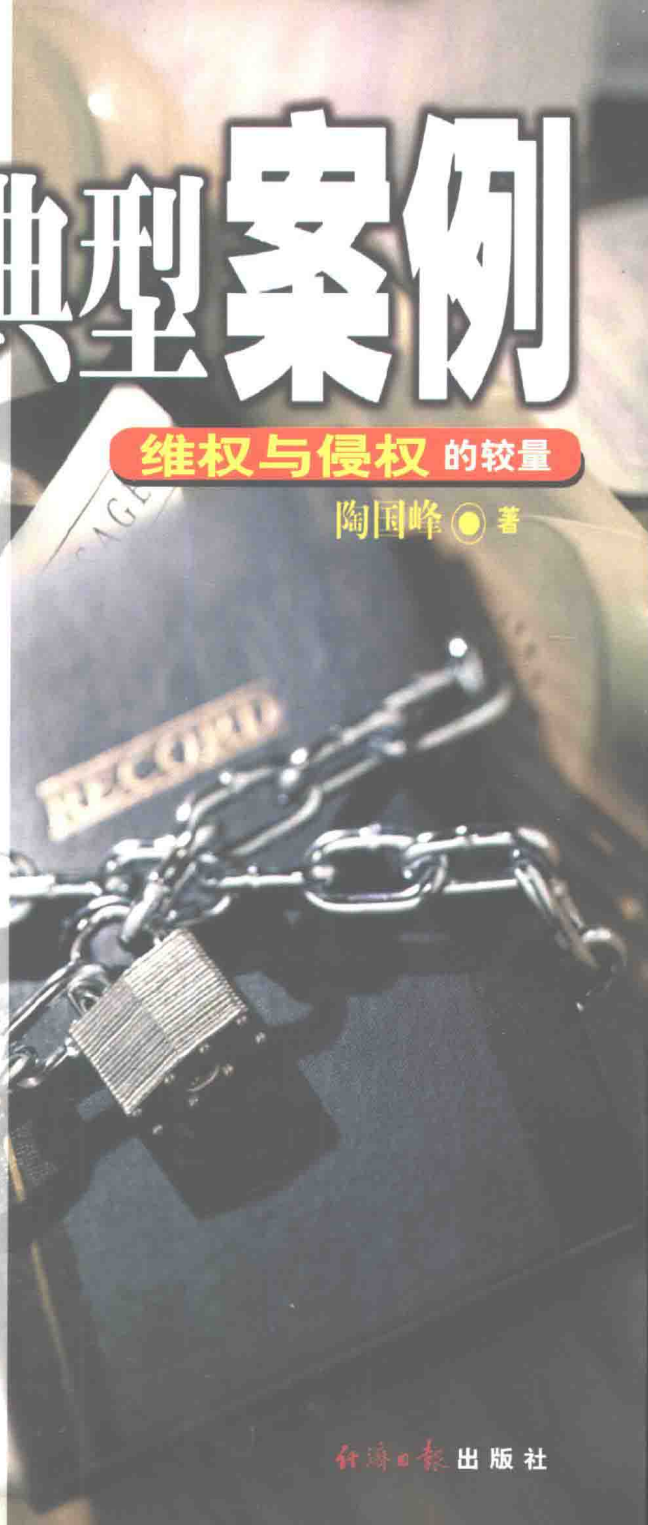
热点案例丛书

# 商标典型案例

维权与侵权 的较量

陶国峰 ● 著

LAST



经济日报出版社

热点案例丛书

# 商标典型案例

——维权与侵权的较量

经济日报出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

商标典型案例/陶国峰著. - 北京: 经济日报出版社,  
2001.9

ISBN 7-80127-912-3

I. 商… II. 陶… III. 商标管理-案例-中国  
IV. D923.435

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 060215 号

## 商标典型案例——维权与侵权的较量

---

|          |                                                                                      |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 主 编      | 陶国峰                                                                                  |
| 责任编辑     | 张晓猛                                                                                  |
| 责任校对     | 况 木                                                                                  |
| 出版发行     | 经济日报出版社                                                                              |
| 地 址      | 北京市宣武区白纸坊东街 2 号 邮编: 100054                                                           |
| 电 话      | 010-63567684 (总编室) 63567690 63567691 (编辑部)<br>63567683 63567693 (发行部) 63567687 (邮购部) |
| 网 址      | edp.ced.com.cn                                                                       |
| E - mail | edp @ ced.com.cn                                                                     |
| 经 销      | 全国新华书店                                                                               |
| 印 刷      | 北京金特印刷厂                                                                              |
| 开 本      | 850×1168 毫米 32 开                                                                     |
| 印 张      | 10 印张                                                                                |
| 字 数      | 210 千字                                                                               |
| 版 次      | 2001 年 9 月第一版                                                                        |
| 印 次      | 2001 年 9 月第一次印刷                                                                      |
| 书 号      | ISBN 7-80127-912-3/D·88                                                              |
| 定 价      | 18.00 元                                                                              |

---

版权所有 盗版必究

## 总 序

经济生活中每日每时发生着许多事情，有的当可称为教训，令人警醒；有的当可称为创举，给人启迪。集纳这些典型案例，并力图做尽可能准确、生动、深入浅出的评述，是一件有益于国家和社会的事，也是不少经济、法制、管理工作者和广大读者感兴趣的事。有鉴于此，这套名为“热点案例”的丛书应运而生。

先说“热点”。

热点就是焦点。而焦点绝不是一个华丽的名词，相反，它是一个实实在在的特殊存在。光、热、声的辐射、传播，总有“发散”或“会聚”的一点，那一点就是焦点。此外，初通几何学的人都了解：椭圆内有两个特定的点，它们到椭圆弧上任何一点的距离之和总是相等的，这两个点就是椭圆的焦点。许多城市的科技馆中都不难看到：在一个双曲面中，一根直棒能不磕不碰地在其中自由旋转，这出乎情感之外、在乎物理之中的奇特现象，正是椭圆焦点理论的一个活生生的例证。

“焦”与“热”在汉字中关系密切。古人造字，“焦”者，即将短尾羽毛的鸟放在火上烤是也。唐代老杜（甫）在《茅屋为秋风所破歌》中云：“唇焦口燥呼不得”，小杜（牧）在《阿房宫赋》里说：“楚人一炬，可怜焦土”。今天常说的焦灼不安、焦炭、焦耳等等无不与热功或能量相关。“热点”

或许不如“焦点”来得深邃、时尚，但却比“焦点”通俗、直白。

在社会生活中，焦点包括“是”与“非”、“利”与“害”、“美”与“丑”、“善”与“恶”、“消”与“长”、“成”与“败”……而它们的“发散”、“会聚”与增减损益，其复杂程度、影响力度远远超出了自然界。

再看“案例”。

有法律知识的人都了解，在西方海洋法系的国家（英国、美国等），判例是国家法制的重要组成部分；判例就是司法审判中出现的有指导、借鉴、参考意义的典型案例；

当今 MBA——工商管理硕士教程风行世界，而最著名的美国哈佛大学商学院的 MBA，就是重点以案例的收集、编写、评论为主要教学内容的；

社会生活中，每日每时地发生着“案例”，然而，有大量的案例不“典型”、不“普遍”，很快就被人忘却了；与此相反，也有不少案例一旦发生，就产生振聋发聩的轰动效应，或让人觉得山鸣谷应，或让人感到万籁俱寂；或让人压抑郁闷，或让人海阔天空。

人是“热点”的中心，人是“案例”的主角。从学术角度看，人可以是“生物的”人，人可以是“经济的”人，人更是“社会的”人。

人人都可以欣赏、品味着生产、生活中的种种案例，同时，人人又都可能是形形色色案例的诱发者、参与者、甚至是导演者。

尼克如何搞垮了英国巴林银行……日本驰名世界的“山一证券”怎样走向崩溃……韩国的“大宇”泡沫如何破灭

……商场如战场，世事如棋，棋如人生……猫戏鼠、蛇吞象、老鹰抓小鸡、瞒天过海、杀人越货、蚕食鲸吞、尔虞我诈；不战而屈人之兵；鹬蚌相争，渔人得利……还有，放长线，钓大鱼与医得眼前疮，剜却心头肉；博弈心理与囚徒困境……

当今社会，大千世界，可称为“热点案例”者形态各异，不同领域、不同行业无不各自演绎着各自的“热点”与“案例”。而我们这套“热点案例”丛书则限定在经济生活领域中所发生的种种新情况、新课题、新形态，这里流动着时代的血脉，浸润着现实的气息，附着着沸腾的生活。

经济生活既聚焦在商品劳务供求和货币资本的盈亏上，更定格在人的情感欲求与社会的游戏规则上，稍加注意就能随时随地发现：瞧着做蛋糕的眼睛很多，盯着切蛋糕的眼睛更多。埋头做蛋糕的有之，偷偷窃取于私和作伪于“挖”蛋糕的人更有之。

围绕着商品生产、流通、交换的过程和环节，“经济的”人随时随地编织着故事，上演着传奇，展示着沧桑。我们既要说——货币的每一个毛孔里都充满着血腥和铜臭；我们更要说货币、商品与劳务的每一个细胞都闪烁着美好生活的风采与荣光；今天的世界如此多姿，正是商品劳务在不断生产交换中焕发的灵气；没有或缺乏生产和交换，世界就不会有今天这样绚丽。因此，撰写编纂“热点案例”不仅仅是为了展示过去，更是为了追寻更加美好的未来。

“热点”意味着倾心与关切，“案例”包含着情节和故事；而在聚焦“热点案例”的同时，伴之以鞭辟入里的分析与评判——解剖典型，梳理现象，揭示规律，这就是情与理

的碰撞、感性与智慧的交融，也是“热点案例”源于生活，又高于生活之所在。惟其如此，“热点案例”才能多少做到：启迪思想，丰富理论，指导实践，昭示过去，预警未来。

钱凤元

## 专门家的魅力

### ——本书代序

卢跃刚

国峰是中国新闻界典型的专家型记者。他的报道，侧重于中国社会主义市场经济转型中的法律问题。据我所知，本次结集出版的报道，仅是他发表的报道之一部分，他的日常报道涵盖了知识产权相关法律的所有领域，计有商标法、专利法、著作权法、反不正当竞争法等等。

所谓“专家型记者”，是指在某一领域报道或言论有着很好的社会公信度和权威性，他的职业水准和勇气、知识储备、判断能力有其独立的特性，一旦呈现，不管是业内，还是所涉及的专业领域，不能不重视，或者不可逾越。“哦，这个问题，谁谁谁是专家，他关注了吗？他是怎么看的？”

20世纪90年代，我和国峰联手做过一些案例，比如湖南娄底非法拘禁人民代表案，比如“亚细亚风波”，比如“茅台”与“贵州醇”大战，比如“田力宝”生物肥料；一起讨论的案例无数。我读过他的大多数报道，然而，我看到他结集出书时，还是小吃了一惊。

他从1986的“红梅”电器商标纠纷开始，真假“猴王”、“金华火腿”、“三九胃泰”、“天坛”家具、“21金维

他”、“两面针”、“贵州醇”、“杜康”酒、“桂花陈”、“口子酒”、“椰风”、“椰树”、“五笔字型”、“蝴蝶”缝纫机、“黑妹”牙膏、“美加净”牙膏、“大白兔奶糖”……15年累积下来，洋洋大观，通过法律纠纷，全过程记录了中国知识产权意识的觉醒。

这是一条认识中国社会计划经济向市场经济转型非常独特而逼近的线索。

“觉醒，首先是记者的觉醒。80年代媒体以“启蒙”为己任，但是侧重于反传统（中国文化传统和计划经济传统），侧重于政治文化启蒙，侧重于宏观，侧重于观念，思维方式总体上是“左”与“右”、“改革”与“反改革”二元逻辑，是非，黑白，非此即彼。这种思维延续到90年代，发展到了极致，当然也是终结。有些媒体不知道现代“法律”为何物，没有起码的法律意识、法律知识储备，不了解现代法律对于改革、对于市场经济秩序决定性的作用，更不要说“知识产权”意识了。甚至破坏法律、蔑视规则、挑战必须遵循的伦理秩序，以推进“改革”，树立典型。“改革”和“改革者”成了目标和价值尺度，成了复杂的利益纠葛的裁判标准，很大程度掩盖了社会进步过程中的矛盾，影响了报道的真实性，更有甚者，根据政治形势需要，制造假新闻。我80年代末采访的“傻子瓜子”、“关广梅现象”就是典型例证。

国峰便是较早的觉悟者。他紧紧地盯住了社会转型的法律问题，紧紧地盯住了市场经济的主体——企业，紧紧地盯住了企业市场运作的命脉——商标，也就是盯住了市场经济的核心——信用，为我们建立了一条能见度很高的中国社会

发展的认识线索，市场经济的肇始，幼稚，发育，烽火连天。同时，不经意逼近了社会制度运行成本和企业交易成本、产权等社会深层问题。顺便提一句，包括知识产权的“产权”和“交易成本”等概念是制度经济学理论的核心概念。制度经济学的创始人科斯因此获诺贝尔经济学奖。

多么有趣，80年代中期的商标之争竟是那么温尔文雅，友好协商，有意无意的侵权者多少还有一点心理障碍，多少还有一点“做贼心虚”。90年代就不一样了，“搭便车”者理直气壮，寡廉鲜耻，假猴王横空出世，假李逵大胆剪径，直杀得真猴王、真李逵人仰马翻，遍体鳞伤。

怎的一个“假”字了得！搅得人人自危，草木皆兵，社会信用体系崩溃！

我还发现，国峰在1991年一篇商标侵权案例中提出了“法律程序”问题。他说：“要按法律程序办事，”“按法律程序办事，乃是法制的最基本原则之一和依法办事的最起码的要求。”

据我所知，这种认识在当时，不仅是新闻界的先锋认识，而且是法律界的先锋认识。“程序公正”是司法和行政是否公正、是否有效率的要害所在，程序公正是司法和行政公正的前提，这还有待形成社会共识。程序不够公正已经是司法和行政中的某些痼疾，正在最大程度地破坏法律，破坏社会信用体系，破坏公正、公道、伤害人心、滋生腐败。

把国峰的报道一路缕下来，有一个鲜明的印象，一以贯之，篇篇叫劲，刀刀见血。

国峰的报道实践给我们的启示是多方面的：其一，摒弃那种大而化之、信息贫乏的报道，摒弃观念先行，跟风赶

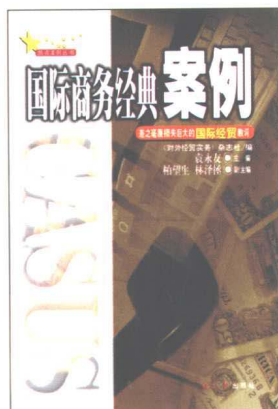
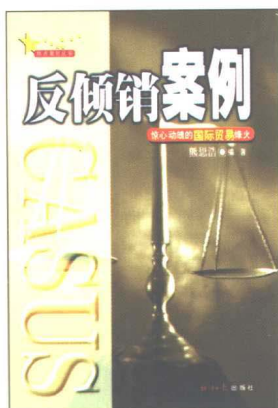
潮，报道主体从宏观回到微观（当然要有宏观把握），从观念回到关节（当然要有观念），惟如此，才是记者职业的正途，才可能有庖丁解牛，叮当作响的职业快慰。

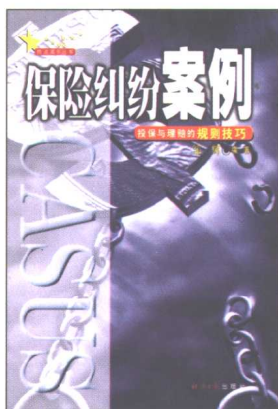
其二，记者职业是个功利性很强的职业，不太可能一脑门子只干一件事、一类事，往往是东一榔头，西一棒子，说得好听一点是“杂家”，说得不好听一点是“二把刀”。不怕“杂家”，可以狡兔三窟，深挖洞，广积粮，杂而不乱，杂而有专，触类旁通，也是一番不易得的境界；不怕“二把刀”，如果练得“二把刀”绝技，“二把刀”气势，照样长坂坡大战，一声长喝水倒流。怕的是“杂”而自以为是，上知天文，下知地理，狗屁不是；怕的是“二把刀”胡乱杀一气，毙敌三千，自伤一万，或者对手纤毫未损，自己轰然倒地。

其三，浮躁、虚妄是记者的天敌。尤其在特定的舆论环境和一系列诱惑状况下，能否保持良好的职业状态，能否坚持稳定的职业立场，能否守定价值底线，实在是检验一名好记者的标准。所谓“记者”，就是记录历史者。历史的意义，记者的价值，就像酿酒一样，时间越长，越能显露其珍贵。

人中三昧，你知道，我知道，天知道。

此序，与国峰同勉。





## 目 录

|                          |         |
|--------------------------|---------|
| 总序.....                  | (1)     |
| 专门家的魅力——本书代序 .....       | 卢跃刚 (1) |
| “红梅”商标之争 .....           | (1)     |
| 点评：回首当年感慨多.....          | (3)     |
| 商品名称，还是注册商标？             |         |
| ——“金华火腿”官司的来龙去脉.....     | (5)     |
| 点评：金华火腿是产地名称.....        | (8)     |
| 道口烧鸡与金华火腿.....           | (9)     |
| 不让花粉随风飘逝                 |         |
| ——由“前列康”看品牌上的不正当竞争 ..... | (11)    |
| 点评：药品商标，至今没有结束的大战役 ..... | (17)    |
| 万家疾苦总关情                  |         |
| ——首届全国药品商标研讨会札记 .....    | (19)    |
| “三九胃泰”大战是怎么回事？ .....     | (26)    |
| 点评：利益淹没了法律 .....         | (38)    |
| “三九胃泰”大战告诉我们什么？ .....    | (39)    |
| “三九胃泰”大战的几个问题.....       | (43)    |

保护，还是撤销？

——一批民族著名药品商标再次面临困境 ..... (52)

点评：保护还是撤销 ..... (59)

天坛家具商标纠纷案（一）

——“两本帐”带来的难题 ..... (60)

天坛家具商标纠纷案（二）

——“两本帐”带来的难题 ..... (67)

天坛家具商标纠纷案（三）

——“两本帐”带来的难题 ..... (70)

点评：计划经济体制的“历史遗留”问题 ..... (72)

智擒假“猴王” ..... (74)

是注册不当，还是商标侵权？

——“21 金维他”商标纠纷纪实 ..... (79)

法律保护了“两面针” ..... (85)

点评：两面针的经验不好学 ..... (89)

“两面针”呼吁法律保护 ..... (91)

贵州醇究竟属于谁？ ..... (98)

问讯吴刚何所有 捧出两种“桂花酒”

——北京名酒“桂花陈”兴起讼事 ..... (108)

点评：至今没有算清的“两本帐” ..... (113)

没完没了“桂花陈” ..... (115)

杜康“三国志”

——杜康酒商标案 ..... (119)

点评：又一个历史遗留问题 ..... (129)

并非椰风一家事

——一起不正当竞争案件的启示 ..... (130)

|                          |       |
|--------------------------|-------|
| <b>点评：瓶颈在哪里</b> .....    | (140) |
| “两榔”剑拔弩张 业内忧虑重重 .....    | (142) |
| 海风吹散阴云 伙伴共同振兴            |       |
| ——“两榔之争”经多方协商宣告和解.....   | (147) |
| 海南知识产权第一大案.....          | (151) |
| <b>点评：榔风南山案三题</b> .....  | (157) |
| 不该发生的法律内耗                |       |
| ——从一起行政诉讼案看商标权与专利权的协调问题  |       |
| .....                    | (159) |
| 9600 万“扬子”卖不卖？           |       |
| ——“扬子”商标向合资企业转让引起关注..... | (163) |
| 中国名牌究竟卖了多少？              |       |
| ——一份挂一漏万的价目表.....        | (165) |
| <b>点评：其实与政治无关</b> .....  | (167) |
| 国际互联网上冒名占位不容忽视.....      | (168) |
| 权威人士对抢注域名有“说法” .....     | (170) |
| 关于域名抢注的几个问题.....         | (173) |
| “珠江桥”瑞典打假记 .....         | (212) |
| <b>点评：有理走遍天下</b> .....   | (181) |
| 速冻“狗不理”引出的新鲜法律问题.....    | (183) |
| 保卫 SOVA (索华)             |       |
| ——一场发生在西班牙的商标纠纷.....     | (187) |
| “美加净”归来记 .....           | (193) |
| <b>点评：商标战略的警示</b> .....  | (196) |
| “田力宝”商标案 .....           | (198) |
| 用法律守住诚实信用的底线             |       |

|                    |       |
|--------------------|-------|
| ——广东松本电工合伙纠纷案····· | (201) |
| 商标 10 故事           |       |
| “蝴蝶”翩翩环球飞          |       |
| ——商标十故事之一·····     | (207) |
| “黑妹”有颗中国心          |       |
| ——商标十故事之二·····     | (211) |
| “露美”归来兮            |       |
| ——商标十故事之三·····     | (214) |
| “玉立”模式             |       |
| ——商标十故事之四·····     | (219) |
| 白云山制药厂：未生孩子先取名     |       |
| ——商标十故事之五·····     | (223) |
| 大白兔与米老鼠            |       |
| ——商标十故事之六·····     | (226) |
| 广州白天鹅：服务商标第一家      |       |
| ——商标十故事之七·····     | (230) |
| 假灾不去怎能“飞高”？        |       |
| ——商标十故事之八·····     | (232) |
| 健力宝：到美国向“可口可乐”叫板   |       |
| ——商标十故事之九·····     | (234) |
| 开创“今日”的辉煌          |       |
| ——商标十故事之十·····     | (236) |
| “绅士风”还能刮多久？·····   | (239) |
| 点评：重视商标是竞争资质·····  | (243) |
| 小糊涂仙商标纠纷案·····     | (244) |
| 别把商标搞乱了·····       | (249) |